

AKTUELLER TREND - MOBILE MARKETING

Der mobile Webzugang wächst und Begriffe wie Mobile Apps, Located based Services (LBS), Augmented Reality-Funktionen (hier werden Bilder oder Videos durch computer-gestützte Zusatzinformationen ergänzt, was zum Beispiel im Fashion-Bereich virtuelle Anproben ermöglicht), aber auch Hybridkampagnen (bei denen beispielsweise klassische City Light-Poster mit QR-Codes bzw. Bluetooth-Mechanik ausgestattet sind, welche es dem Betrachter/Nutzer erlauben sich die jeweilige Applikation auf sein Smartphone zu laden) halten Einzug in das Marketing. Diese sprechen inzwischen nicht mehr nur die Zielgruppe der 16- bis 24-Jährigen an, sondern all jene, die für sich relevante Applikationen (Apps) suchen und finden. Mit dem Wachstum bei der klassischen Zielgruppe und der Erschließung weiterer Zielgruppen wächst die Relevanz von Mobile Marketing.

Von Dr. Anja Hermes

Mobile Marketing - worum es geht

Mobile Marketing ist ein Teilgebiet der Online-Vermarktung, es weist mit dieser einige Parallelen auf und basiert auf gleichen oder ähnlichen Technologien. Mobile Geräte im Sinne von Mobile Marketing umfassen Smartphones, aber auch Tablets, wie das iPad. Beim Mobile Marketing geht es darum, mit Zielgruppen auch dann strategisch zu kommunizieren, wenn diese gerade unterwegs sind. Hierbei geht es heute noch überwiegend um Services, wobei langfristig auch Branding ein wichtiges Thema sein dürfte.

Mobile Marketing wird durch mehrere Faktoren vorangetrieben

Treibende Kräfte des Mobile Marketings sind vor allem günstige Tarife und Flatrates für mobile Internetzugänge sowie die starke Verbreitung von Smartphones und iPads, die leichte Handhabbarkeit und Nutzerfreundlichkeit, der große Monitor von Tablets, aber vor allem die Möglichkeit Apps, also kleine, auf bestimmte Bedürfnisse des Konsumenten zugeschnittene Programme als Werbeträger zu nutzen.

Mobile Advertising bietet unterschiedliche Werbemöglichkeiten

Apps und mobile Internet-Portale stellen die wichtigsten Werbepattformen des Mobile Advertisings dar. Werbetreibende können beispielsweise Content Banner, Expandables, Splash Screens, Gallery oder Flip Ads oder andere Werbemöglichkeiten nutzen. Sie können aber auch selbst Apps entwerfen, die auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe zugeschnitten sind. Eine weitere wichtige Nutzung von Mobile Advertising sind Location Based Services, bei denen beispielsweise Foursquare oder Facebook Places eine regional gesteuerte Kommunikation mit der Zielgruppe ermöglichen. Regionale Dienste lassen sich in Form von Apps oder über mobile Websites abrufen, die Auskunft über Restaurants, bestimmte Geschäfte in der Nähe oder andere regionale Besonderheiten geben.

Vielfältige Anwendungsformen von Mobile Advertising

Mobile Advertising muss nutzerfreundlich sein; so ist etwa bei der Gestaltung vor allem die Größe des Bildschirms zu beachten und der Inhalt auf das Wichtigste zu beschränken. Auch die CI und das Branding müssen sich der Gesamtdarstellung anpassen.

Sollte eine Integration von Barcodes oder QR-Codes erforderlich sein, sind funktionierende und schnelle Scanner besonders wichtig.

Mobile Advertising im Bereich Mobile Shops erfordert vor allem eine effiziente Nutzerführung, optimierte Bestell- oder Buchungs- und Bezahlprozesse, mobile Gutscheinsysteme sowie eine optimierte Darstellung von Preisvergleichen und Testberichten, aber auch ein schlüssiges Bewertungssystem, welches direkt in den Social Media-Bereich übergeht.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist außerdem die Positionierung im Netz, also die Auswahl der Kanäle und Plattformen über die man zu finden ist.

Mobile Marketing als integrierter Bestandteil einer Gesamtkommunikations-Strategie

Mobile Marketing eignet sich nicht als Stand-Alone-Kommunikationsmittel, sondern ist sinnvoll als (zumeist kleiner) Teil einer Gesamtstrategie einzusetzen,

die auch als Multichannel-Lösung bezeichnet wird. Erscheint es für die entsprechende Zielgruppe sinnvoll, mobil zu kommunizieren, sollten mobile Portale und Apps als sich ergänzende Varianten genutzt werden. Wollen Sie mehr wissen? Dann fragen Sie mich!