

Mobile Marketing - Tips per le PMI italiane

Benvenuti nella prossima frontiera del marketing: il mobile marketing, noto anche come m-commerce.

Gli esperti del settore prevedono che il 2005 sarà l'anno in cui le aziende adotteranno il mobile marketing, così come già fatto in passato con la diffusione di Internet.

I benefici del mobile marketing

Le chiavi del successo del mobile marketing sono facilmente individuabili. La maggior parte degli utenti "mobili" ha sempre con sé il telefonino o può raggiungerlo facilmente in qualunque istante, il che significa che il mobile marketing offre l'occasione per una comunicazione veramente personale da parte dei responsabili marketing. In più, il 96% degli SMS viene letto a differenza della comunicazione tramite email marketing o direct mail. Consente anche di creare una relazione con i propri clienti, profilarli e costruire un target mirato per il proprio marketing.

E i rischi...

Naturalmente esistono alcuni avvisi nell'utilizzo di un tale mezzo di comunicazione personale e, un uso scorretto al di fuori di una corretta campagna di marketing può essere considerata intrusiva e generare un'immagine negativa dell'azienda (con perdita di clienti ovvero senza acquisire nuovi clienti).

Chi può utilizzarlo?

La domanda che molte aziende affrontano è: il mobile marketing è riservato solo per le grandi aziende oppure può essere utilizzato anche dalle piccole e medie imprese?

Qualunque persona d'affari accorta ha la possibilità di verificare che il mobile marketing è una tecnica raffinata a disposizione delle aziende di qualunque dimensione. L'importante è valutare sempre l'impatto di una campagna di mobile marketing.

Quale tecnologia è necessaria?

Le principali tecnologie utilizzabili sono SMS e WAP. Il WAP (acronimo di Wireless Application Protocol) è essenzialmente una versione ridotta di un browser web che consente agli utenti di cellulari predisposti per il WAP ad accedere a pagine web opportunamente costruite.

Gli SMS (Short Messaging Service), noti anche come messaggi di testo, consente agli utenti mobili di inviare e ricevere messaggi fino a 160 caratteri. Molte aziende trovano molto più semplice l'utilizzo degli SMS rispetto al WAP per comunicare con i propri Clienti.

Mobile marketing – cosa bisogna fare per avviarlo?

Quali sono le necessità per avviare la prima campagna di marketing mobile per un'azienda?

Il primo indispensabile requisito è chiedere l'autorizzazione ai propri Clienti all'invio dei messaggi (per il rispetto della normativa sulla privacy vigente). In più, bisogna garantire che le comunicazioni saranno inviate solo dalla propria azienda con l'impossibilità che i numeri GSM siano ceduti, a qualunque titolo, a terzi.

Ancora una volta la migliore strategia operativa per raccogliere i numeri di telefonino è l'onestà: basta richiedere direttamente ai Clienti il consenso ovvero predisporre un semplice modulo online con il quale ricevere automaticamente le iscrizioni e il consenso. Gli uomini di marketing più raffinati, associano a tale consenso un incentivo come un premio o uno sconto anche per stimolare una piccola competizione tra loro.

In questa fase è molto importante valutare l'ambito geografico del business aziendale: gli strumenti utilizzati da un'attività locale saranno presumibilmente di portata diversa rispetto ad un business nazionale o mondiale.

Come posso utilizzare il mobile marketing per il mio business?

Le modalità di utilizzo dipendono principalmente dalla creatività degli uomini di marketing. Le comunicazioni più frequenti riguardano il lancio di nuovi prodotti, offerte ed eventi speciali. Per creare una vera relazione, in più, è anche possibile comunicare l'avvio di una competizione o di una proposta di beneficio per il Cliente.

Quanto costa il mobile marketing?

I costi delle campagne di mobile marketing sono bassi: il valore è proporzionale al numeri di contatti raggiunti e alla nazione di appartenenza.

Cosa posso scrivere nel messaggio?

La lunghezza disponibile del messaggio è di 160 caratteri. In questo modo è possibile pianificare con serenità e certezza il messaggio, adattare la punteggiatura ed includere un'azione da compiere in modo da garantire un'azione il più possibile immediata da parte del Cliente.

Non sono ancora molto convinto...

Se non è ancora sicuro delle potenzialità del mobile marketing per la sua attività, un'ottima soluzione è provarlo. E' infatti possibile scegliere il target ed il numero di contatti con una campagna di verifica: i risultati positivi per il suo business potrebbero sorprenderla!!