موبایل مارکتینگ چیست؟ این سوال بسیاری از صاحبان کسب و کاری است که در فضای آنلاین مشغول به فعالیت هستند و میخواهند از راه های مخلف بر مخاطبان خود اثرگذاری کنند و میزان بازدید خود را افزایش دهند. موبایل در سراسر جهان به عنوان هفتمین رسانه انبوه جهانی شناخته می شود که پس از سینما، رادیو، تلویزیون، گرامافون و اینترنت، بیشترین میزان استفاده را دارد.

گسترش میزان استفاده از موبایل توسط همه افراد جامعه و در کشور های مختلف باعث شده است تا بازاریابی موبایلی رونق پیدا کند و فراگیر شود. بازاریابی هایی که توسط موبایل انجام می شوند، انواع گوناگونی دارند که یکی از انواع آنها موبایل مارکتینگ است. برای آن دسته از افرادیک که به دنبال پاسخ این سوال هستند که موبایل مارکتینگ چیست؟ در ادامه این مقاله از دی ام یار توضیحاتی ارائه خواهیم کرد.

**تاریخچه موبایل مارکتینگ**

تاریخچه موبایل مارکتینگ از سال 2000 میلادی به وجود آمده است و برای اینکه با تاریخچه آن آشنا شویم باید موبایل مارکتینگ را از سال 2000 تاکنون تحت بررسی قرار دهیم.

آغاز تبلیغات موبایلی در سال 2000 میلادی

تاریخچه موبایل مارکتینگ به صورت کلی به سال 2000 میلادی باز می گردد و استارت آن از سال 2000 خورده شده است. تا سال 2000 از اس ام اس برای هیچ گونه اهداف تبلیغاتی استفاده نمی شد اما در قرن 21 یعنی در همان ابتدای سال 2000  میلادی، یک سرویس خبری تیترهای خبری را با پشتیبانی از تبلیغات به شکل رایگان و از طریق پیامک ارسال کرد.

پس از آن در سال 2002 اس ام اس ها به رسانه های جمعی تبدیل شدند و بسیاری از شرکت ها برای ارسال پیشنهادات خود در قالب پیامک و تبلیغ اقدام کردند که این روند بسیار موفقیت آمیز بود و باعث شد که  از گوشی های همراه علاوه بر اینکه برای بازی کردن، عکس گرفتن و تماس های تلفنی استفاده گردد، برای ارائه دادن تبلیغات از سوی تبلیغ دهندگان نیز مورد استفاده قرار بگیرد.

با پیشرفته شدن و هوشمند تر شدن تلفن های همراه در سال 2007 صنعت موبایل مارکتینگ بیش از پیش گسترش پیدا کرد و تبلیغات موبایلی وارد مرحله جدیدی شد. در نهایت نیز با رونمایی شدن از آی پد شرکت اپل در سال 2010 حجم موبایل مارکتینگ در کشور امریکا افزایش پیدا کرد و پس از آن در سال 2014 شرکت های توسعه دهنده نرم افزار اقدام به ساخت تبلیغ در اپلیکیشن های موبایل کردند. این مساله باعث شد تا توسعه دهندگان نرم افزار به دنبال افزایش جذابیت تبلیغات موبایلی باشند. بنابراین در سال 2017 تاکنون موبایل باعث شده که دنیای تبلیغات بیشتر از قبل جهت دهی شود و بازاریابی موبایلی رونق بیشتری بگیرد.

[ایمیل مارکتینگ چیست؟](https://dmyar.com/%D8%A7%DB%8C%D9%85%DB%8C%D9%84-%D9%85%D8%A7%D8%B1%DA%A9%D8%AA%DB%8C%D9%86%DA%AF-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA/) برای خواندن این مقاله بر روی لینک کلیک کنید.

**آشنایی با مفهوم موبایل مارکتینگ**

آن دسته از افرادی که به دنبال پاسخ این سوال که موبایل مارکتینگ چیست؟ می باشند، باید بگوییم بازاریابی موبایلی تکنیکی جدید برای بازاریابی دیجیتال است که در آن هدف اصلی دسترسی به مخاطبان هدف در تمامی تلفن های هوشمند، تبلت ها و سایر تجهیزات دیجیتالی همراه با آنها است تا به این شکل بتوان محصول و یا خدمات مورد نظر را به کاربران تلفن های هوشمند نمایش داد و آنها را با محصول و خدماتی که تحت تبلیغات موبایلی قرار گرفته است، آشنا کرد.

در این روش تبلیغاتی که به موبایل کاربران فرستاده می شوند، معمولا در قالب اس ام اس هستند، اما علاوه بر آن تبلیغات دیگری که در حین روشن کردن اینترنت و یا روشن کردن تلفن هوشمند بر روی صفحه شما پدیدار می شوند نیز در گروه موبایل مارکتینگ قرار دارند. به عبارت دیگر می توان گفت که موبایل مارکتینگ هنر بازاریابی کسب و کار ها و پدیدار کردن آنها بر روی دستگاه موبایل کاربران است که در این روش از کانال های توزیعی مختلفی برای تبلیغ کردن محصولات و خدمات از طریق موبایل استفاده می شود.

**اهمیت موبایل مارکتینگ چیست؟**

تا اینجا به این پرسش که موبایل مارکتینگ چیست؟ پاسخ دادیم. اما آیا می دانید اهمیت بازیاریابی موبایلی چیست و چرا باید در روند معرفی فروش کلا و خدمات خود از آن بهره ببریم؟ علت اهمیت موبایل مارکتینگ را می توان این مساله در نظر گرفت که تلفن همراه امروزه جایگاه بسیار وسیعی در بین مردم پیدا کرده است و از هر وسیله دیگری به افراد نزدیک تر است. به گونه ای که هر کسی زمان زیادی را در طول روز با تلفن همراه خود می گذراند. به عبارت دیگر می توان گفت که جایگاه موبایل در جوامع مختلف به قدری وسیع شده است که حتی جای رسانه هایی از جمله کتاب را نیز گرفته است.

بر اساس تحقیقات جهانی به دست آمده در این زمینه مشخص شده که جست و جوهای آنلاینی که از طریق گوشی های هوشمند انجام می شوند، هر ساله در حدود 200 درصد افزایش پیدا می کنند که به همین دلیل صاحبین مشاغل و کسب و کارها باید بیشتر از قبل به مساله سازگاری وب سایت خود با نسخه های موبایلی دقت کنند و آن را جدی بگیرند تا کاربران موبایلی به راحتی بتوانند از طریق گوشی هوشمند خود به وب سایت های مختلف دسترسی داشته باشند و از مطالب آنها استفاده کنند.

گوشی های هوشمند شرایطی را فراهم کرده اند که با استفاده از آنها فاصله میان کسب وکارهای مختلف با مشتری های آنها کم شده است، به گونه ای که تمامی کاربران گوشی های هوشمند می توانند تنها با چند کلیک ساده و جست و جو کردن کلمه کلیدی مورد نظر در اینترنت پیام و یا محتوایی را دریافت نمایند.

به همین دلیل موبایل مارکتینگ اهمیت زیادی در جوامع مختلف پیدا کرده است و هر کسب و کاری که توسط شرکت های مختلف راه اندازی می شود، به دنبال این است که بتواند به بازاریابی موبایلی راه پیدا کند و به این شکل توسط کاربران موبایلی دیده شود. زیرا این روش تاثیر بسیار بیشتری بر روی کسب و کار ایجاد می کند و مدت زمان دریافت نتیجه رضایت بخش را کاهش می دهد. به صورت کلی در رابطه با اهمیت بازاریابی موبایلی می توان به موارد زیر اشاره کرد:

امکان دریافت خدمات مختلف به شکل سریع و در هر زمان

امروزه مردم به دنبال این هستند که بتوانند خدمات مورد نظر خود را به بهترین شکل ممکن و در سریع ترین زمان به دست آورند و نیازهای خود را تامین کنند که با گسترش موبایل مارکتینگ این موضوع کاربران بسیار زیادی را به چنین اهدافی رسانده است و مشکلات آنها را در این زمینه برطرف کرده و به همین دلیل، این مساله یکی از مهم ترین دلایل اهمیت موبایل مارکتینگ به حساب می آید.

برای اینکه بدانید [اینستاگرام مارکتینگ چیست؟](https://dmyar.com/%D8%A7%DB%8C%D9%86%D8%B3%D8%AA%D8%A7%DA%AF%D8%B1%D8%A7%D9%85-%D9%85%D8%A7%D8%B1%DA%A9%D8%AA%DB%8C%D9%86%DA%AF-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA/) بر روی لینک مربوطه کلیک کنید.

موثر بودن در فروش فیزیکی

به کمک موبایل مارکتینگ نه تنها خرید الکترونیکی و آنلاین رونق گرفته است بلکه با استفاده از این تکنیک، فروش فیزیکی نیز رونق گرفته است زیرا بسیاری از کاربران موبایلی با کمک موبایل مارکتینگ و دریافت پیامک های مربوط به فروش ویژه و تخفیف ها به سوی فروشگاه های مورد نظر کشانده می شوند و در نتیجه در فروش فیزیکی آنها نیز موثر واقع می گردند.

تبدیل شدن موبایل ها به وسیله ای برای تفریح و خرید اینترنتی

امروزه بسیاری از کاربران در اوقات فراغت خود فورا به سراغ تلفن هوشمند می روند تا از طریق آن خرید های الکترونیکی و آنلاین انجام دهند و این مساله برای انها به شکل یک تفریح تبدیل شده است که علاوه بر برطرف کردن نیاز آنها، می توانند در هر ساعت از شبانه روز یک سرگرمی ایده آل برایشان باشد.

**استراتژی های اجرای موبایل مارکتینگ کدامند؟**

حال که فهمیدید موبایل مارکتینگ چیست؟ بهتر است برای داشتن یک کمپین موفق بازاریابی موبایلی با استراتژی های اجرا آن نیز آشنا شوید. برای اینکه موبایل مارکتینگ موفقیت آمیزی در روند افزایش بازدید کسب و کار خود داشته باشید، لازم است که از یک استراتژی صحیح و مناسب برای بازاریابی موبایلی استفاده نمایید و در کنار آن یک برنامه ریزی دقیق را به کار بگیرید. برای اینکه در حوزه موبایل مارکتینگ موفق باشید و به شکل صحیح پیش بروید، لازم است بر اساس استراتژی های اجرای موبایل مارکتینگ که به شرح زیر است، عمل کنید:

**بازاریابی موبایل از طریق اس ام اس (SMS) مارکتینگ**

امروزه برای هر کسب و کاری می توانی تبلیغات پیامکی انجام داد زیرا بسیاری از مشتری ها این تبلیغات را در گوشی های خود می بینند و عده زیادی از آنها به کسب و کار مورد نظر جذب می شوند. اما در این رابطه لازم به ذکر است که برای استفاده از تبلیغات پیامکی نباید آن ها را بدون اجازه اشخاص برای آنها ارسال کنید بلکه باید در وب سایت خود شماره تماس آنها را به همراه اجازه برای ارسال تبلیغ دریافت کنید و سپس برای ارسال پیامک تبلیغاتی به آنها اقدام نمایید.

همچنین باید توجه داشته باشید که ارسال پیامک تبلیغاتی شما باید در راستای مسائلی از قبیل زیر باشد:

* اطلاع رسانی در خصوص شروع یک دوره آموزشی جدید
* اطلاع رسانی در خصوص فرآیند خرید از فروشگاه اینترنتی مورد نظر و انجام پرداخت موفقیت آمیز
* اطلاع رسانی در خصوص امکان استفاده از تخفیف برای خرید از فروشگاه مربوطه
* اطلاع رسانی کردن در رابطه با موجود شدن یک محصول خاص و ویژه در فروشگاه
* ارسال کردن پیام های تبریک برای مناسبت های خاص مانند: سالروز تولد

**بازاریابی موبایل از طریق اطلاع رسانی‌های پوش نوتیفیکیشن (Push Notification marketing)**

حتما تا به حال در تلفن همراه خود با این صحنه مواجه شده اید که در حین بازی کردن و یا انجام دادن امور مختلف، به صورت ناگهانی صفحه ای تبلیغاتی برای شما باز می شود و برای اینکه بتوانید به ادامه کار خود بپردازید، باید این صفحه را ببندید. به چنین صفحات تبلیغاتی در موبایل، پوش نوتیفیکیشن گفته می شود که برای دیده شدن آن لازم است تا کاربر با آن موافقت کند.

پوش نوتیفیکیشن ها از جمله انواع استراتژی های موبایل مارکتینگ هستند که امروزه صاحبین کسب و کارهای مختلف به وفور از این تکنیک برای موبایل مارکتینگ خود استفاده می کنند.به عنوان مثال شاید تا کنون برایتان پیش آمده است که نرم افزاری را بر روی گوشی نصب کنید و هنگامی که نسخه جدیدی از برنامه مورد نظر ارائه داده می شود، برای شما اعلانی ظاهر می گردد که استفاده از چنین ابزار هایی فقط برای نسخه جدید اپلیکیشن نیست بلکه بسیاری از فروشگاه ها نیز برای اطلاع دادن به مشتریان خود در خصوص محصولات جدید و یا رویدادهایی مانند: برگزاری جشنواره و یا تخفیف ها از این ابزار استفاده می کنند. یکی از بازی های موبایلی که پوش نوتیفیکیشن در آن به کار می رود، برنامه "پو" است که در این بازی با کمک نوتیفیکیشن می توان از وضعیت با خبر شد.

**موبایل مارکتینگ از طریق امکان موقعیت مکانی یا جی پی اس (Location-based marketing)**

موبایل مارکتینگ از طریق موقعیت مکانی و یا جی پی اس به این معنا است که کسب و کار موبایلی خود را بر مبنای موقعیت مکانی که در آن واقع هستید، انجام دهید. به عنوان مثال در این نوع موبایل مارکتینگ این امکان وجود دارد که ارسال تبلیغات را تنها برای آن دسته از کاربران موبایلی ارسال کرد که در فاصله مشخصی از دستگاه موبایل شما قرار دارند.

البته لازم به ذکر است که تبلیغات موبایلی و یا موبایل مارکتینگ براساس موقعیت مکانی هنوز در ایران رواج پیدا نکرده است و به صورت نرم افزاری و پیاده سازی پلن های تبلیغاتی از این روش استفاده نمی شود. بازاریابی بر حسب موقعیت مکانی نیز در این زمینه بسیار تاثیرگذار است و استفاده کردن از آن مفید واقع می شود، زیرا چنانچه موقعیت مکانی مشتری را در نظر بگیرید، می توانید به شکل بهتری به آنها خدمات خود را ارائه دهید. علاوه بر آن با اعمال موقعیت مکانی می توانید مطلع شوید که مشتری های شما بیشتر در کدام مناطق سکونت دارند و به این شکل خود را برای خدمات رسانی به انها به نحو بهتری آماده کنید.

برای دریافت پاسخ این سوال که اس ام اس مارکتینگ چیست؟ بر روی لینک کلیک کنید.

**موبایل مارکتینگ با کد QR**

استفاده از QR کد نیز در انواع استراتژی بازاریابی موبایلی جای دارد. به این منظور لازم است که OR کد را در اختیار داشته باشید و آن را بر روی کارت ویزیت و بروشورهای تبلیغاتی قرار دهید تا کاربران بتوانند آن را با گوشی خود اسکن کنند و به وب سایت شما وارد شوند. استفاده از کد QR در موبایل مارکتینگ در بخش هایی به شرح زیر به عنوان پر مخاطب ترین استراتژی در نظر گرفته می شوند:

استفاده از QR کد برای قیمت محصولات

زمانی که کاربران در فروشگاه های مشغول به بررسی محصولات مورد نظر خود هستند، اولین کاری که انجام می دهند این  است که به قیمت محصول مورد نظر خود نگاه کنند. در صورتی که با استفاده از این کد کاربران را به مشاهده قیمت درگیر کنید، می توانید خلاقیت بیشتری را در این زمینه به کار ببرید. به عنوان مثال: با استفاده از این استراتژی می توانید باعث شوید تا کاربران با اسکن کردن کد به راحتی به مشاهده قیمت و محصولات مشابه و حتی قیمت آن بپردازند.

استفاده از QR کد برای مشاهده پیشنهادات ویژه در خصوص تعطیلات

در صورتی که در روز های کاری خود شاهد تعطیلات زیادی هستید، می توانید با کمک این کد با کاربرانتان پیشنهادات ویژه ای را ارائه دهید. به صورت کلی مشتریان برای ایام خاص خود به دنبال پیشنهادات هستند و در صورتی که پیشنهادات مناسبی در این زمان ها به آنها ارائه دهید، می توانید این فرصت را ایجاد کنید که به راحتی برای اسکن کد های شما راغب شوند.

استفاده از QR کد برای پیشنهادات تکمیلی

زمانی که مشتری یک محصول را خریداری می کند، می توانید یک qr کد به آنها ارائه دهید که با کمک آن بتوانند محصولات مشابه محصولی که خریداری کرده اند را ببینند و به این شکل برای خرید محصولات مکمل کالای خریداری شده خود ترغیب شوند. چنانچه در حین انجام این کار کوپن تخفیف نیز ارائه دهید، می توانید مشتری را به خود وفادار تر کنید.

**گیمیفیکیشن (gamification)**

کلمه گیمفیکشن در فارسی دارای معانی متعددی است که آن را به عنوان بازیوار سازی، بازیگونگی، بازی کاری، بازی پردازی و ... می شناسند. در میان تمامی معادل های فارسی کلمه گیمفیکشنبا  واژه بازیوارسازی معادل مناسب تری دارد که از آن برای استفاده از المان های بازی و برای پیشبرد اهداف در فضایی که در حالت پیش فرض هیچ گونه ارتباطی به بازی ندارد، استفاده می شود.

گیمفیکشن باعث می شود تا با اضافه شدن بازی و سرگرمی به کارها، آن دسته از کارهایی که برای ما سخت هستند و یا به انجام دادن آنها بی میل هستیم، میل و رغبت پیدا کنیم. به عبارت ساده تر می توان گفت که گیمفیکشن به جای آنکه کاربران موبایلی و مشتریان را بر روی خرید متمرکز کند، آنها را به بازی سرگرم می کند و باعث می شود که یک درگیری ذهنی با برند مورد نظر ایجاد شود تا به این شکل وفاداری مشتریان به برند مورد نظر افزایش پیدا کند.

**تبلیغات درون برنامه ای (App-based Marketing)**

منظور از تبلیغات درون برنامه ای در حالت کلی این است که تبلیغات در محیط اپلیکیشن های تلفن همراه انجام شود، زیرا بر اساس آمارهای به دست آمده در این رابطه مشخص گردیده است که امروزه کاربران موبایلی چیزی در حدود 87 درصد از زمان خود را در اپلیکیشن ها می گذرانند در حالی که تنها در حدود 13 درصد از آنها در وب سایت ها فعال هستند.

علاوه بر آن لازم به ذکر است که در میان این آمار نیمی از افراد وقت خود را با یک اپیلیکشن که مورد علاقه آنها است، سپری می کنند و عده دیگر به وقت گذرانی در 5 اپلیکیشن برتر می پردازند. حال با وجود اینکه روز به روز به استفاده از اپلیکیشن ها افزوده می شود، مسلما اپلیکیشن های بیشتری نیز دانلود می شوند و مورد استفاده توسط کاربران قرار می گیرند که به همین دلیل تبلیغات درون برنامه ای را می توان یکی از مهم ترین بخش های موبایل مارکتینگ در نظر گرفت.

[دیجیتال مارکتینگ چیست؟](https://dmyar.com/%D8%AF%DB%8C%D8%AC%DB%8C%D8%AA%D8%A7%D9%84-%D9%85%D8%A7%D8%B1%DA%A9%D8%AA%DB%8C%D9%86%DA%AF-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA/) برای آشنایی بیشتر با این مفهوم بر روی لینک کلیک کنید.

**ابزارهای مورد استفاده در موبایل مارکتینگ چیست؟**

مسلما برای موبایل مارکتینگ نیز مانند امور دیگر به ابزاری نیاز است که باید این ابزار ها فراهم شوند تا بتوان موبایل مارکتینگ را به خوبی انجام داد. از جمله مهم ترین ابزار های مورد استفاده در موبایل مارکتینگ را می توان مواردی به شرح زیر در نظر گرفت:

ردیابی کردن اپلیکیشن ها به کمک tune

tune  ابزاری برای مانیتورینگ و تجریه و تحلیل و همچنین پیگیری کمپین های بازاریابی است. این شرکت می تواند راهکارهای بسیار زیادی برای بازاریابی درون اپلیکیشنی، تجزیه و تحلیل کردن اپ استور ها، هوش بازاریابی و ... ارائه دهد.

ابزار Admob

Admob را می توان در قابلب یک شبکه رسمی تبلیغاتی که توسط گوگل برای موبایل در نظر گرفته شده است، معرفی کرد. در این برنامه برای کسب درآمد از اپلیکیشن استفاده می شود و آن دسته از بازاریابان موبایلی که مایل به کسب درآمد از طریق اپلیکیشن های خود هستند و یا می خواهند که نرم افزار خود را در نرم افزار های دیگر تبلیغ کنند، باید از admob استفاده نمایند.

ابزار localytics

این ابزار به گونه ای است که می تواند اپلیکیشن موبایل را به صورت پیشرفته تجزیه و تحلیل کند و علاوه بر آن قادر است تا امکانات بسیار زیاد دیگری نیز از قبیل: زمان واقعی، هدف گیری هوشمند، مدیریت کمپین، مشارکت چند کاناله، و موارد دیگری را نیز فراهم نماید.

ابزار flurry

Flurry به ابزاری در زمینه بازاریابی موبایلی گفته می شود که به کمک آن می توان اپلیکیشن ها را مدیریت کرد و به تجزیه و تحلیل انها پرداخت. این ابزار به عنوان یکی از مهم ترین ابزار های موبایل مارکتینگ برای برند های دارای نرم افزار در نظر گرفته می شود.

ابزار mixpanel

Mixpanel از جمله ابزار هایی است که امکان استفاده از آن برای تجزیه وتحلیل موبایل و تحلیل وب وجود دارد. با استفاده از این ابزار می توان کاربران موبایل و وب را با هم پیوند داد و میزان بازگشت مشتری و تفاوت های تعامل را با کمک این ابزار سنجید.

ابزار yelp

ابزار yelp در طول ماه دارای 72 میلیون بازدید کننده تلفن همراه است و 25 میلیون کاربر فعال به صورت ماهیانه از این اپلیکیشن استفاده می کنند. بر اساس نتایج به دست امده از تحقیقات انجام شده در این زمینه مشخص گردیده که در حدود 74 درصد از جست و جو هایی که در yelp انجام می شوند، توسط تلفن همراه می باشند.

ابزار countly

این ابزار در خصوص تجزیه و تحلیل اپلیکیشن متن باز مورد استفاده قرار می گیرد. از این ابزار برای تمامی دستگاه ها و نرم افزار ها استفاده می شود. به عنوان مثال: اندروید، ios ، ویندوز و blackberry تماما دستگاه هایی هستند که این ابزار برای آنها استفاده می شود.

**تکنیک‌ های موفقیت در کمپین های موبایل مارکتینگ**

تا اینجا به این سوال که موبایل مارکتینگ چیست؟ و چه استراتژی هایی برای اجرای آن وجود دارد، جواب دادیم. اما برای اینکه بتوان موبایل مارکتینگ را به شکل موفقیت آمیزی انجام داد، لازم است تا برخی از تکنیک های موفقیت در این زمینه را به کار بگیرید که این تکنیک ها عبارتند از:

قرار دادن برگه های تخفیف برای کاربران موبایلی

یکی از بهترین تکنیک ها برای موفقیت در کمپین های موبایل مارکتنیگ، استفاده از کوپن تخفیف برای افرادی است که از طریق اینترنت با شما در ارتباط هستند. ارسال کردن این کوپن های تخفیف به مشتری ها باعث می شود که آنها به گروه مشتریان ثابت شما بپیوندند و برای خرید از مجموعه شما تشویق گردند.

حضور فعال داشتن در شبکه های اجتماعی

همان طور که می دانید منظور از شبکه های اجتماعی، اینستاگرام، تلگرام، واتس آپ و ... است که این شبکه های اجتماعی بیشترین کاربرد را توسط کاربران موبایلی دارند و به همین جهت اگر در این شبکه های اجتماعی حضور فعالی داشته باشید می توانید بیشتر از هر نوع تبلیغ دیگری به چشم مخاطبان خود بیایید و توسط آنها دیده شوید. در نتیجه اگر یک پیج فعال در اینستاگرام و یا تلگرام داشته باشید توسط کاربران این نوع شبکه های اجتماعی شناخته می شوید و مخاطبان دائمی خود را پیدا می کنید.

برای پاسخ به این سوال که [بازاریابی محتوا چیست؟](https://dmyar.com/%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D8%A8%DB%8C-%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D8%A7-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA/) بر روی لینک کلیک کنید.

تبلیغات خود را برای بازاریابی محلی بهینه کنید

توجه داشه باشید که در فرایند موبایل مارکتینگ حتما تبلیغات را برای بازاریابی محلی بهینه نمایید، چراکه از هر سه سرچ گوگل، یک جستجو با هدف محلی (پیدا کردن نشانی منطقه کاربر) می باشد. این امر برای کسب و کارهایی که ماهیت آنها به داشتن مکان گره خورده از جمله رستوران ها، کافی شاپ ها و ... ، بسیار پررنگ تر است.

بر روی مخاطبان هدف خود تمرکز کنید

یکی دیگر از تکنیک های موثر موبایل مارکتینگ این است که حتما به مخاطبان هدف خود توجه کنید، چرا که مخاطبان شما، نوع بازاریابی موبایلی شما را مشخص می کنند. شما باید با پرسونای مخاطبان خود آشنا باشید و نیازها و دغدغه های آنها را بدانید تا بتوانید در همین راستا تاثیرگذاری بیشتری بر ذهن آنها داشته باشید. در واقع شما باید با ویژگی ها مخاطبان از جمله جنسیت،گروه سنی، علایق و تحصیلات آنها آشنا باشید تا بتوانید انواع تبلیغات موبایلی را در جای درست برای آنها بکار ببرید.

استراتژی های مختلف موبایل مارکتینگ را امتحان کنید

در موبایل مارکتینگ روش های متنوعی وجود دارد که شما می توانید هرکدام از آنها را امتحان کنید و نتایج هرکدام را بررسی نمایید. به طور مثال در ارتباط با بازاریابی موبایلی از طریق ایمیل می توانید از تست A/B در بین دو زمان ارسال کردن ایمیل در صبح و شب استفاده کنید و در نهایت بررسی نمایید که آیا ارسال کردن ایمیل در هر روز صبح تاثیرگذارتر است، یا اینکه ساعت ۹ تا ۱۰ شب زمان بهتری می باشد.

نتایج استراتژی های بکار گرفته شده را بررسی کنید

آزمایش کردن روش های مختلف در موبایل مارکتینگ بسیار خوب است، اما در صورتی که آنها را ارزیابی کنید و عواملی که بر رو نتایج مثبت و منفی آن موثر بوده را شناسایی نمایید تا در نهایت بتوانید از هرکدام از این روش ها برای تعیین کردن استراتژی‌های جدید بهره ببرید.

نتیجه گیری

از آنجا که بسیاری از فعالان حوزه دیجیتال مارکتینگ و صاحبان کسب و کار برای افزایش بازدید و فروش خود برایشان این سوال پیش می آید که موبایل مارکتینگ چیست؟ در این مقاله سعی کردیم مطالبی را در این خصوص ارائه کنیم تا بتوانید تکنیک ها و استراتژی اجرای آن را در کسب و کار خود مورد استفاده قرار دهید و نتیجه ای رضایت بخش دریافت کنید.

همان طور که در این مقاله مطالعه کردید، بازاریابی موبایلی در طول تاریخ و با پیشرفت تکنولوژی گسترش زیادی پیدا کرده است و میزان استفاده از آن تا کنون افزایش های چشم گیری داشته که با این وجود، می توان گفت از آنجایی که تکنولوژی دائما در حال پیشرفت است و توسعه آن روز به روز بیشتر می شود، همچنین با در نظر گرفتن این مساله که گوشی های هوشمند دائما در حال تغییر و تحول هستند و به قابلیت های آنها افزوده می شود و هر روز شاهد نسخه های جدید و پیشرفته تری از گوشی های هوشمند و راه یافتن آنها به بازار هستیم، مسلما موبایل مارکتینگ نیز در سال های آینده توسعه چشم گیری پیدا خواهد کرد و کسب و کارهایی که به این واسطه انجام می شوند، بر رونق آنها افزوده می گردد. چنانچه نیازمند دریافت خدمات دیجیتال مارکتینگ از جمله موبایل مارکتینگ برای افزایش اثرگذاری بر مخاطبان خود هستید، می توانید با کارشناسان ما در دی ام یار تماس بگیرید تا اطلاعات لازم را در اختیار شما عزیزان قرار دهند.

برای دانلود پی دی اف مقاله کلیک کنید.