

Was wissen Sie über ...

... Mobile Marketing?

Ursprünglich als Votum für den mobilen Internet-Auftritt proklamiert, ist Mobile First aktueller denn je. Mobile gilt in der Gesellschaft genauso als vorausgesetzt wie Kleider, Essen oder Mobilität, weshalb Mobile First heute als Nutzerverhalten verstanden werden muss. Was bedeutet das nun für werbetreibende Unternehmen? Wie verfolgt man eine sinnvolle mobile Strategie, und welche Spezialkenntnisse sind dafür erforderlich?

TEXT

Ronie Bürgin

Gemäss einer Studie¹ der HSG und HSLU haben gut die Hälfte der Schweizer Unternehmen Mobile-Marketing-Instrumente etabliert. Die andere Hälfte ist jedoch noch weit davon entfernt, Mobile Marketing in ihre Strategien und Marketing Mixes mit einzubeziehen. In Anbetracht der Tatsache, dass das Smartphone zum zentralen Nutzer-Interface geworden ist und Mobile Marketing als Disziplin des Dialogmarketings keine Neuheit ist, ist dies eine eher beunruhigende

Feststellung. Für die Entwicklung einer Mobile-Strategie sind klare Zielsetzungen und die Fähigkeit, diese auch zu erreichen, die Voraussetzung. Wichtige Komponenten hierzu sind die Verfügbarkeit nötiger Technologien, wie beispielsweise für den Einkauf von Werbeflächen oder zur Messung der Massnahmen, sowie eine entsprechende Kultur im Unternehmen. Sind diese Anforderungen erfüllt, ist das Unternehmen fit, die Mobile-Marketing-Strategie in Angriff zu nehmen, die Mobile-Massnahmen auf die Bedürfnisse ihrer Kunden abzustimmen und erfolgreich umzusetzen.

Testen Sie Ihr digitales Wissen!

Ronie Bürgin, Mobile-Experte und Referent der IAB Academy – der Ausbildungseinheit des Branchenverbands der digitalen Werbebranche IAB Switzerland – gibt praxisbezogene Antworten.

Was ist ein zentrales Element von Mobile-Marketing-Aktivitäten?

- Eine App
- Call to Action**
- Grosse Werbemittel

Mobile-Marketing-Kampagnen sollten nach den Zielen «Kundengewinnung», «Kundenaktivierung» oder «Kundenbindung» ausgerichtet werden und sind in diesem Sinn als mobiles Dialogmarketing zu verstehen. Im Zentrum der Massnahme steht somit die Interaktion mit der Zielgruppe, weshalb einer prominenten und attraktiven Handlungsaufforderung für den Erfolg von Mobile-Marketing-Massnahmen elementare Bedeutung zukommt. Die Zielgruppe muss auf einen Blick erkennen, um was es geht und welche Vorteile winken.

Was braucht es für eine effiziente und genaue Messung der App-Nutzung?

- Google-Analytics
- Software Development Kit (SDK)**
- TopRanking

App-Marketing gewinnt im Mobile Marketing zunehmend an Bedeutung. In einer ersten Stufe geht es darum, mittels Werbemassnahmen wie Mobile Advertising oder App-Store-Optimierung eine maximale Anzahl von Downloads zu generieren. Hat der Kunde die App auf seinem Smartphone installiert, sollte die regelmässige Nutzung etabliert werden. Um diesbezügliche Massnahmen gezielt anzusetzen, muss zwischen regelmässigen und gelegentlichen Nutzern oder auch zwischen grossen und kleinen

Warenkörben unterschieden werden können. Solche Insights sind in Bezug auf die Kundenansprache entscheidend und können NUR mittels spezieller SDKs wie «Tune» oder «Adjust» gewonnen werden. Klassische Webtools wie beispielsweise Google Analytics sind dazu ungeeignet und liefern ungenaue Grundlagen.

1 Mobile-study.ch



Der Autor: Ronie Bürgin ...

... ist Head of Mobile Business Development bei Goldbach Group und ein Mobile-Enthusiast der ersten Stunde. Er verfügt über langjährige Erfahrung im Digitalen Marketing und zählt zu den Schweizer Mobile-Pionieren. Als Experte leitet er die IAB-Fokusgruppe «Mobile» und doziert bei der IAB Academy und der htw Chur. Er besitzt ein eMBA für Business Development und ist mit den Mechanismen der Digitalen Transformation bestens vertraut.

Mobile Marketing bei der IAB Academy

Grundkenntnisse in Mobile Marketing werden bei der IAB Academy in folgenden Kursen vermittelt:

- Diplomlehrgang Digital Marketing Grundkurs
- Diplomlehrgang Digital Marketing Aufbaukurs
- Intensivkurs für Entscheider «Digital Marketing Trends kompakt»

Nähere Informationen zum Kursprogramm, zu den Daten sowie den Partnerunternehmen der IAB Academy finden Sie unter iab-academy.ch.

Sponsoren und Partner der IAB Switzerland Association