

手机营销 更新、更快、更准

■本报记者 李星星

在公交车上,我们已经很难看到捧着纸质图书阅读的读者了,更多的读者则目不转睛地盯着自己的手机或者手持阅读器,而内容,还是那些内容;我们也很难看到书店或出版社给读者邮寄传单邀请他们参加活动,而是通过手机平台给读者发短信,就可以让千万读者了解活动的详情。

这是一个快速消费的时代,数字出版仍然难以在短期内代替纸质出版。但是,数字阅读和手机网络营销已经被大众普遍接受。谁能够抓住先机,利用好这些新的营销平台和手段,谁就能得到更多的实惠。尤其是在3G业务快速发展的今天,手机的功能不断翻新,能够实现的功能也越来越多,谁能够充分挖掘手机的这些新功能,谁才能在市场营销中出奇制胜。

手机营销能带来什么?

手机营销,是以作为视听终端、上网平台的手机为媒介的个性化信息传播过程,是以分众传播为目标,应用互动传播并能产生定向传播效果的大众传播媒介——手机为基础的一种营销模式。

移动营销专家李映坤认为,手机营销是未来的一种趋势,中国拥有庞大的手机用户群体,手机已成为人们生活中的一种必备工具,并且运用手机营销可以让企业实现随时随地随身的精准营销、互动营销和忠诚营销。

那么,手机营销到底能给我们带来什么?

首先是省钱。在没有手机之前,我们要发布一条活动信息,要开展一项调查,首先需要设计内容,然后印制各种宣传纸张,最后还要安排员工专门去张贴或者散发传单。这样的营销手段,不仅需要大量的人力,更重要的是财力的付出。有了手机营销平台就简单多了。营销人员只需要将宣传内容编成短信,然后放到平台上,选择好受众群体的手机号,轻点一下鼠标就完成了这项工作。省钱不说,更重要的是能够做到更加精准的营销。

精准营销,就是手机营销带来的第二个好处。以前的营销手段,我们不知道有多少人真正看到了宣传信息,也不知道哪些人看到了宣传信息。但现在情况就不一样了,受众人群是我们可以控制的,我们也知道收到信息的是哪一类人群。通过这种细分的营销方式,能够将相关的活动与相关的人群结合起来,营销的关联性更精准,效果当然会更明显。

第三个好处是可以有效地扩展受众群体。当读者收到一条来自书店的活动信息时,如果自己感兴趣,或者身边的朋友感兴趣,他只需要将短信转发,就可以为书店带来更多潜在的读者。这样的推荐,不仅比书店的活动宣传更有效,也比书店简单地依靠增加宣传资料的散发范围和数量要容易得多。

第四个好处是可以随时与自己的会员保持联系,增进感情。在过节的时候,利用手机平台给书店的会员发送一条祝福的短信(这个时候最好不要发促销信息,如果有必要,应该单独发);在会员过生日的时候,发一条祝福生日快乐的短信;在新书到店的时候,及时给有需要的会员发送他们急需的信息……这些,都更方便,也可以使会员对书店的好感和忠诚度增加。

营销建议:手机营销是个新东西,需要不断地揣摩它的好处。有些企业做过手机营销,但是效果不理想,就放弃了。这是一个需要积累的过程。在业外,手机营销早已铺天盖地,如果实在找不到好的办法,不妨借鉴一下业外的经验。手机营销的好处还有很多,比如环保之类的。更何况,多一种营销手段,也不是一件坏事。

手机营销有哪些方式?

不要以为手机营销就是给会员发个短信介绍活动这么简单,手机可以利用的地方其实有很多。

短信,是目前很多出版社和书店用得比较成熟的一种营销方式。内容大多为新书信息发布、活动预告或最近的一些重要促销信息等。这种信息的发布带有很大的随机性,什么时候有需要就什么时候发。在受众的选择方面不会考虑太多,一般是群发,也就是给手头能掌握到的所有受众都发送信息。

手机报,是在彩信兴起后出现的另一种营销方式。手机报的内容比短信要丰富得多,不再受限于一条短信只能有70个字,也不再只是文字,而增加了彩色图片、主题分类,乃至互动问答等方式。相比简单的文字短信,受众对手机报的接受程度和阅读程度要高得多。但是手机报的制作和发送成本相对高一些,而且与受众的手机功能也有一定的关系,所以目前采用这种手段的出版社或书店还很少。

第三种是手机网站。出版社和书店建立自己的网站已经不是什么新鲜的话题了,但是开通手机网站还是最近的事情。今年上半年,当当网开通了手机网站,读者可以通过手机上网浏览当当网,查询自己想看的图书信息,甚至可以直接在手机上下单订购自己想要购买的图书。今年11月底,北京图书大厦也开通了手机网站,接受读者的查询、浏览和订购业务。这种方式的好处在于读者能够根据自己的情况随时随地了解书店的信息,并且不再被书店的网点布局或电脑网络所限制,甚至在公交车上就可以购买自己想看的图书。

随着3G业务的不断推进,手机营销或许还有新的方式。比如某家运营商推出的“面对面客户服务”,用户拨打服务热线后不再是简单的通过按键选择,而是与出现在手机屏幕上的真人客服进行交谈,能够达到面对面的效果。

如果说上面的方式都是对外的,那么手机还有一种对内的营销方式。如某保险公司针对招聘的新业务人员,就充分利用手机短信的功能,每天策划一条励志短信发给业务人员。在新业务人员培训结业、刚刚上岗开展业务之时,公司又为业务人员制定了业务推广的短信内容,在12:00-13:00,通过短信平台发送出去。这样,员工随时随地都能得到来自公司的指导信息,随时可以得到自己需要的帮助。

营销建议:手机营销的方式其实也有很多,每种方式都有自己的局限性。短信文字太少、内容不够丰富,手机报需要开通彩信功能,手机网站需要更复杂的技术支持等。出版社和书店在选择营销手段的时候,应该根据自己的实际情况和需要有所区别。在这个基础上,再想如何将手机营销做得更有花样,更容易被读者接受。



手机营销有什么技巧?

手机营销的好处显而易见,但弊端也很明显。很多读者不愿意每天接受一些与自己无关的信息,甚至一收到这类营销信息看都不看就直接删掉。这个时候,我们需要一些技巧。

第一,建立一个合法的数据库。千万不要一股脑儿地往数据库里添加手机号码,要先征求目标受众的意见,得到他们的应允。这一点,目前很多书店都在会员申请的时候向会员推荐书店的这种营销策略,绝大部分的会员表示支持。用户选择订阅后或者在选择订阅的过程中,书店应该关注用户所期望的信息发送频率,以及在信息发送频率过高或者有可能收取信息服务费的情况下,如何让用户方便地退订。同时,一旦有读者表示对这种信息厌倦或者不接受时,应该告诉他们“标准的发送频率”期间。如果仍然不愿意接受,应该及时地将其从数据库中隔离开来。

第二,用固定的号码发送。我们经常可以收到同一家书店发的短信,但是显示的号码却每次都不一样。其实固定号码可以保证书店的品牌完整,也能使读者对这个号码产生熟悉的感觉,而不至于产生排斥心理。

第三,在短信的内容上多下点工夫,尤其是目前采用文字短信的书店。记住,你每条短信只有140个字符的容量,内容必须简明扼要。所以在内容编辑上得走一些捷径。举例来说,用数字“2”代表“to”,用“B”代表“Be”,这样就可以节省一个字符。

注重短信主题的相关性。这是手机营销中最重要的一点。因为它不是E-mail,短信非常私人化而且无论人们在做什么都会被打扰。编辑的短信内容必须非常切题,比如某项活动的关键词、打折促销的折扣等,必须在第一句话就告诉读者他感兴趣的东西,引导他继续看下去。

注重短信发送的时效性。手机的容量是有限的,提前发送短信的后果只能是读者的手机短信太多导致短信直接被删掉。所以,必须将发送短信内容的时机掌握好,既不能太早使读者等待的时间太长,也不能太晚而使受众没有准备参与的时间。

营销建议:手机营销是件好玩的事情。关键在于不要让人把它当成骚扰短信。所以,编辑短信的时候应该考虑读者的实际情况,最好在读者申请会员的时候细化他的兴趣、爱好、工作、学习情况,这样能够保证手机营销更有针对性,能够更容易被读者接受。

相关阅读

手机营销的十种招式

1.手机广告服务

大抵可以采取三种形式发布:一、手机植入式广告;二、搜索隐性广告;三、优惠券式广告。

2.手机短信服务

在3G时代,短信很可能是一段视频、一段录音、一个DIY的图片集。

3.手机搜索服务

人们在生活中遇到的问题会不断增加,特别对于年轻人群,有疑问就用手机搜索答案。

4.手机在线游戏

这种游戏将按流量、装备、下载次数等比传统电脑在线游戏更多的方式进行收费。手机对用户的黏度强,所以更有获利空间。

5.手机地图向导

这类服务可以根据流量或下载次数或查询次数进行收费,此类服务类似114查询,但它还会有更多的增值服务,如代订机票等。

6.手机点播服务

长途旅行或外出,无疑会增加人的疲劳感,看看手机电视或电影,将有助于娱乐身心。

7.手机视频服务

这类服务需要带宽好的无线传输技术,但只要消费者愿为此买单,就会有商家出现。

8.手机秘书服务

集会议记录、打字、时间提醒、健康提示、出差排期等一揽子现代秘书需承担的事物于一体,全都可由贴身的手机秘书代劳,相对人来说,准确度更高得多。

9.手机下载服务

现有手机下载软件的下载速度比较慢,这为新的手机下载软件运营商带来机遇。

10.手机导购服务

消费者在购物时,只要走进一家商场,开启蓝牙设备,就可以知道有哪些商品在打折。专业的服务商,可以将此类业务收集起来,做成数据库,向会员消费者定时按关键词“汇报”,显示产品图片、价格、制造商、购买地点甚至柜台号、抵达路线等。服务商收取会员费或按导购服务天数、流量计算服务费。

(信息来源/中文地平线网站)