

Aplicativos para celular e Mobile Marketing

Mobile World será destaque em Tecnologia móvel e aplicativos para celulares em 2012.

Debatendo sobre as etapas de desenvolvimento de aplicativos para celulares para as diversas plataformas iPhone, iPad, Android e Blackberry Windows Phone, toda experiência de usabilidade, criação e envolvimento social gerando excelentes resultados.

Por (Equipe Mobile World).



Tecnologia móvel

Desde o surgimento do iPhone, grande parte das agências de marketing digital começou a trabalhar com softwares para smartphones. Não é para menos: segundo a pesquisas, o faturamento do setor de aplicativos pode chegar a US\$ 32 bilhões até 2015. "Sabemos que trata-se de um negócio de estrutura enxuta, mas que exige muita especialização". "Nossa operação envolve por enquanto 2 pessoas. Quando precisamos de mais braços podemos chamar colaboradores para cada projeto", diz Jorge Rodrigues, sócio fundador da Mobile World, de Blumenau. A empresa desenvolve programas para as plataformas móveis, como BlackBerry, Windows Phone, Android, iPhone e iPad. A unidade mobile da empresa foi criada há apenas 6 meses, mas já representa 20% do faturamento da empresa, com 5 projetos realizados, e mais 15 projetos prospect. "A demanda cresce tanto que em pouco tempo deve se tornar nosso principal negócio. Neste ano, já irá alcançar 40% das nossas receitas", afirma Rodrigues.



Alguns Cases Mobile World

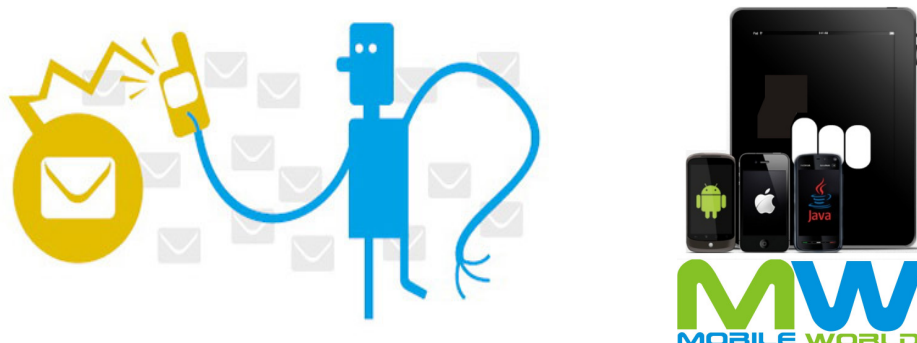
O MERCADO DE APLICATIVOS DEVE CRESCER 450% EM CINCO ANOS

SMS, torpedo de voz, Bluetooth, sites especiais e aplicativos: Tudo para os consumidores caírem em nossa rede rede:

São 170 milhões de **celulares** habilitados no Brasil. Quem souber fazer um **marketing** direcionado pelo celular tem muito a ganhar. Na nossa opinião, esse tipo de campanha entrou de vez nos orçamentos das empresas. "O celular se transformou em uma mídia de massa. Mas com o diferencial de ser possível falar com cada consumidor individualmente". Segundo cálculos e estudos, foram investidos em mobile marketing no Brasil cerca de R\$ 80 milhões no ano passado e esse volume alcançou R\$ 200 milhões em 2010. A principal recomendação para quem quiser investir em ações do gênero é simples, porém, nem todas as **empresas** costumam seguir: o consumidor está sempre no controle e deve autorizar o recebimento de qualquer mensagem. Também é preciso definir bem o público-alvo e o objetivo da campanha.

Mobile World – Como conquistar o consumidor?

SMS Marketing



É a forma mais antiga, comum e fácil de conquistar clientes pelos celulares. Segundo dados da MMA, 82,5 milhões de usuários de celular comunicam-se por mensagens de texto (dados de 2008). Para realizar ações de divulgação institucional e promoções por SMS, é necessário ter parceria com as operadoras. Geralmente, contrata-se uma agência para fazer essa ponte. É possível enviar mensagens para clientes cadastrados ou contratar os chamados SMS Broadcast, listas das próprias operadoras. **"A regra é não invadir a privacidade do consumidor. O cliente precisa estar cadastrado"**, achamos uma forma original — e eficiente — de usar o SMS para conquistar clientes em uma imobiliária. Desde o começo do ano, lançamos a idéia para um cliente, ele escreve um número de SMS nas placas de "Aluga-se" e "Vende-se" dos imóveis. Os interessados enviam uma mensagem para o número e recebem um torpedo com os detalhes do empreendimento, como tamanho, valor, quantidade de quartos e vagas na garagem. "Aumentou o número de negócios concretizados e os corretores ficaram mais disponíveis, pois diminuíram as ligações pedindo informações", Em 2011, o número de contratos fechados cresceu 20% em relação a 2010, ultrapassando 60 no total. Dos 230 imóveis do portfólio da imobiliária, 30 têm informações disponíveis por SMS. "Queremos alcançar 100% neste ano. O cliente que recebe as informações pelo celular já vem pronto para fechar negócio", afirma.

Mobile World – Como conquistar o consumidor?

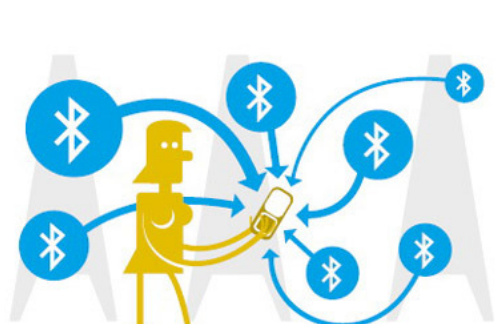
Torpedo de voz



Por Exemplo o consumidor recebe uma ligação normal, mas, do outro lado da linha, não há ninguém, apenas uma mensagem gravada. O torpedo de voz, como é conhecida essa chamada, representa ótima oportunidade de relacionamento com os clientes — quando usado corretamente. Uma empresa, especializada em criação de conteúdo, adotou a estratégia para se relacionar com o público dos projetos que organiza. No último evento de tecnologia , preparado pela companhia, todas as confirmações de presença foram feitas por um torpedo de voz gravado por uma apresentadora famosa que tem mais de 48 mil seguidores no Twitter. **“A mensagem era bem-humorada e a apresentadora é conhecida entre o público-alvo. Sentimos na hora o efeito da ação”**. Confirmamos que 80% dos que receberam a mensagem repercutiram o evento de alguma maneira: no Twitter, em blogs, por e-mail ou pessoalmente, no dia do evento. “Tem um poder de viralização incrível, utilizamos o recurso para todos os eventos que organizamos”. A empresa só envia mensagens de voz para quem a autoriza, o que é fundamental para conseguir uma boa repercussão. “As pessoas ficam bravas quando recebem esse tipo de mensagem sem permissão”, hoje quem decide o que quer receber é o cliente, o marketing mudou muito. “Também é importante ser relevante. Lembre-se de que a sua empresa vai invadir o celular de uma pessoa.”

Mobile World – Como conquistar o consumidor?

Bluetooth Marketing



Atingir o consumidor diretamente e próximo ao ponto de venda: essa é a principal vantagem das ações de bluetooth marketing. A tecnologia permite posicionar dispositivos inteligentes em uma determinada área e enviar conteúdo para os celulares das pessoas que passam pelo local. O alcance das mensagens é limitado, mas recomendamos as empresas a colocar o dispositivo em um lugar predeterminado ou nas mãos de promotores em áreas de bastante movimento.

Foi o que fez uma construtora. Para divulgar um empreendimento voltado para a classe C, na Grande São Paulo, duas promotoras circularam pelo centro da cidade e enviaram uma mensagem animada para os celulares em volta. “Informamos detalhes sobre o imóvel”, Em cinco dias, as promotoras mandaram mensagens para 95 clientes em potencial. “É uma ação que tem um custo-benefício melhor em relação à mídia de rua tradicional. Para quem trabalha com a classe C, com margens apertadas, é muito mais interessante”.

Como o usuário precisa ativar o bluetooth do próprio celular para receber o conteúdo, não existe perigo de a ação ser considerada invasiva. Muita gente não sabe lidar com o próprio telefone, por isso é importante contar com pessoas que ensinem os clientes a ativar a tecnologia na hora.

Mobile World – Como conquistar o consumidor?

Mobile Sites



Do total de celulares existentes no mercado, 6% acessam a internet — ou cerca de 10 milhões de usuários —, de acordo com dados da Mobile Marketing Association. Esse público, que compra pacotes de dados e modernos aparelhos, navega pela rede em qualquer horário ou lugar do mundo. No entanto, os navegadores dos celulares não têm a mesma capacidade de um browser de computador. Por isso, é preciso adaptar o site das empresas para a plataforma.

“Antes de definir as informações que serão levadas para o mobile site, é preciso ter em mente as necessidades dos usuários de celular”.

Como o site precisa ser mais leve para rodar facilmente, algumas informações devem ficar de fora. “É preciso avaliar quais conteúdos e serviços são mais atrativos”. Uma empresa de seguro de viagens optou por um mobile site focado nos passageiros de viagens internacionais, que representam 99% do seu público. “O site precisa ser ágil e prestar um serviço para o consumidor. Porque ele só vai acessar se precisar muito.

No site da empresa, os consumidores encontram os dados de contato, área para registrar ocorrências e as formas de acionar a assistência ao viajante. As plataformas de vendas e de câmbio, por exemplo, ficaram de fora. “Muitos clientes nossos usam o site de celular como ferramenta de relacionamento para fidelizar o cliente”.

Aplicativos Móveis



Os aplicativos para celular tornaram-se uma febre depois do lançamento do iPhone. O total de downloads da loja da Apple já ultrapassa 15 bilhões e fez com que outros fabricantes também apostassem no recurso. Os downloads da loja da Nokia chegam a 1 milhão por dia, segundo informações da própria empresa. Os aplicativos também vêm se consolidando como um interessante canal de marketing: muitas companhias estão criando aplicativos para estreitar o relacionamento com seus consumidores. “As empresas deixam de ser apenas vendedoras ou prestadoras de serviços e oferecem um produto de valor agregado”. Isso mesmo. Antes de definir como será o aplicativo para seus clientes, é preciso ter em mente que não se trata de uma peça de divulgação simples. “É necessário envolver o consumidor”. Segundo oferecer o serviço gratuitamente. Um dos aplicativos corporativos mais bem-sucedidos foi desenvolvido pela fabricante de cerveja Heineken. Ele permite calcular a quantidade de bebida necessária para um determinado evento e localizar bares que vendem a cerveja. “Os aplicativos são uma tendência do mobile marketing viável para qualquer empresa e indicados para quem tem um serviço para oferecer”. “Os brasileiros são bastante receptivos aos aplicativos de empresas, mas é preciso ter um conteúdo interessante”. Quem quiser oferecer um aplicativo deverá validá-lo com as fabricantes de celulares.

Mobile World Brasil – Desenvolvimento de Soluções Inteligentes para Tablets & Smartphones.
Aplicativos Móveis – Mobile Marketing



Mobile World Brasil – Rua Max Wehmuth, nº 61 – Bairro: Ribeirão Fresco – CEP: 89020-500
Blumenau – Santa Catarina
Telefone: (47) 3037-1218 - **Mobile:** (47) 9114-1455
Inbox: contato@mobileworldapps.com.br
Web Site: www.mobileworldapps.com.br
Facebook: <http://www.facebook.com/mobileworldbnu>
Twitter: @MobileWorldbr
Skype: MobileWorldBrasil