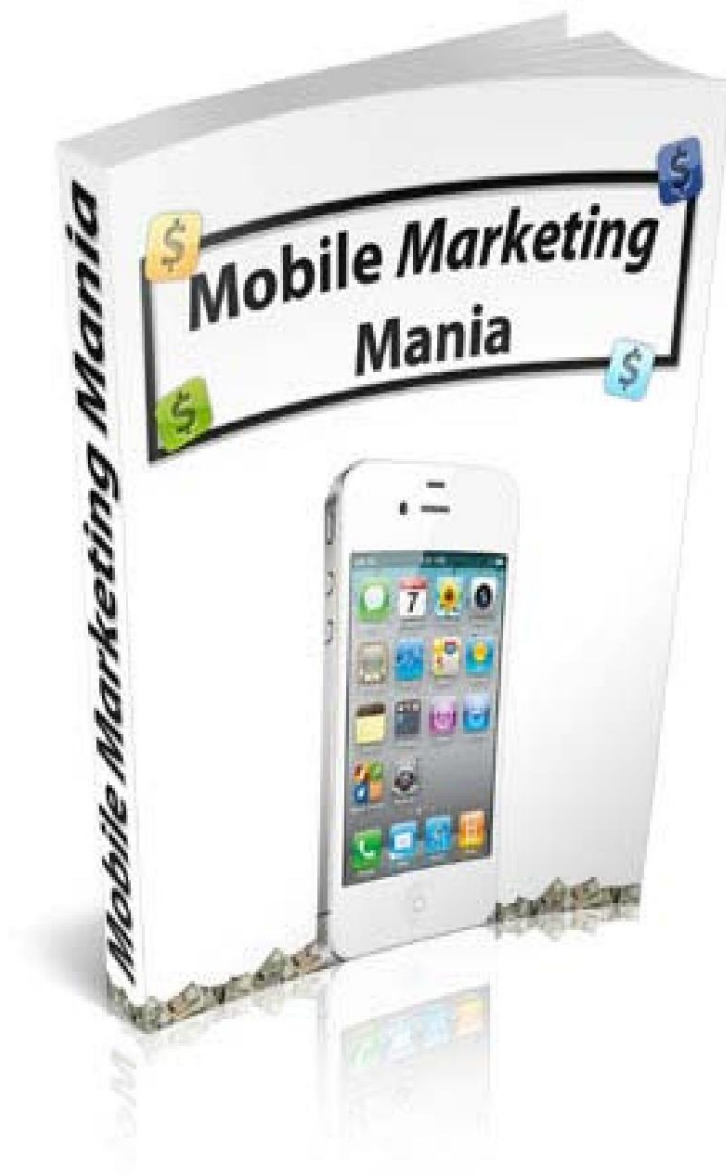


Cơ sở tiếp thị di động



Cơ sở tiếp thị di động

CHỈ DÀNH CHO MỤC ĐÍCH CÁ NHÂN

TÀI LIỆU NÀY ĐƯỢC BẢO VỆ BỞI LUẬT BẢN QUYỀN QUỐC TẾ VÀ KHÔNG ĐƯỢC PHÉP
CÓ QUYỀN BÁN LẠI. TÀI LIỆU NÀY KHÔNG ĐƯỢC BÁN VÀ HOẶC PHÂN PHỐI BỞI BẤT KỲ
CÓ NGHĨA LÀ KHÔNG CÓ SỰ ĐỒNG Ý BẰNG VĂN BẢN CỦA TÁC GIẢ VÀ NHÀ XUẤT BẢN. LÀM NHƯ VẬY
KHÔNG CÓ SỰ CHO PHÉP CÓ THỂ DẪN ĐẾN HÀNH ĐỘNG PHÁP LÝ NGHIÊM TRỌNG ĐỐI VỚI BẠN.

TUYÊN BỐ MIỄN TRỪ TRÁCH NHIỆM PHÁP LÝ

CUỐN SÁCH NÀY CHỈ DÀNH CHO MỤC ĐÍCH THÔNG TIN VÀ GIẢI TRÍ VÀ KHÔNG
KHÔNG ĐI KÈM BẤT KỲ BẢO ĐẢM NÀO, DÙ ĐƯỢC DIỄN ĐẠT HAY NGỤ Ý, RẰNG NGƯỜI ĐỌC HOẶC
BẤT KỲ AI LÀM THEO LỜI KHUYÊN CỦA TÁC GIẢ THỰC SỰ SẼ KIẾM ĐƯỢC BẤT KỲ KHOẢN THU NHẬP NÀO
BẤT CỨ ĐIỀU GÌ. BẤT KỲ KHOẢN TIỀN NÀO BẠN CHỌN ĐỂ BỎ QUA, NỘP, ĐẦU TƯ, TIẾT LỘ, SỬ DỤNG,
CHI TIÊU, KIẾT TẾ, PHÍ PHÍ, LÃNG PHÍ, PHÍ QUÊN HOẶC CHI TIÊU CHO BẤT KỲ HOẶC KẾT HỢP
HƠN MỘT TRONG CÁC CHƯƠNG TRÌNH HOẶC KỸ THUẬT ĐƯỢC ĐỀ CẬP TRONG TÁC GIẢ
VIỆC GIẢNG DẠY PHẢI ĐƯỢC THỰC HIỆN VỚI RỦI RO VÀ CHI PHÍ CỦA BẠN.

BẠN CŨNG ĐỒNG Ý KHÔNG GIỮ TÁC GIẢ HOẶC NHÀ XUẤT BẢN CỦA ẨM PHẨM NÀY
CHịu TRÁCH NHIỆM PHÁP LÝ VỀ BẤT KỲ SỐ TIỀN NÀO CỦA BẠN BỊ MẤT, BỊ LỪA ĐẢO ... HOẶC BỊ GIAN LẬN
NHƯ LỰA CHỌN THEO Ý MUỐN CỦA BẠN ĐỂ LÀM THEO LỜI KHUYÊN CỦA TÁC GIẢ.

TÁC GIẢ KHÔNG PHẢI LÀ CHUYÊN GIA TÀI CHÍNH HAY PHÁP LÝ. DO ĐÓ, VUI LÒNG CẦN THẬN TRỌNG TỐI ĐA KHI CHỌN THỰC HIỆN BẤT KỲ PHƯƠNG
PHÁP, KỸ THUẬT NÀO
HOẶC CÁC CHƯƠNG TRÌNH MÀ TÁC GIẢ CÓ THỂ ĐỀ CẬP TRONG ẨM PHẨM NÀY.

Cơ sở tiếp thị di động

Mục lục

Chương 1: Tiếp thị di động: Giới thiệu

Chương 2: Tại sao tiếp thị di động lại quan trọng đến vậy

Chương 3: Các loại hình tiếp thị di động khác nhau

Tiếp thị qua tin nhắn SMS

Tiếp thị MMS

Tiếp thị Bluetooth

Chương 4: Các nhà tiếp thị di động cần biết điều này

Chương 5: Thu hút khách hàng tiềm năng bằng cách sử dụng tiếp thị di động

1. Sử dụng tiếp thị qua tin nhắn SMS

2. Sử dụng tiếp thị MMS

3. Sử dụng quảng cáo trên trình duyệt di động

Chương 6: Sử dụng trang web tương thích với thiết bị di động

Chương 7: Cách chạy chiến dịch tiếp thị di động

Chương 8: Có một trang web di động cho doanh nghiệp của bạn

Chương 9: Các lựa chọn giải pháp thanh toán

Chương 10: Tính hợp pháp của chiến dịch di động

Chương 11: Kết luận

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 1: Tiếp thị di động: Giới thiệu

Tiếp thị là phần quan trọng nhất của một doanh nghiệp. Tiếp thị chắc chắn có tác động rất lớn đến hiệu suất chung của một sản phẩm cụ thể trên thị trường. Một chiến lược tiếp thị đúng đắn có thể tạo nên điều kỳ diệu cho sự thành công của bất kỳ sản phẩm hoặc dịch vụ nào được cung cấp. Các nhà tiếp thị hiện nay có nhiều cách hoặc phương pháp tiếp thị khác nhau mà họ có thể triển khai. Sự gia tăng của điện thoại di động đã nhường chỗ cho một phương pháp tiếp thị khác -- tiếp thị di động.



Điện thoại di động đã trở thành phương tiện truyền thông được ưa chuộng của quần chúng trên toàn thế giới. Các quốc gia phát triển đã có mật độ di động rất lớn. Các quốc gia đang phát triển đang chứng kiến sự tăng trưởng to lớn với hàng loạt người được thêm vào nhóm người dùng điện thoại di động khổng lồ mỗi ngày. Sự tăng trưởng bùng nổ này trong việc sử dụng điện thoại di động khiến tiếp thị di động ngày càng trở nên phù hợp.

Cơ sở tiếp thị di động

Theo Xu hướng quảng cáo trên thiết bị di động Smaato 2011 do Smaato, Inc. biên soạn, một công ty quảng cáo trên thiết bị di động, chỉ tiêu cho quảng cáo trên thiết bị di động ước tính vào khoảng từ 11,4 tỷ đến 20 tỷ đô la.

Tiếp thị di động có thể được làm quen bằng cách hiểu định nghĩa của nó. Theo nghĩa rộng hơn, tiếp thị di động là một kỹ thuật tiếp thị sử dụng điện thoại di động làm phương tiện để tiếp cận khách hàng tiềm năng. Tiếp thị di động có thể được mô tả tốt nhất là bất kỳ hình thức quảng cáo nào cho khách hàng tiềm năng không bị giới hạn bởi vị trí của họ.

Điện thoại di động có nhiều tính năng. Đôi khi, những tính năng này có thể được sử dụng cho tiếp thị di động. Các tính năng di động như SMS, MMS, Bluetooth, Trình duyệt đã được sử dụng hiệu quả cho tiếp thị di động.

Cần phải hiểu rằng tiếp thị di động là một hình thức tiếp thị tương đối mới. Giống như bất kỳ phương pháp tiếp thị nào khác, tiếp thị di động cũng có những thách thức riêng. Tiếp thị di động đòi hỏi những phương pháp tiếp thị mới và sáng tạo có thể tiếp cận được với số đông. Nó có tiềm năng lớn nhưng đồng thời, các kỹ thuật cũ có thể không hiệu quả. Nếu bạn tiếp thị di động sai, nó có thể phản tác dụng và biến thành một tình huống như vậy mà có thể không dễ dàng quản lý.

Trong vài chương tiếp theo, chúng ta sẽ khám phá những khía cạnh khác nhau của tiếp thị di động.

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 2: Tại sao tiếp thị di động lại quan trọng đến vậy

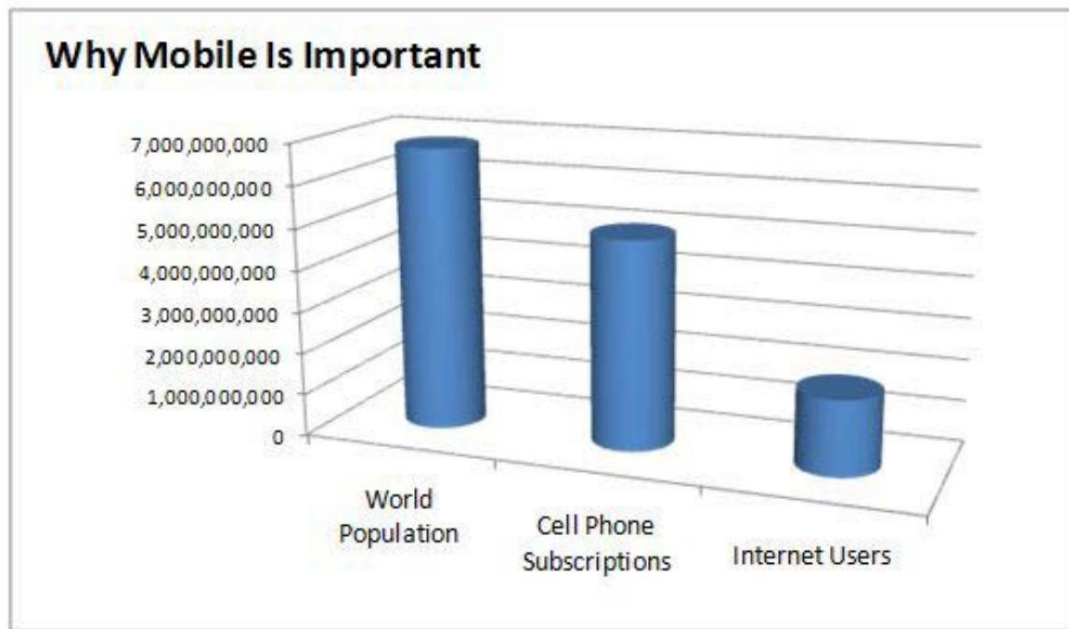
Tiếp thị di động là một không gian tiếp thị mới nổi đang mang lại nhiều cơ hội hơn cho các nhà tiếp thị. Người ta đã quan sát thấy rằng trong vài năm trở lại đây, điện thoại di động đã đi vào tay hàng triệu người trên khắp thế giới. Đã có một thời gian khi điện thoại di động chỉ là một mặt hàng xa xỉ mà chỉ một số ít người giàu có sở hữu. Nhưng việc đưa vào công nghệ và kỹ thuật sản xuất rẻ hơn đã khiến điện thoại di động trở nên phổ biến đối với đại chúng. Các thị trường phát triển đã có mật độ di động rất lớn. Các đối tác mới nổi của họ cũng đang chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc. Tất cả những yếu tố này đang khiến Tiếp thị di động trở thành một phần quan trọng trong các chiến lược tiếp thị của các tổ chức trên toàn thế giới đang tìm cách tiếp cận tâm trí khách hàng, bất kể điều gì. Tiếp thị di động là về việc xóa bỏ rào cản về vị trí giữa người mua và người bán. Nhà sản xuất có thể tiếp cận khách hàng ở bất cứ đâu, bất kể họ ở đâu.

Số lượng lớn người dùng điện thoại di động trên toàn thế giới bất kể họ đang sống ở quốc gia hay khu vực nào cũng đủ khiến các nhà tiếp thị coi tiếp thị di động là một phần không thể thiếu trong chiến lược tiếp thị của họ. Trong thời đại này, khi người dùng di động đã vượt xa người dùng internet, một chuyên gia tiếp thị không đủ khả năng duy trì tiếp thị di động ra khỏi tâm trí của mình.

Theo Liên minh Viễn thông Quốc tế (ITU), một cơ quan của Liên hợp quốc về công nghệ thông tin và viễn thông, số lượng người dùng Internet là hơn hai tỷ trên toàn thế giới, trong đó có 1,2 tỷ người dùng ở các nước đang phát triển. Mặt khác, báo cáo tương tự cho thấy có hơn 5,3 tỷ thuê bao di động trên toàn thế giới

bao gồm 940 triệu thuê bao dịch vụ 3G. Báo cáo cũng cho biết hiện nay 90% dân số thế giới và 80% dân số sống ở vùng nông thôn có thể truy cập vào mạng di động.

Cơ sở tiếp thị di động



Báo cáo cũng cho biết mọi người đang chuyển nhanh chóng từ nền tảng 2G sang 3G, ở cả các nước phát triển và đang phát triển. Năm 2010, 143 quốc gia cung cấp dịch vụ 3G thương mại, so với 95 quốc gia vào năm 2007. Một số quốc gia đã bắt đầu cung cấp dịch vụ ở tốc độ băng thông rộng thậm chí còn cao hơn, chuyển sang nền tảng không dây thế hệ tiếp theo - bao gồm Thụy Điển, Na Uy, Ukraine và Hoa Kỳ.

Nói về việc áp dụng internet, báo cáo nêu về việc sử dụng internet rằng Trong khi 71% dân số ở các nước phát triển đang trực tuyến. Chỉ có 21% dân số ở các nước đang phát triển đang trực tuyến. Tỷ lệ người dùng Internet ở Châu Phi đã đạt 9,6%, thấp hơn nhiều so với mức trung bình của thế giới (30%) và mức trung bình của các nước đang phát triển (21%)

Khi chúng ta so sánh hai con số này, rõ ràng là số người dùng điện thoại di động nhiều hơn hẳn số người dùng internet ở mọi nơi. Xu hướng này cũng thấy rõ ở cả các nước phát triển và đang phát triển.

Các thị trường mới nổi như Ấn Độ, Trung Quốc, khu vực Châu Phi, v.v. đang chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc của thị trường điện thoại di động.

Tiếp thị trực tuyến được coi là một trong những phương pháp tiếp thị phổ biến nhất. Nhưng số lượng người dùng thiết bị di động quá lớn làm lu mờ tiềm năng của một chiến dịch tiếp thị trực tuyến. Vì số lượng người dùng điện thoại di động nhiều hơn nên hiệu quả và thành công cuối cùng của một chiến dịch tiếp thị trên thiết bị di động sẽ mạnh hơn nhiều so với những gì bạn có thể mong đợi từ một chiến dịch tiếp thị trực tuyến, hiện vẫn là một phương pháp tiếp thị rất phổ biến.

Cơ sở tiếp thị di động

Mặc dù tiếp thị di động có tiềm năng rất lớn, các nhà tiếp thị chỉ phân bổ một tỷ lệ rất nhỏ trong ngân sách tiếp thị của họ cho tiếp thị di động. Điều này là do có rất nhiều thách thức. Một thách thức lớn mà tất cả các nhà tiếp thị đang phải đối mặt là những hạn chế mà tiếp thị di động gặp phải khi nói đến khả năng đo lường và trách nhiệm giải trình của các chiến dịch tiếp thị. Theo một nghiên cứu gần đây của JPMorgan. Những thách thức trong thiết bị di động bao gồm sự phân mảnh thiết bị (72 phần trăm), các vấn đề về quyền riêng tư (70 phần trăm), thiếu số liệu chuẩn hóa (69 phần trăm) và cơ hội hạn chế cho sự sáng tạo (69 phần trăm). Chúng ta sẽ khám phá và thảo luận về những thách thức đó trong các chương sắp tới.

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 3: Các loại hình tiếp thị di động khác nhau

Tiếp thị di động là một phương pháp tiếp thị mới nổi có tiềm năng lớn. Tính khả dụng to lớn của các tính năng khác nhau của điện thoại di động khiến tiếp thị di động trở thành thiên đường cho các nhà tiếp thị hiện đại. Các tính năng này có thể được sử dụng cho nhiều loại tiếp thị khác nhau. Có một số cách hoặc kỹ thuật có thể được sử dụng cho tiếp thị di động. Hãy cùng xem xét tất cả các phương pháp này và cách chúng được triển khai. Bạn cũng sẽ biết về hiệu quả của tất cả các tính năng khác nhau này khi nói đến tiếp thị di động.

Tiếp thị qua tin nhắn SMS

Mặc dù số lượng người dùng điện thoại thông minh đang tăng lên từng ngày nhưng điện thoại phổ thông vẫn chiếm ưu thế về số lượng. SMS là một phương thức giao tiếp vẫn được sử dụng rộng rãi ngay cả sau khi điện thoại thông minh ra đời với nhiều tính năng nhắn tin khác nhau. Tiếp thị qua SMS về cơ bản là phương pháp tiếp thị trong đó nội dung quảng cáo được gửi đến điện thoại di động qua SMS. SMS rất phổ biến và sự phổ biến của nó đã hỗ trợ cho sự gia tăng của tiếp thị qua SMS. Nhiều doanh nghiệp nhỏ dựa vào tiếp thị qua SMS. Tiếp thị qua SMS đã thu hút sự chú ý tiêu cực vì nhiều doanh nghiệp đã mua danh sách số điện thoại di động và gửi quảng cáo không mong muốn đến tất cả các số đó. Điều này dẫn đến thư rác SMS. Tuy nhiên, việc thực hiện các hướng dẫn nghiêm ngặt của các nhà điều hành đã giúp tiếp thị qua SMS trở nên phổ biến trở lại.

Cơ sở tiếp thị di động



Một hình thức quảng cáo di động khác sử dụng công nghệ SMS là mã ngắn SMS. Mã ngắn là số gồm 5 hoặc 6 chữ số mà khách hàng tiềm năng có thể gửi câu hỏi, phản hồi, v.v. của họ dưới dạng SMS. Người ta thậm chí có thể đăng ký nhiều dịch vụ khác nhau thông qua mã ngắn.

Ưu điểm của Tiếp thị qua SMS

Tiếp thị qua tin nhắn SMS có một số lợi ích so với các phương tiện khác. Chẳng hạn như:

Điểm cộng lớn nhất của SMS marketing là sự tiêu thụ công nghệ SMS của đại chúng. Bất kể loại điện thoại nào, SMS thường được mọi người sử dụng. Vì vậy, SMS marketing có tiềm năng rất lớn.

Thị trường của các quốc gia phát triển đã bão hòa. Mặt khác, thị trường của các quốc gia đang phát triển đang tăng trưởng với tốc độ cao hơn. Hầu hết người dùng của các quốc gia đang phát triển sử dụng công nghệ SMS. Do đó, triển khai tiếp thị di động tại những nơi như vậy là hợp lý.

Một tin nhắn SMS có thể được gửi đến một số lượng lớn người trong một khoảng thời gian ngắn. Điều này làm cho quá trình tiếp cận một số lượng lớn người trong thời gian ngắn hơn trở nên dễ dàng hơn.

Cơ sở tiếp thị di động

Nhược điểm của Tiếp thị qua SMS

Có nhiều nhược điểm của tiếp thị qua SMS. Dưới đây là những nhược điểm:

Vấn đề lớn nhất với tiếp thị qua SMS là có hạn chế về số lượng

các ký tự có thể được sử dụng cho tiếp thị qua tin nhắn SMS. Ví dụ, ở Hoa Kỳ, tin nhắn SMS là giới hạn ở 160 ký tự và ở một số nước Châu Á số lượng ký tự là

giới hạn 70 ký tự cho mỗi tin nhắn SMS. Điều này cản trở khả năng tiếp thị vì các nhà tiếp thị thấy khó khăn khi truyền tải thông điệp của mình trong số lượng ký tự hạn chế.

Tiếp thị qua tin nhắn SMS có thể có tác động tiêu cực đến hình ảnh công ty của bạn. Điều này là do trong hầu hết các trường hợp, các nhà tiếp thị mua danh sách số điện thoại di động từ các nhà mạng và họ gửi nội dung quảng cáo có thể hoàn toàn không liên quan vì các số điện thoại thường được chọn ngẫu nhiên. Bạn cần phải hết sức thận trọng khi triển khai tiếp thị qua tin nhắn SMS vì bạn có thể bị gắn mác là kẻ gửi thư rác.

Nhiều số điện thoại di động được đăng ký với số đăng ký Không làm phiền. Nếu bạn gửi tin nhắn SMS tiếp thị đến những số điện thoại như vậy, bạn có thể bị phạt.

Tiếp thị MMS

Tiếp thị MMS về cơ bản là một hình thức tiếp thị di động trong đó nội dung quảng cáo được gửi qua MMS.

MMS là viết tắt của Multimedia Message Service. Một nhà tiếp thị có thể gửi trình chiếu, hình ảnh, âm thanh và nội dung video thông qua MMS. Hầu hết các điện thoại di động có màn hình màu đều hỗ trợ công nghệ MMS.

Cơ sở tiếp thị di động



Ưu điểm của tiếp thị MMS

Có nhiều lợi ích khi sử dụng tiếp thị MMS như:

MMS có thể xử lý hình ảnh, đồ họa, tệp âm thanh hoặc video và truyền chúng đến đích

người dùng.

Điều này giúp các nhà tiếp thị có nhiều tự do hơn trong việc đưa ra ý tưởng để thu hút khách hàng vì họ có thể sử dụng hình ảnh và các dấu hiệu khác có thể truyền tải thông điệp có ý nghĩa hơn so với tin nhắn SMS.

Tin nhắn MMS thường không quá dài và dung lượng cũng không quá lớn.

Nhược điểm của tiếp thị MMS

Có nhiều nhược điểm khi sử dụng tiếp thị MMS như:

Giống như tin nhắn SMS, tin nhắn tiếp thị MMS được gửi đến số điện thoại di động được các nhà tiếp thị mua từ các nhà điều hành. Các tin nhắn được gửi ngẫu nhiên, đó là lý do tại sao nó có thể được gắn nhãn là thư rác.

Cơ sở tiếp thị di động

Người dùng có thể không muốn nhận tin nhắn không mong muốn. Điều này khiến người dùng cảm thấy khó chịu.

Nó ảnh hưởng đến hình ảnh của công ty vì mọi người có thể khó chịu với MMS không mong muốn tin nhắn.

Tiếp thị Bluetooth

Tiếp thị Bluetooth được định nghĩa là sử dụng các máy phát hỗ trợ Bluetooth để gửi nội dung quảng cáo đa phương tiện đến điện thoại di động hỗ trợ Bluetooth của người dùng. Có nhiều công ty chỉ tham gia sản xuất máy phát Bluetooth vì nhu cầu lớn mà các công ty tiếp thị này thấy được. Việc sử dụng công nghệ Bluetooth đã cách mạng hóa hiện tượng tiếp thị di động. Trong các trung tâm mua sắm, v.v., các máy phát tự động gửi cho bạn nội dung quảng cáo. Hình thức tiếp thị này khá phổ biến và đã đạt được động lực ở mọi nơi trên thế giới. Tiếp thị Bluetooth cũng rất hiệu quả.



Ưu điểm của tiếp thị Bluetooth

Nhiều định dạng tệp có thể được gửi qua Bluetooth. Bạn có thể gửi văn bản, hình ảnh, video, v.v. trong số các tệp phương tiện khác.

Cơ sở tiếp thị di động

Một điểm cộng lớn là hầu hết giao tiếp Bluetooth đều không mất phí như là.

Đồng thời, hoạt động tiếp thị qua Bluetooth có thể dễ dàng mang tính tương tác.

Không có chi phí truyền tải cũng có xu hướng thúc đẩy lĩnh vực tiếp thị này.

Người ta có thể gửi trò chơi, khảo sát, biểu mẫu phản hồi và bảng câu hỏi, v.v.

Tiếp thị Bluetooth có nhiều lợi thế về mặt kỹ thuật so với tiếp thị SMS hoặc MMS phương pháp này vì dữ liệu có thể truyền qua Bluetooth rất mạnh mẽ.

Nhược điểm của tiếp thị Bluetooth

Người ta đã quan sát thấy rằng truyền Bluetooth có thể dẫn đến rủi ro bảo mật cho người dùng điện thoại di động. Virus và phần mềm độc hại khác dễ dàng được truyền qua Bluetooth.

Bản chất của công nghệ Bluetooth và nhận thức của mọi người về những rủi ro liên quan đến công nghệ Bluetooth đã cản trở sự phát triển của phương pháp tiếp thị này.

Chúng ta đã thấy các khía cạnh khác nhau của tiếp thị di động cạnh tranh với nhau như thế nào. Điều này cũng cho bạn một ý tưởng công bằng về kỹ thuật tiếp thị di động nào sẽ có những khía cạnh tích cực và tiêu cực nào.

Tiếp theo, chúng tôi muốn cung cấp cho bạn định hướng về cách tiếp thị di động có thể được sử dụng để tạo khách hàng tiềm năng.

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 4: Các nhà tiếp thị di động cần biết điều này

Khi bạn đã quyết định bắt đầu chiến dịch tiếp thị qua điện thoại di động, có rất nhiều điều có thể giúp bạn thực hiện thành công chiến dịch tiếp thị trên thiết bị di động:

Luôn nhớ rằng kỹ thuật tiếp thị hiệu quả trên môi trường PC không nhất thiết hiệu quả trên nền tảng di động.

Điện thoại di động khác nhau ở một số điểm như màn hình nhỏ hơn, tính di động và khả năng tập trung kém hơn khi di chuyển, v.v.

Ghi nhớ tất cả những hạn chế như vậy, một chuyên gia tiếp thị di động phải đảm bảo thông điệp được đưa ra một cách rõ ràng, súc tích và hiệu quả. Thông điệp phải ngắn gọn và chính xác.

Bạn sẽ tốt hơn nếu sử dụng một số màu sắc nổi bật trên các trang đích thu hút chú ý ngay lập tức.

Quy trình tổng thể phải nhỏ. Thời gian thực hiện và công sức bỏ ra phải ít hơn. Điều này sẽ đảm bảo tỷ lệ chuyển đổi tăng lên.

Bạn nên bao gồm một mẫu đăng ký đơn giản nhưng hiệu quả cho người xem. Điều này sẽ đảm bảo rằng ngay cả khi họ không mua một sản phẩm cụ thể nào đó ngay bây giờ, họ vẫn có thể cung cấp cho bạn thông tin liên lạc có giá trị của họ. Bạn có thể sử dụng những thông tin này cho các chiến dịch khác. Việc xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng tiềm năng vững mạnh rất quan trọng cho sự phát triển của doanh nghiệp bạn.

Bạn có thể tạo nhiều trang đích. Giữ các phong cách và cảm nhận khác nhau cho mỗi trang trang cá nhân. Khi thời gian trôi qua, bạn có thể xác định trang đích nào mang lại nhiều chuyển đổi nhất. Điều này sẽ giúp bạn hiểu điều gì hiệu quả với khách hàng. Bạn có thể học hỏi từ những sai lầm của mình theo cách này và lấy cảm hứng tương tự cho các chiến dịch khác.

Cố gắng bao phủ hầu hết các thiết bị cho chiến dịch tiếp thị di động của bạn. Nó có thể là hiểu rằng trong bối cảnh ngày nay, có nhiều mô hình của nhiều công ty khác nhau cung cấp nhiều hệ điều hành khác nhau. Điều này làm cho tiếp thị di động trở nên

Cơ sở tiếp thị di động

khó khăn đối với bạn. Nhưng hạn chế này có thể khắc phục bằng cách bao phủ càng nhiều thiết bị càng tốt. Bạn nên cố gắng khai thác cả điện thoại thông minh và điện thoại phổ thông. Điều này sẽ giúp bạn có được lượng truy cập di động lớn và tăng tỷ lệ chuyển đổi.

Cố gắng khai thác các thị trường mới. Có một số quốc gia nơi điện thoại di động tiếp thị vẫn chưa bắt kịp tốc độ. Những thị trường này có mật độ di động rất lớn. Nhưng mức độ cạnh tranh vẫn còn rất thấp so với các quốc gia phát triển nơi thị trường đã bão hòa.

Việc có thể đo lường và phân tích hiệu suất của thiết bị di động là rất quan trọng chiến lược tiếp thị. Theo dõi chuyển đổi cho phép bạn có được cái nhìn toàn bộ quá trình cũng như quá trình đo lường và tối ưu hóa đang diễn ra, cho phép cải thiện liên tục kết quả chiến dịch. Bằng cách tập trung vào toàn bộ quá trình từ hiển thị đến chuyển đổi - có thể dễ dàng đạt được lợi tức đầu tư rất tích cực.

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 5: Thu hút khách hàng tiềm năng bằng cách sử dụng tiếp thị di động

Thu hút khách hàng tiềm năng là một phần rất quan trọng để tiếp cận đúng người mua. Hãy cùng xem xét ví dụ này.

Giả sử bạn là người bán phụ tùng ô tô. Bạn đã lên kế hoạch sử dụng phương pháp tiếp thị qua tin nhắn SMS để tiếp cận hai số điện thoại ngẫu nhiên, chẳng hạn như A và B mà bạn lấy được từ danh bạ điện thoại. Trong số hai số này, A thực sự muốn tìm kiếm thông tin như vậy. Anh ấy sẽ rất vui khi thấy nỗ lực của bạn trong việc tiếp cận họ và theo dõi bạn với nụ cười trên môi. Có thể đây sẽ là mối quan hệ lâu dài với khách hàng vì anh ấy đã có ấn tượng đầu tiên tuyệt vời khi nhận được tin nhắn của bạn trên điện thoại di động của mình.

Bây giờ thì hóa ra B không thực sự tìm kiếm bất kỳ dữ liệu nào như vậy về ô tô. Anh ta thậm chí không sở hữu một chiếc ô tô nào nữa vì anh ta đã phá sản trong một thời gian dài. Bây giờ, tin nhắn của bạn hiện lên trên màn hình điện thoại di động của anh ta về cơ bản có cùng nội dung hiện lên trên màn hình của A, có thể được coi là không gì khác ngoài một thư rác gây phiền nhiễu. Ấn tượng đã bị phá hỏng vì anh ta sẽ nghĩ rằng bạn là một tổ chức không quan tâm đến quyền riêng tư của người dùng điện thoại di động. Nỗ lực tiếp cận anh chàng này của bạn sẽ bị coi là nỗ lực bắn vào bóng tối và mong đợi trúng đích.

Ví dụ này giúp bạn thấy rõ tầm quan trọng của việc tiếp cận đúng người mua. Trong lĩnh vực tiếp thị, việc tiếp cận khách hàng tiềm năng càng trở nên quan trọng hơn. Bạn không thể lãng phí thời gian vào những người không quan tâm và đổi lại là nhận được sự tức giận của những người khó chịu dẫn đến hình ảnh xấu cho tổ chức của bạn.



Cơ sở tiếp thị di động

Bây giờ tiếp thị di động có thể được sử dụng hiệu quả để tạo ra khách hàng tiềm năng. Sau đây là cách thực hiện:

1. Sử dụng tiếp thị qua tin nhắn SMS

Bạn có thể gửi tin nhắn SMS đến nhiều số điện thoại di động để thông báo cho họ về sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn.

Bạn có thể yêu cầu thông tin liên lạc của họ thông qua phản hồi trên số điện thoại được đề cập trong

quảng cáo đó. Theo cách này, bạn có thể thu thập khách hàng tiềm năng bằng tiếp thị qua tin nhắn SMS.

2. Sử dụng tiếp thị MMS

Bạn có thể gửi video giải thích về sản phẩm của mình và hỏi về thông tin liên lạc của người xem qua email. Những người

quan tâm có thể gửi cho bạn thông tin liên lạc của họ

qua email.

3. Sử dụng quảng cáo trên trình duyệt di động

Người mua tiềm năng có thể được chuyển hướng đến một trang web/trang mạng nơi người đó có thể điền vào biểu mẫu

đăng ký.

Đây là cách bạn có thể thu hút khách hàng tiềm năng bằng nhiều kỹ thuật tiếp thị di động khác nhau.

Điều này có ích gì?

Bạn có thể lọc tất cả những người không quan tâm trước khi dành thời gian và năng lượng của mình (và

tất nhiên là tiền) cho những người này.

Nó không chỉ giúp bạn tập trung vào những điều quan trọng mà còn giúp mọi người tránh xa

sự tấn công dồn dập của những thông tin không quan trọng đối với họ.

Nó cũng giúp công ty của bạn trông chuyên nghiệp hơn.

Cơ sở tiếp thị di động

Có thể những người nằm trong số những người không quan tâm có thể gợi ý sản phẩm của bạn hoặc phục vụ bạn bè, gia đình hoặc người quen của họ.

Các khách hàng tiềm năng được tạo ra theo cách này có thể chứng minh là rất có lợi và có xu hướng mang lại số lượng chốt đơn lớn hơn so với các khách hàng tiềm năng được tạo ra theo các cách khác. Bạn có thể tự hỏi tại sao các khách hàng tiềm năng được tạo ra bởi các chiến dịch tiếp thị di động lại tốt hơn. Tôi sẽ giải thích cho bạn lý do tại sao.

Các tin nhắn được gửi đến điện thoại di động được xem theo thời gian thực. Điện thoại vẫn nằm ngay trong tay khách hàng hoặc ít nhất là trong túi của họ. Ngay khi khách hàng xem hộp tin nhắn của mình, thường xuyên hơn bất kỳ hình thức tiếp thị nào khác, họ sẽ thấy sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn đang quảng cáo. Họ sẽ có ít thời gian hơn để sử dụng dịch vụ hoặc từ chối. Khi có ít thời gian hơn để quyết định, người ta đã quan sát thấy rằng mọi người thường có xu hướng từ chối ít hơn. Đó là một điều khác nhưng ít nhất chúng ta có thể nói rằng các tin nhắn bạn đã gửi sẽ được phản hồi lại nếu nó đến đúng người. Và với ngày càng nhiều người sử dụng điện thoại di động hiện nay, khả năng tìm thấy ngày càng nhiều "người phù hợp" là khá cao.

Sẽ rất tuyệt cho việc chuyển đổi lựa chọn của bạn nếu bạn cung cấp một số thứ miễn phí khi bạn yêu cầu thông tin chi tiết của khách hàng. Có nhiều thứ mà mọi người có thể thấy hữu ích. Chìa khóa ở đây là cung cấp thứ gì đó có thể dễ dàng thực hiện trên loại phương tiện như điện thoại di động. Bạn có thể cân nhắc cung cấp những thứ sau miễn phí:

Sách điện tử: Bạn có thể sắp xếp một cuốn sách điện tử về chủ đề chuyên môn của mình. Bạn có thể cung cấp liên kết tải xuống miễn phí sau khi ai đó nhập thông tin liên lạc của họ. Điều này không chỉ làm tăng tỷ lệ chuyển đổi mà còn cho họ thấy rằng bạn là chuyên gia trong lĩnh vực nhất định. Do đó, họ sẽ có nhiều khả năng làm ăn với bạn hơn.

Video: Bạn có thể cung cấp liên kết video về một chủ đề hấp dẫn đối với một phân khúc cụ thể. Video có thể liên quan đến lời khuyên của chuyên gia, video hướng dẫn hoặc điều gì khác.

Tư vấn trực tuyến: Bạn có thể đề nghị cung cấp tư vấn trực tuyến hoặc một khóa học nhỏ về chủ đề chuyên môn của bạn. Sau khi họ đã đăng ký, bạn có thể cung cấp cho họ lời khuyên chuyên môn miễn phí.

Bạn sẽ thấy rằng những biện pháp như vậy sẽ làm tăng tỷ lệ chuyển đổi và cũng tạo ra thiện chí giúp đưa thỏa thuận lên tầm cao mới.

Cơ sở tiếp thị di động

Có một số điều mà một nhà tiếp thị phải ghi nhớ khi triển khai tiếp thị di động để thu hút khách hàng tiềm năng. Sau đây là phân thảo về các yêu cầu này:

Vì tin nhắn tiếp thị trên thiết bị di động phải ngắn gọn và súc tích, hãy cố gắng truyền tải thông điệp của bạn bằng càng ít từ càng tốt.

Cố gắng sử dụng hình ảnh hoặc đồ họa phù hợp, hấp dẫn và có liên quan nếu phương pháp tiếp thị bạn đang sử dụng cho phép bạn.

Bạn có thể thử đưa yếu tố vui nhộn vào nội dung tiếp thị. Bạn có thể cân nhắc biến nó thành một cuộc thi nơi người dùng có thể tham gia và giành được một số thứ nhất định.

Điều quan trọng nhất cần đưa vào đây là các thông tin chi tiết cần thiết để đưa hoạt động tiếp thị sang bước tiếp theo, chẳng hạn như thông tin về người đó.

Nếu bạn có tất cả các yếu tố này, bạn có thể có được một cơ sở dữ liệu khách hàng tiềm năng khổng lồ chỉ bằng tiếp thị di động. Đây sẽ là những khách hàng tiềm năng tốt và sẽ mang lại cho bạn lợi tức đầu tư tốt hơn so với bất kỳ khách hàng tiềm năng nào khác mà bạn có thể có được bằng các cách khác.

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 6: Sử dụng trang web tương thích với thiết bị di động

Sự phát triển của Internet là rất lớn. Hầu như mọi doanh nghiệp ngày nay đều có mặt trên web.

Điều này là do người dùng cuối đã bắt đầu tìm kiếm sản phẩm họ muốn trên web.

Lợi thế lớn nhất của việc tìm kiếm sản phẩm trên web đối với người tiêu dùng là họ có thể phân tích các lựa chọn của mình, cố gắng tìm ra các giao dịch phù hợp và trước khi quyết định mua, họ có thể dễ dàng xem các đánh giá về bất kỳ mặt hàng nào trên internet. Có một số đánh giá chủ yếu đến từ những người dùng thực sự của các sản phẩm này. Điều này làm cho chúng có liên quan hơn bất kỳ đánh giá nào khác mà họ có thể tìm thấy. Họ có thể xem cả đánh giá tích cực cũng như tiêu cực và cố gắng có được bức tranh toàn cảnh.

Điều này chứng minh tầm quan trọng của việc có một trang web đối với các doanh nghiệp. Tuy nhiên, bạn sẽ ngạc nhiên khi biết rằng trong số tất cả các trang web, 98% trang web không có phiên bản dành cho thiết bị di động. Bạn có thể tự hỏi phiên bản dành cho thiết bị di động là gì. Trước hết, phiên bản dành cho thiết bị di động chỉ là phiên bản thu gọn của một trang web thông thường hoạt động trên điện thoại di động. Điều này rất cần thiết để có một phiên bản dành cho thiết bị di động của trang web vì hầu hết các trình duyệt điện thoại không có khả năng hiển thị đúng các trang web thông thường. Các trang web thông thường được tạo ra bằng cách ghi nhớ rằng người dùng cuối của trang web sẽ xem chúng trên máy tính có nhiều tài nguyên hơn so với những gì điện thoại di động có thể cung cấp. Đây là lý do tại sao các trang web không hiển thị đúng trên các trình duyệt di động.

Việc tạo đúng loại trang web di động rất quan trọng để mang lại góc nhìn tốt nhất có thể về trang web của bạn. Bạn cũng cần đảm bảo rằng các trang web di động không thể có tất cả các yếu tố của một trang web thông thường. Vì vậy, hãy cố gắng giữ tất cả dữ liệu có liên quan trên phiên bản di động của trang web của bạn. Tất cả đều phải trông gọn gàng và sạch sẽ. Khách hàng tiềm năng cũng phải có cảm giác đang xem một trang web chuyên nghiệp khi họ xem trang web di động của bạn. Bạn có thể thử chỉ sử dụng văn bản. Để làm cho nó trông đẹp hơn, bạn có thể cân nhắc sử dụng các màu sắc khác nhau và các loại phông chữ và kích thước khác nhau được đồng bộ hóa với cảm giác của trang web thông thường của bạn nói chung. Cố gắng đưa lên ít hình ảnh hơn và các tệp phương tiện nặng khác. Bạn có thể bỏ ý tưởng nhồi nhét trang web của mình bằng nội dung không cần thiết. Điều này sẽ tạo ấn tượng xấu cho người dùng.

Có một số nhà phát triển web tham gia vào việc tạo ra các phiên bản di động cho trang web của bạn. Đồng thời, có một số dịch vụ miễn phí cho phép bạn tạo trang web di động của riêng mình trên internet chỉ bằng một vài cú nhấp chuột. Bạn có thể quyết định xem bạn có muốn thuê hay không

Cơ sở tiếp thị di động

một nhà phát triển cho trang web của bạn hoặc muốn tự mình làm việc tùy thuộc vào ngân sách bạn có. Một nhà phát triển sẽ tính phí bạn nhưng trang web mà anh ấy hoặc cô ấy tạo ra sẽ có cảm giác chuyên nghiệp hơn.

Như chúng tôi đã đề cập trước đó trong chương này, chỉ có 2% trang web có phiên bản dành cho thiết bị di động. Chỉ có 2% trang web thu hút được lượng truy cập lớn từ thiết bị di động. Đây có thể là một kho báu. Trong tình huống như vậy, bạn phải tạo trang web dành cho thiết bị di động để ý tưởng và doanh nghiệp của bạn có thể được tiếp cận nhiều hơn dưới dạng lưu lượng truy cập web trên thiết bị di động.

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 7: Cách chạy chiến dịch tiếp thị di động

Các chiến dịch tiếp thị di động có tiềm năng lớn như chúng ta đã thảo luận. Việc chạy các chiến dịch tiếp thị di động cho sản phẩm hoặc dịch vụ bạn đang cung cấp là rất có ý nghĩa. Có một số điều quan trọng cần ghi nhớ khi chạy một chiến dịch tiếp thị di động. Hãy cùng thảo luận về những điều này điểm ở đây:

1. Có một số lĩnh vực kinh doanh cụ thể theo địa điểm. Ví dụ nếu bạn muốn bán một mảnh đất, nó sẽ hấp dẫn những người sống ở gần đó.
Vì vậy, điều quan trọng nhất là phải quan tâm đến các khía cạnh cụ thể về địa điểm của tiếp thị. Bạn có thể yêu cầu khách hàng tiềm năng điền vào một trường bổ sung như múi giờ hoặc khu vực. Sau đó, bạn có thể phân loại khách hàng của mình dựa trên vị trí của họ. Điều này mang lại lợi thế cho chiến dịch tiếp thị của bạn bằng cách cho phép bạn thực hiện tiếp thị có mục tiêu.
2. Thời gian cũng là một khía cạnh quan trọng của chiến lược tiếp thị di động. Có nhiều chương trình khuyến mãi khác nhau cần phải tiếp cận đối tượng mục tiêu trong một khoảng thời gian quy định. Sau khi hoàn thành khoảng thời gian đó, hoạt động tiếp thị có thể không còn liên quan nữa.
Nếu bạn gửi một số lượng lớn tin nhắn SMS đến nhiều số điện thoại di động khác nhau vào giữa đêm, rất có thể bạn sẽ thu hút sự tức giận của những người nhận những tin nhắn này.

Bạn cần xác định thời điểm nào phù hợp nhất cho loại chiến dịch bạn đang chạy và có thể gửi tin nhắn SMS cho phù hợp.

Cơ sở tiếp thị di động



Hóa ra là tiếp thị qua email chậm. Tuy nhiên, tiếp thị qua SMS có thể được sử dụng cho các chiến dịch tiếp thị mà tin nhắn cần được gửi nhanh hơn. Một tin nhắn SMS được gửi gần như theo thời gian thực và cũng có thể được xử lý nhanh chóng. Bạn có thể lựa chọn giữa các tùy chọn khác nhau có sẵn cho mình dựa trên tính phù hợp của phương pháp trong tình huống cụ thể và hành động theo đó.

Những mẹo này sẽ giúp bạn tiếp cận khách hàng tiềm năng hiệu quả hơn. Đồng thời, việc tuân theo các quy trình như vậy sẽ hợp lý hóa cơ sở dữ liệu của bạn để bạn có thể sử dụng cơ sở dữ liệu hiệu quả cho các chiến dịch khác trong tương lai.

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 8: Có một trang web di động cho doanh nghiệp của bạn

Như đã đề cập trong các chương trước, việc có một trang web di động cho doanh nghiệp của bạn có thể chứng minh là một trong những khoản đầu tư tốt nhất. Các trang web di động là cần thiết vì toàn bộ trang web không mở hoàn toàn trên điện thoại di động và chúng hiển thị méo mó và xấu xí. Điều này không tốt cho hình ảnh chuyên nghiệp của công ty bạn. Nếu bạn đang cân nhắc sử dụng trang web di động, bạn có hai lựa chọn. Sau đây là thông tin chi tiết về chúng:

1. WAP

Bạn có thể tạo một trang web WAP và trang web đó sẽ được mở bất cứ khi nào một người mở trang web của bạn trên thiết bị di động của họ. WAP là từ viết tắt của Wireless Application Protocol (Giao thức ứng dụng không dây). Nó được sử dụng để tạo các trang web có thể hiển thị trên các thiết bị không dây, về cơ bản là điện thoại di động. Kích thước kb của một trang web WAP rất nhỏ. Điều này làm cho nó trở thành một lựa chọn tốt khi nói đến việc lựa chọn một đối tác di động của một trang web thông thường. Tuy nhiên, bạn cần phải rất cẩn thận khi bật WAP cho một trang web nhất định. WAP thường làm méo mó trang web rất tệ và khiến chúng không thể đọc được. Sẽ là một ý tưởng tuyệt vời nếu có một chuyên gia giúp bạn thiết lập một trang web WAP. Nếu không, bạn có thể cân nhắc tùy chọn khác mà bạn có để thiết lập một trang web di động.

2. .Di động

.Các trang web Mobi cũng được gọi là các trang web được tối ưu hóa cho thiết bị di động. Chúng có thể xử lý nhiều hơn về mặt hình ảnh. Loại trang web này tốt vì nó cho phép bạn hiển thị một phần trang web mà bạn có thể chọn (hoặc nhờ một chuyên gia chọn thay bạn). Bạn cũng có thể xem các trang web này trên điện thoại di động của mình. Điều này sẽ giúp bạn hình dung được trang web sẽ trông như thế nào trên điện thoại di động. Sau đó, bạn có thể thực hiện các thay đổi cần thiết cho giao diện của trang web.

Lựa chọn thứ ba bạn có là vẫn ở trang web thông thường. Rõ ràng là hầu hết các điện thoại di động không được trang bị để xử lý các trang web nặng như vậy. Chúng sẽ không mở trên điện thoại di động.

Nếu bạn gắn bó với loại trang web này, thì đây không thực sự là một ý tưởng hay vì nó có xu hướng khiến bạn mất đi rất nhiều lưu lượng truy cập mục tiêu. Sẽ hợp lý hơn nếu đầu tư vào phiên bản di động cho trang web thông thường của bạn.

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 9: Các lựa chọn giải pháp thanh toán

Có một số lợi thế khi có trang web di động. Một số sản phẩm và dịch vụ có thể dễ dàng được bán trên trang web di động. Một số trang web thương mại điện tử thành công có một lượng doanh thu đáng kể đến từ các trang web di động.

Khi nói đến việc tìm kiếm các tùy chọn thanh toán phù hợp trên các trang web, bạn cần phải rất cẩn thận. Điều này là do khách hàng của bạn không nên cảm thấy khó chịu về vấn đề bảo mật.



Khi cân nhắc các tùy chọn thanh toán di động cho trang web di động của bạn, bạn có thể cân nhắc PayPal. PayPal đã tồn tại trong một thời gian dài. Nó có uy tín là một kênh đáng tin cậy và an toàn để thực hiện các giao dịch một cách an toàn. PayPal vẫn và đang tiếp tục là một trong những cổng thanh toán an toàn nhất.

PayPal được sử dụng trên một số trang web thương mại điện tử di động. PayPal là công ty hàng đầu thế giới trong phân khúc này và hầu như mọi người đều đã sử dụng PayPal hoặc ít nhất đã nghe nói về điều này. Điều này khiến PayPal trở thành đối tác giao dịch đáng tin cậy.

Cơ sở tiếp thị di động

Ưu điểm khi sử dụng PayPal

PayPal là một dịch vụ được sử dụng rộng rãi và được hầu hết người mua sắm trực tuyến tin dùng.

Sự tin tưởng và độ tin cậy mà PayPal mang lại có thể giúp bạn đạt được doanh số bán hàng tốt hơn

Người mua thường cảm thấy thoải mái khi sử dụng PayPal vì dịch vụ này có uy tín.

Nhược điểm khi sử dụng PayPal

PayPal buộc bạn phải tuân theo một danh sách dài các quy tắc khá nghiêm ngặt.

Liên hệ với PayPal trong trường hợp khẩn cấp có thể khó khăn

Người dùng PayPal phải tuân thủ Chính sách bảo vệ người mua theo đó nếu người mua

khiếu nại với PayPal rằng anh ta chưa nhận được gói hàng, bạn sẽ phải xuất trình bằng chứng xác nhận rằng gói hàng đã được gửi từ phía người bán.

Ngoài PayPal, còn có một tùy chọn khác mà bạn phải thấy trên nhiều trang web thương mại điện tử khác nhau, tức là Giỏ hàng. Giỏ hàng không hoạt động trên điện thoại di động vì điện thoại di động không thể lưu cookie. Cookie là phần mềm cần thiết để ứng dụng Giỏ hàng hoạt động. Chúng cũng an toàn như nhau mặc dù không được biết đến rộng rãi như PayPal.

Có một số nhà cung cấp dịch vụ phần mềm Giỏ hàng cho nền tảng di động. Nhưng thường thì giao diện và cảm giác chung khi sử dụng Giỏ hàng trên nền tảng di động khiến hầu hết người dùng không thích.

Ưu điểm của việc sử dụng Giỏ hàng

Phần mềm giỏ hàng có sẵn dễ dàng từ nhiều nhà cung cấp khác nhau

Nhược điểm của việc sử dụng Giỏ hàng

Giỏ hàng không hoạt động trên hầu hết các điện thoại di động.

PayPal được sử dụng rộng rãi và đáng tin cậy nhất, trong khi Giỏ hàng thì không!

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 10: Tính hợp pháp của chiến dịch di động

Chúng ta đều biết những lợi ích mà chiến dịch tiếp thị di động mang lại. Mọi người đều muốn trở thành một phần của cuộc cách mạng vĩ đại này. Tuy nhiên, có một số điều cần lưu ý khi thực hiện các chiến dịch tiếp thị di động này. Nếu bạn nhận thức và cảnh giác, bạn sẽ không gặp rắc rối. Điều này sẽ giúp bạn tránh được rất nhiều rắc rối và có thể là tiền bạc về mặt tránh được các hình phạt.

Giống như bất kỳ điều gì khác trên thế giới, các chiến dịch tiếp thị cũng nằm trong phạm vi quản lý của các cơ quan pháp lý có trách nhiệm đảm bảo rằng mọi người làm việc trên nền tảng điện thoại di động và tham gia vào các chiến dịch tiếp thị đều tuân theo các nguyên tắc nhất định.

Việc tuân thủ các hướng dẫn này rất quan trọng vì các cơ quan chịu trách nhiệm luôn cảnh giác và theo dõi tất cả các nhà tiếp thị để không có hành vi vi phạm bản quyền và mọi người đều được bình an. Việc cập nhật tất cả các thông lệ tốt nhất sẽ không chỉ giúp bạn tránh xa các vấn đề pháp lý mà còn giúp bạn bảo vệ tài sản trí tuệ của riêng mình?

Sau đây là một số điều bạn nên ghi nhớ để tránh các vấn đề pháp lý:

Không bao giờ sử dụng nhãn hiệu, logo bản quyền, tên, tên công ty đã được đăng ký chiến dịch tiếp thị di động của bạn

Tuân thủ tất cả các luật hiện hành như TCPA và CAN SPAM

Bạn cũng nên tuân thủ Đạo luật Bảo vệ Truyền thông qua Điện thoại hoặc các đạo luật khác áp dụng trong phạm vi quyền hạn của khu vực bạn cư trú. Bạn cần đảm bảo rằng không có cuộc gọi tiếp thị qua điện thoại nào được thực hiện trong những giờ lễ, khoảng từ 9 giờ tối đến 8 giờ sáng ở hầu hết các khu vực. Bạn cũng cần duy trì Danh sách Không gọi điện cho tất cả những người muốn được giữ trong danh sách như vậy hoặc được chính quyền cầm quyền đăng ký trong danh sách như vậy. Bạn cũng cần đảm bảo rằng người gọi thay mặt cho tổ chức của bạn phải là

Cơ sở tiếp thị di động

được đào tạo bài bản và có khả năng xử lý các tình huống khác nhau là một phần của công việc như thế này. Người đó không nên mất bình tĩnh và nói chuyện một cách đúng mực với người ở đầu dây bên kia.



Nếu bạn không tuân thủ tất cả các điểm được đề cập trong các đạo luật quản lý tại khu vực cư trú hoặc nơi bạn hoạt động thì có thể dẫn đến những phức tạp và vấn đề pháp lý không đáng có.

Cơ sở tiếp thị di động

Chương 11: Kết luận

Trong báo cáo này, chúng tôi đã đề cập đến một số khía cạnh về tiếp thị di động. Điều này chắc chắn sẽ giúp bạn xây dựng chiến lược tiếp thị phù hợp. Có một số điều cần lưu ý khi triển khai các chiến lược tiếp thị di động. Mặc dù tiếp thị di động có tiềm năng lớn, báo cáo của chúng tôi cho thấy có một số thách thức nhất định cần phải giải quyết. Có rất nhiều thiết bị di động có hệ điều hành khác nhau khiến các nhà quảng cáo khó có thể hiển thị quảng cáo của họ một cách phù hợp.

Phạm vi tiếp cận của điện thoại di động là rất lớn. Phạm vi tiếp cận khổng lồ này có thể trở thành một phản ứng dữ dội thảm khốc nếu các chiến lược tiếp thị xoay quanh điện thoại di động không thành công. Gần đây, có thể thấy sự ồn ào lớn xung quanh các mối quan tâm về quyền riêng tư. Các mối quan tâm về quyền riêng tư của mọi người phải được chăm sóc chu đáo. Tất cả những vấn đề này đã dẫn đến việc các nhà tiếp thị cắt giảm ngân sách phân bổ cho tiếp thị di động. Các nhà tiếp thị hiện đại phải vượt qua tất cả những thách thức này nếu họ muốn phần khúc này phát triển hết tiềm năng của nó. Tất cả là về việc tìm ra sự cân bằng phù hợp.

Chúc bạn thành công,