Мобильный маркетинг: содержание, потенциал, воздействие

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

1.1 Понятие и сущность мобильного маркетинга

1.2 Инструменты и виды мобильного маркетинга

1.3 Область применения мобильного маркетинга, его преимущества и недостатки

2 АНАЛИЗ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ

2.1 Характеристика маркетинговой деятельности фирмы

2.2 Разработка кампании мобильного маркетинга

2.3 Достижения и потенциальные возможности мобильного маркетинга и его результаты для клиентов фирмы

3 ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В КАЗАХСТАНЕ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Приложения

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Понятие «мобильный маркетинг» является совсем молодым, и своим возникновением обязано, в первую очередь, появлению мобильного Интернета. Собственно, популярность и доступность мобильного Интернета, число пользователей которого возросло за последние годы в десятки и сотни раз, обеспечили формирование уникальных условий для внедрения стратегий маркетинга через мобильные устройства.

Мобильный маркетинг – это использование мобильной среды как средства маркетинговых коммуникаций, распространение рекламных сообщений клиентов через беспроводные сети.

Сущность мобильного маркетинга заключается в использовании интерактивных беспроводных средств массовой информации для предоставления клиентам персонализированных данных о потенциальных потребителях, что способствует дальнейшему продвижению товаров, услуг и идей, тем самым создавая ценности для всех заинтересованных сторон

Инструменты мобильного маркетинга следующие:

SMS– технология, позволяющая осуществлять приём и передачу коротких текстовых сообщений с помощью мобильного устройства;

MMS– система передачи мультимедийных сообщений (изображений, мелодий, видео) в сетях мобильной связи;

IVR– голосовое меню, позволяющее позвонившему, общаясь с автоинформатором, получить информацию по интересующим вопросам, сделать заказ, узнать об акциях, скидках, мероприятиях и пр.;

WAP (- беспроводной протокол передачи данных) – создан специально для сетей GSM, где нужно устанавливать связь портативных устройств с сетью Интернета;

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Кузнецова Е. Ю. Мобильный маркетинг — современный эффективный инструмент продвижения [Текст] / Е. Ю. Кузнецова, М. Ф. Анфимова // Проблемы современной экономики: материалы III междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2013 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2013. — С. 85-87.

2 Мобильный маркетинг // <https://ru.wikipedia.org/>

3 Чеглакова Л.С. Мобильный маркетинг: тенденции и перспективы // <http://mosi.ru/ru/conf/articles/mobilnyy-marketing-tendencii-i-perspektivy>

4 Партнерская программа «Мобильный маркетинг» G o l d e n P y t h o n I n c o r p o r a t e d // www.gpi-group.ru

5 Мобильный маркетинг // <http://artmodernmarketing.com/reklama/mobile-marketing>

6 Мобильный маркетинг: реальные возможности и надежды на будущее // Агентство мобильного маркетинга «Стримлайн»

7 Возможности мобильного маркетинга // Агентство мобильного маркетинга «Стримлайн»

8 Мобильный маркетинг и реклама // [www.mmgroup.ru](http://www.mmgroup.ru)

9 Мобильный маркетинг. Из чего он состоит? // http://www.biztimes.ru/index.php?artid=1044

10 Использование QR-кодов в маркетинговой деятельности // http://www.slideshare.net/andreasme/qr-7493182

11 10 трендов мобильного маркетинга, на которые нужно обратить внимание // http://www.likeni.ru/analytics/10-trendov-mobilnogo-marketinga-na-kotorye-nuzhno-obratit-vnimanie/

12 Мобильный маркетинг: взгляд из Финляндии // <http://vkurse.obs.ru/node/156>

13 Малютина М. Механики мобильного маркетинга // <http://www.proreklamu.com/news/news-advertising/20437-mehaniki-mobilnogo-marketinga.html>

14 Сфера применения инструментов мобильного маркетинга // <http://innospace.ru/sfera-primeneniya-instrumentov-mobil/>

15 Компания «BrandSmS» // http://brandsms.kz/

16 Финансовая отчетность Компании «BrandSmS»

17 Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами / И.А. Бланк. – М.: Издательство «Омега-Л»: ООО «Эльга», 2011. – 768 с.

18 Jeremiah Owyang A Complete List of the Many Forms of Web Marketing (переводсанглийского) //http://www.marysam.com

19 Как выбрать имя для сайта // Интернет ресурс: <http://www.bxp.ru/>

20 Критерии качественного сайта // Интернет ресурс: <http://www.all4host.ru/>

21 Петрик Е.А. Интернет-маркетинг / Московская финансово- промышленная академия – М., 2004 – 299 с

22 Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. Изд-во: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с.

23 Андреас М. Каплан, Майкл Haenlein, Пользователи всех стран, соединяйтесь! Проблемы и возможности социальных медиа , бизнес-горизонты, том 53, выпуск 1, январь-февраль 2010, с. 59-68

24 Что такое блог? // <http://web2edu.ru/>

25 Скотт, Дэвид Мирман Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. — М.: «Альпина Паблишер», 2011. — 352 с.

26 Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с.

27 Юлия Зеленская SMS-реклама в мобильном телефоне // http://www.advlab.ru/

28 Казахстан на 38 месте в мире по индексу сетевой готовности! // http://zerde.gov.kz/ru/news/2/2390

29 Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан // <http://www.stat.gov.kz/>

30 Маркетинговые исследования в Казахстане: рынок телекоммуникаций и мобильной связи // <http://directmail.kz/>

31 Мобильный маркетинг набирает обороты // <http://profit.kz>

32 Сергей Половников Мобильный маркетинг вырос из коротких штанишек // <http://www.content-review.com/articles/26740/>

33 Проблемы мобильного маркетинга // <http://naked-science.ru/>

34 Иван ХрусталевГлавная проблема мобильного маркетинга – отсутствие инструментов оценки эффективности // <http://www.content-review.com/>

35 Мобильный маркетинг: самое важное // <http://oborot.ru/>

36 Глущенко Иван Мобильный маркетинг в Казахстане // <http://www.slideshare.net/laralarkin/ss-4225114>

37 Мобильные купоны – ориентируемся на Запад // http://imobis.blogspot.ru/