

МОБІЛЬНА РЕКЛАМА – ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ МОБІЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Студ. Олійник О.С.
Наук. керівник доц. Євсейцева О.С.
Київський національний університет технологій та дизайну

Стрімкий розвиток та поширення нових інформаційних технологій набувають характеру масштабної інформаційної революції, яка все більше впливає на суспільство. Запровадження сучасних технологічних можливостей веде до урізноманітнення інструментів маркетингових комунікацій. Маркетологи та рекламні агентства широко використовують мобільний маркетинг.

Мобільний маркетинг – це процес поширення маркетингової інформації на мобільні телефони абонентів-споживачів через текстові повідомлення (SMS) та інші мобільні технології. Такий маркетинг, як правило, передбачає отримання від абонентів зворотної реакції. До інструментарію мобільного маркетингу входять: короткі текстові повідомлення (SMS), мобільні сайти та програми, голосове автоматичне меню, мультимедійні повідомлення MMS, Bluetooth, Wi-Fi зв'язок.

Тактична і корисна реклама – мрія кожного споживача. Індивідуальна потреба кожного споживача спричинила виникнення нового типу каналу комунікації, яка спрямована на персональний підхід до клієнта. Зручність мобільних технологій дає змогу урізноманітнити способи маркетингових комунікацій, зробити їх корисними для споживача. Ці технології впливають не тільки рекламувати товари та послуги, але й надавати багато спеціалізованих видів послуг. Тому основною метою роботи є дослідження явища мобільної реклами та перспективи її застосування для маркетингової комунікації. У сучасних умовах жорсткої конкуренції необхідність індивідуального підходу до кожного потенційного споживача стимулює розвиток мобільної реклами. А тому надзвичайно важливо визначити та оцінити перспективи використання нових мобільних технологій.

Традиційні масові канали, такі як телебачення та радіо, втрачають ефективність через надлишок однотипної і одноманітної реклами. Перевернені канали прямого маркетингу нестримно зростають у ціні і стають незручними для спілкування. Усунути ці загрози можна за рахунок використання нового прямого каналу – мобільного телефону. Поширеність стільникового зв'язку дає змогу налагодити контакт між споживачем та продавцем. Мобільна реклама є новим поняттям на ринку та позначає сукупність заходів, пов'язаних з просуванням товарів та послуг за допомогою різноманітних технологій мобільного зв'язку. Стрімкий розвиток нових інформаційних технологій став основою зростання ринку мобільної реклами. Нові технологічні новинки з'являються чи не щомісяця, а набір функцій, якими характеризуються телефони, вже вийшов далеко за межі традиційних потреб. З цього погляду мобільний маркетинг є одночасно наймасовішим. До того ж він може використовуватися як засіб маркетингових досліджень.

Отже, можна зробити висновок, що перспективи мобільного маркетингу значні і вони зростають. Більшість відомих брендів планують застосовувати практику мобільного маркетингу в рекламних цілях. На робочому місці у людей різноманітні мобільні пристрої, функції яких розвиваються з кожним днем. Саме тому сьогодні так цінується можливість вийти на зв'язок у будь-який час і з будь-якої точки планети.

Мобільний маркетинг надає надзвичайно широкі можливості для просування брендів, реклами кампанії та продажу товарів, а також мобільна інформація легко і з мінімальними витратами потрапляє до потрібного адресата.