

Marketing

2. DÍL

v chytrých telefonech a SMS marketing

V minulém díle seriálu o moderních způsobech propagace jsme si ukázali, jak lze hotel či restauraci snadno inzerovat na internetu. Do budoucna však bude čím dál více lidí vyhledávat firmy také v mobilních telefonech.

Podle Googlu budeme vyhledávat přes mobil více než přes počítač možná už v příštím roce. V České republice je v současnosti až 80 % všech mobilních telefonů chytrých, umožňujících přístup na internet. Nepodceňujme tedy sílu inzerce v mobilních telefonech!

PROČ BYSTE MĚLI BÝT VIDĚT I V MOBILU?

Představte si situaci, kdy váš potenciální zákazník jde městem a rád by se někde naobědval. V tuto chvíli může využít právě chytrý mobilní telefon. Ve vyhledávání Googlu zadá slovo „restaurace“, „polední menu“ či podobné sousloví a Google automaticky zjistí polohu uživatele a nabídne mu seznam restaurací, které se vyskytují v jeho blízkosti.

Kliknutím na některou z restaurací se zákazník dostane na její webové stránky, na kterých by měla být informace o poledním menu nebo o jiné nabídce, aktuální pro tento den.

Google také zobrazuje hodnocení všech restaurací, pokud už je někdo v minulosti hodnotil. Zákazník se tak může podívat, jak v nich byli spokojeni dřívější návštěvníci.

CÍLENÍ NA ZÁKAZNÍKY HOTELŮ

Pokud bude váš potenciální zákazník hledat přes telefon ubytování, pravděpodobně tak bude činit v terénu nebo na poslední chvíli až v cílovém místě. Google mu automaticky nabídne nejbližší hotely, ale pokud se hledající nachází ve městě, ve kterém provozujete hotel vy, můžete



Vyhledávání restaurace v mobilním telefonu

mu u těchto výsledků zobrazit svůj inzerát. Můžete u inzerátu nastavit i geografické omezení – např. zobrazit inzerát pouze tehdy, pokud se hledající nachází v okruhu do 5 km od vašeho hotelu.

TEXTOVÉ, NEBO GRAFICKÉ INZERÁTY?

Pokud cílíte na zákazníky, kteří přes mobil hledají restauraci nebo ubytování, pravděpodobně budou hledat přes mobilní Google. Ten v mobilním vyhledávání za-

tím zobrazuje pouze textové inzeráty. Můžete samozřejmě využít i serverů, které nabízejí grafické inzeráty (bannery), ale nebude se jednat o servery poskytující vyhledávání a inzerce, tedy nebude tak cílená. Grafické bannery navíc bývají dražší.

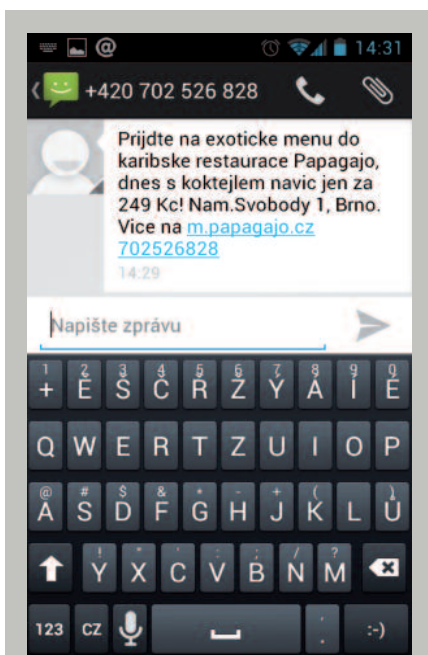
SMS REKLAMA

Určitě vám už někdy byla doručena reklamní SMS zpráva – nakupujete v obchodním centru a přijde vám SMS, že právě dnes probíhá slevová akce. Stejný model můžete použít i pro zviditelnění své restaurace. Tato forma propagace je méně cílená a můžeme ji přirovnat třeba k roznosu letáků do schránek – také oslovíte mnoho lidí, kteří o nabídku nebudou mít zájem. Proto ji nedoporučuji využívat u hotelů – pravděpodobnost, že tak oslovíte člověka, který jde kolem a zároveň hledá ubytování, je malá.

Základ reklamních SMS je opět v geografickém cílení. SMS zprávu můžete rozeslat třeba jen lidem, kteří se pohybují v okolí restaurace během poledne. Navíc je možné cílit i podle dalších demografických vlastností – věku, pohlaví, typu telefonu, v časovém rozmezí apod.

Součástí SMS může být telefonní číslo. Pokud budete cílit na uživatele chytrých telefonů, můžete do SMS přidat i odkaz na vaši webovou stránku. Na reklamní SMS je pěkné také to, že si ji každý přečte, a to většinou do půl hodiny od jejího obdržení.

Cena za jednu poslanou SMS se pohybuje kolem 10 Kč.



Příklad SMS lákající do restaurace



Plakát s QR kódy a NFC

BLÍZKOSTNÍ MARKETING

Blízkostní nebo-li proximity marketing je zvláštním, novým a zatím velmi málo využívaným typem marketingu. Tím, že je nutné, aby zákazník osobně reagoval, hodí se jako doplněk pro stávající zákazníky, kterým umožní zjednodušení interakce s vámi. Nejjednodušším typem je využití QR kódů nebo technologie NFC. Pro využití proximity marketingu je opět třeba chytrý dotykový telefon.

QR kódy vypadají jako čtverec s černými a bílými čtverečky. Po jeho vyfocení chytrým telefonem zákazníka odešlete na webovou stránku nebo mu umožníte uložit si kontakt na vás do telefonu, stát se vaším fanouškem na Facebooku nebo na Foursquare (více o inzerci v sociálních sítích si povíme příštím čísle časopisu). To stejné umí i technologie NFC, která však pracuje s bezdotykovými čipy. Pokud k takovému čipu přiložíme telefon s NFC, otevře se v něm webová adresa, kterou jste do čipu nahráli.

JAK VÁM TO MŮŽE POMOCI?

Použití se nabízí třeba ve spojení se sociálními sítěmi: sedí u vás spokojený zákazník, který by byl ochotný se o vás pozitivně zmínit na Facebooku. Jenže k tomu by v telefonu musel najít vaši facebookovou stránku, a to může být velká bariéra, kterou právě QR kódy nebo NFC překlenou. Zákazník prostě načte kód nebo přiloží telefon a přejde hned na vaši facebookovou stránku, kde klikne na tlačítko „Líbí se“, a je to. Další možnosti

může být rychlé uložení kontaktu na restauraci do telefonu, což v budoucnu usnadní rezervaci pro další návštěvu.

QR kódy je možné natisknout i do jídelních lístků nebo nechat na stole, NFC se používá formou plakátů či nálepek někde v interiéru restaurace/hotelu nebo u jejího vchodu/východu. Zkuste to, v praxi o proximity marketingu zatím nikdo moc neví, a pokud jej využijete, můžete být za průkopníky u svých technicky založených zákazníků, což se pozitivně projeví na vnímání vaší značky.



Snadné získání fanoušků pomocí inteligentního plakátu

CO BYSTE MĚLI VĚDĚT, NEŽ ZAČNETE INZEROVAT NA MOBILNÍCH TELEFONECH

Inzerát zobrazený v mobilním telefonu je jen jakési lákadlo. Když na něj zákazník klikne, bude přesměrován na vaši internetové stránky. Ty by však měly být uzpůsobené pro prohlížení z dotykových telefonů. Současné telefony sice dokážou zobrazit i klasickou webovou stránku určenou pro počítače, ale její prohlížení na malém displeji není pohodlné ani přehledné, může být potíž trefit se prstem na odkaz, který myší trefíte snadno. Mobilní internetové připojení je také pomalejší, takže by stránka měla být co nejméně datově náročná.

Můžete požádat osobu, která se vám stará o webové stránky o vytvoření verze stránek pro mobilní telefony, nebo vytvořit jednoduchou mobilní stránku pomocí nástrojů dostupných na webu, kterou budete zobrazovat právě v těchto případech.

Jak už jsme si řekli na začátku, uživatelé vyhledávají na mobilních telefonech už teď. Pokud ještě chytrý telefon nepoužíváte, nemusíte tomu věřit, ale je to tak. A byla by škoda v tomto odvětví zaspát a přenechat své zákazníky konkurenci. ●

Více informací:

www.awebio.cz/chytre-plakaty

www.awebio.cz/marketing-pro-restaurace

www.awebio.cz/marketing-pro-hotely