

Mobile Marketing

Vorteile von Mobile Marketing

Mobile-Marketing ist nachweislich das vielseitigste Medium. Mit einem mobilen Endgerät kann man telefonieren, fernsehen, Video filmen, fotografieren, Filme ansehen, Radio und Musik hören, E-Mailen und im Web surfen, Termine notieren, spielen, bezahlen, navigieren, und und und. All das kann man mit diesem Medium jederzeit und überall.

Information und Unterhaltung

Mobile-Marketing bietet den Kunden den entscheidenden Mehrwert in Form von Unterhaltung und Information und schafft so die Basis für eine effiziente Erreichung Ihrer Marketingziele.

Personalisierte Ansprache

Das Mobiltelefon ist ein sehr persönliches Gut, das auf individuelle Bedürfnisse zugeschnitten wird. Die Möglichkeiten zur personalisierten Kundenansprache (z.B. Ticketing, Couponing) scheinen fast unbegrenzt, was den Aufmerksamkeitsfaktor erhöht.

Das Handy als Massenmedium

Fast jeder besitzt ein Handy. Manche Menschen haben sogar zwei oder drei. Die Reichweite ist somit größer als bei anderen Medien. Das Mobiltelefon ist DAS Massenmedium unserer Zeit.

Dialog statt Einweg-Kommunikation

Mittels Kommunikation über das Handy können Sie Ihre Konsumenten zu einer dauerhaften Interaktion bewegen. Mobile-Marketing bietet aber mehr als den einen klassischen Dialog.

Unabhängig von Ort und Zeit

Im Gegensatz zu anderen Medien können Empfänger von SMS bzw. MMS orts- und zeitunabhängig erreicht werden.

Tipps für Mobile Marketing

Viele Regeln aus dem E-Mail-Marketing gelten auch beim Mobile-Marketing.

- Schicken Sie nur dann eine Nachricht auf ein Handy, wenn Sie vom Empfänger die Erlaubnis dazu haben. Der Empfänger wird zuerst den Absender prüfen, bevor er eine Meldung lesen wird.
- Welche Zielgruppe ist für solche Aktionen am ehesten geeignet? Sicherlich die Jüngeren, welche den Umgang mit SMS und MMS gewohnt sind.
- Kaufen Sie keine Telefonnummern ein, sondern gewinnen Sie diese mit kreativen Aktionen wie z.B. Wettbewerben oder Abstimmungen.
- Die Botschaft muss der Zielgruppe angepasst sein. Sprechen Sie die Sprache Ihrer Zielgruppe.
- Die Botschaft sollte einen Nutzen generieren. Wenn jemand beim Betreten eines Warenhauses einen Gutschein auf dem Handy erhält, dann ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass dieser eingelöst wird, sehr viel höher, als wenn der Empfänger sich beispielsweise auf einer Bergtour aufhält.
- Respektieren Sie auch hier den Datenschutz. Lassen Sie die Benutzer jederzeit austragen, wenn Sie keine Nachrichten mehr erhalten möchten.

Spezielle Formen des Mobile Marketing

Mobile Couponing

Rabatt-Karten und Coupons sind ein gut funktionierendes Kundenbindungsmittel. Bonuspunkte sammeln ist in einigen Kundenkreisen sehr beliebt. Anstatt nun mit Karten und bestempelten Zetteln kann man auch den Kunden digitale Coupons auf seinem virtuellen Bonuspunkte-Konto automatisiert sammeln lassen. Dazu fotografiert der Kunde mit seinem Kamera-Handy ein Objekt und verschickt dieses Foto an eine zentrale Adresse. Dafür kassiert er vom Anbieter Bonuspunkte. Der technische Hintergrund ist eine Objekterkennungssoftware, die vordefinierte Objekte auf einem Foto erkennen kann.

Mobile Tickets

Ähnlich wie bei den Coupons dient die Nachricht auf dem Handy als Berechtigung z.B. zum Eintritt in ein Konzert oder zu einem Event. Diese Tickets können im Rahmen einer Promotion kostenlos oder aber auch käuflich sein.

Mobilfunk werbefinanziert

Die einfachste Form von Mobile Marketing ist es, dem Kunden die Gebühren seiner mobilen Kommunikation zu bezahlen. Zum Beispiel in Form von Rabatt- oder Sammelpunkten, für die es Geschenke gibt. Benutzerdaten können erfasst und später dem Kauf zugeordnet werden. Es entsteht ein Käuferprofil.

Eine andere Form ist, die Werbung mit Diensten zu unterlegen. Dadurch werden sie für den Nutzer kostenlos. Die Dienste können zum Beispiel Videotelefonie, SMS, Spiele oder Klingeltöne sein. Besonders Jugendliche lieben Werbung, wenn sie mit Videos und Musik unterlegt ist. Über MMS und Bluetooth schicken sie sich gegenseitig die neuesten Filmchen zu.

Lokales Marketing mit Bluetooth-Beamer

Der Bluetooth-Beamer verschickt kostenlose Inhalte an alle Handys im Umkreis von wenigen Metern. Sofern der Handy-Nutzer Bluetooth eingeschaltet hat, kann er dem Empfang zustimmen.

Als Inhalte eignen sich Klingeltöne und Kurzfilme, die besonders bei Jugendlichen beliebt sind. Es lassen sich aber auch Coupons verteilen, die im Laden oder Online-Shop einlösbar sind. Vorteile dieser Coupons, sind immer dabei, wenn auch das Handy dabei ist!

Mobile Gewinnspiele

Bei dieser Form ersetzt die SMS die klassische "Postkarte" bei Gewinnspielen und bietet die Möglichkeit einer direkten Benachrichtigung in Echtzeit. Die generierten Adressen können zum Aufbau eines Dialogs mit dem User genutzt werden. Meist wird das Gewinnspiel über andere Medien beworben, der Erstkontakt kann aber auch bereits über SMS (Adresspool) erfolgen.