

التسويق عبر الهاتف المحمول



التسويق عبر الجوال (Mobile Marketing) هو أسلوب تسويقي يقوم على الترويج للمنتجات والعلامات التجارية والمشاريع عبر استهداف أصحاب الجوال والحواسيب اللوحية من خلال تطبيقات الهاتف والشبكات الاجتماعية والمواقع المتجاوبة والإعلانات الموجهة للهاتف.

1. ما هو التسويق عبر الهاتف (Mobile Marketing) ؟



التسويق عبر الهاتف هو استراتيجية تسويقية تهدف إلى الوصول إلى الجمهور الذي تستهدفه من خلال الهاتف المحمول، وذلك بهدف ترويج منتج أو خدمة معينة.

التسويق عبر الهاتف المحمول: هو أي نشاط إعلاني يروج للمنتجات والخدمات عبر الأجهزة المحمولة، مثل الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية.

2. أهمية التسويق عبر الهاتف المحمول

غيرت الهواتف الطريقة التي يتفاعل بها الناس مع شبكة الإنترنت ومع العلامات التجارية والشبكات الاجتماعية، كما أنها أحدثت ثورة في عالم التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي.

أصبح التسويق عبر الجوال Mobile Marketing ضرورة للشركات والمشاريع الصغيرة والكبيرة على السواء، فقد ازداد اعتماد الشركات عليه للتواصل مع العملاء والتفاعل معهم، واستقطاب عملاء جدد، فأكثر من **68%** من الشركات أصبحت تعتمد على التسويق عبر الجوال في سياستها التسويقية.

هذا الاتجاه المتزايد للشركات والمشاريع نحو التسويق عبر الجوال له أسباب كثيرة، من أهمها أن:

- **الهواتف أجهزة شخصية:** على خلاف الحواسيب وأجهزة التلفاز والبريد الإلكتروني وبقية القنوات التسويقية، فإن الهواتف أجهزة شخصية، لأن الناس يحملونها معهم أينما ذهبوا، ويقضون وقتاً طويلاً على هواتفهم، سواء للتواصل أو تصفح شبكة الإنترنت أو العمل أو اللعب وغير ذلك من الأنشطة، فقد أصبح الجوال جزءاً رئيسياً من الروتين اليومي للناس، لهذا فإن التسويق عبر الجوال يتيح وصولاً مباشراً وفورياً إلى العملاء المحتملين.
- **الهواتف توفر أدوات مناسبة للتسويق:** توفر الهواتف للمسوقين الكثير من الأدوات التي تتيح التواصل السريع مع العملاء المحتملين والتفاعل معهم، مثل التطبيقات، ورسائل SMS و MMS.
- **انتشار استخدام الهواتف:** ازداد معدل استخدام الهواتف في تصفح شبكة الإنترنت، إذ أن **80%** من مستخدمي شبكة الإنترنت يملكون هواتف، كما أن حوالي **51%** من الوقت المقضي على شبكة الإنترنت يكون عبر الهواتف.
- **الشراء عبر الهواتف:** أكثر من ثلث **التجارة الإلكترونية** تتم عبر الهواتف، ويُتوقع أن تزداد هذه النسبة في السنوات القادمة.
- **الكلفة المنخفضة:** على العموم، التسويق عبر الجوال أقل كلفة من التسويق عبر القنوات التسويقية الأخرى.
- **توقعات المستخدمين:** أصبح العملاء اليوم يتوقعون من مواقع الشركات التي يتعاملون معها أن تكون متجاوبة مع الهواتف. كما أن **44%** من الألفيين يريدون أن تتفاعل معهم العلامات التجارية المفضلة عندهم عبر الهاتف. لذلك فإن التسويق عبر الجوال لم يعد مجرد أسلوب تسويقي، بل أصبح حاجة يتوقعها العملاء.

كما يعد تسويق المنتجات عبر المحمول من أهم استراتيجيات التسويق الحديثة، وذلك لما يلي:

- **انتشار استخدام الهواتف المحمولة:** يمتلك معظم الناس في العالم هاتفاً محمولاً، ويستخدمونه بشكل يومي في العديد من الأنشطة، بما في ذلك التسوق والبحث عن المعلومات.
- **الوصول إلى العملاء في أي مكان وفي أي وقت:** يمكن للشركات الوصول إلى عملائها عبر الهاتف المحمول في أي مكان وفي أي وقت، مما يزيد من فرص الوصول إلى أكبر عدد ممكن من العملاء.
- **التفاعل المباشر مع العملاء:** يتيح التسويق عبر الهاتف المحمول للشركات التفاعل المباشر مع العملاء، ومعرفة احتياجاتهم واهتماماتهم، مما يساعد الشركات على تقديم عروض ومنتجات أكثر ملاءمة لاحتياجات العملاء.

3. كيفية استخدام تكنولوجيا التسويق عبر الهاتف المحمول

يمكن للشركات استخدام تكنولوجيا التسويق عبر الهاتف المحمول بعدة طرق، منها:

- **الرسائل النصية القصيرة:** يمكن للشركات استخدام الرسائل النصية القصيرة لإرسال عروض ومنتجات الشركة إلى العملاء، وإجراء استطلاعات الرأي، وتقديم خدمة العملاء.
- **تطبيقات الهواتف المحمولة:** يمكن للشركات إنشاء تطبيقات للهواتف المحمولة، تحتوي على عروض ومنتجات الشركة، ويمكن للعملاء تنزيلها واستخدامها.
- **التسويق عبر الشبكات الاجتماعية:** يمكن للشركات استخدام الشبكات الاجتماعية للتواصل مع العملاء عبر الهاتف المحمول، وتقديم عروض ومنتجات الشركة.
- **التسويق عبر ألعاب الهواتف المحمولة:** يمكن للشركات إدراج منتجاتها وعروضها في ألعاب الهواتف المحمولة، مما يزيد من الوعي بالعلامة التجارية ومنتجات الشركة.

أنواع التسويق عبر الهاتف المحمول

هناك العديد من الطرق التي يمكنك بها التواصل مع العملاء من خلال الهاتف مثل:

- المكالمات الهاتفية.
- الرسائل النصية SMS.
- مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك - انستجرام - يوتيوب).
- البريد الإلكتروني، التسويق باستخدام الباركود QR Code.
- تطبيقات الهواتف المختلفة، التسويق عبر الألعاب الإلكترونية على الهاتف.
- المواقع الإلكترونية (مدونة - متجر)، والتي تتماشى مع خصائص الهاتف (مواقع صديقة للهواتف Mobile-Friendly Websites)
- الإعلانات المدفوعة بمختلف أنواعها.
- (SEO) المحلي: وهو أحد أهم صور التسويق عبر الهاتف التي يعتمد عليها المستخدمين، فالناس تستخدم **خرائط جوجل** والبحث عن أماكن الخدمات من خلال الهواتف. فعندما يبحث أي شخص عن مطعم أو مكتب محاماة أو خدمة صيانة بالجوار منه ويرى النتائج في جوجل سيختار النتيجة الأولى، وهذا هو (SEO) المحلي.

338,7 x 190,5 mm

4. خصائص التسويق عبر الهاتف

إليك أهم خصائص التسويق عبر الهاتف، والتي ستجعلك تتعمق أكثر في معرفة ما هو التسويق عبر الهاتف.

* الاعتماد على الموقع الجغرافي

أهم ما يميز التسويق عبر الهاتف المحمول أنه يعتمد على الموقع الجغرافي بشكل كبير، فمهما كانت الوسيلة التي ستعتمد عليها في التسويق أو التواصل مع عملائك فهي دوماً ستعتمد على موقع جغرافي دقيق.

سواء كنت تعتمد على تطبيق محدد أو على الإعلانات... يمكنك دوماً التأكد أن رسالتك ستصل إلى العملاء الموجودين في الأماكن التي تريدها، وهذا يجعل التسويق عبر الهاتف أكثر فاعلية من غيره.

* البساطة والملائمة

كل شيء على الهاتف يتميز بالسهولة والبساطة، جرب بنفسك أن تقوم بالشراء من أي موقع إلكتروني شهير مرة من على سطح المكتب ومرة من خلال الهاتف. ستجد أن التجربة من خلال الهاتف أبسط وأسهل بكثير، صحيح أن سطح المكتب ربما يعطيك إمكانيات وخيارات أكثر، إلا أن الناس غالباً تبحث عن البساطة والسهولة.

أيضاً الناس دوماً تبحث عن الملائمة، أو ما يعرف بالراحة، فمن يريد أن يبذل مجهوداً إضافياً للحصول على ما يريد.

فمثلاً بدلاً من الذهاب إلى المطعم بنفسك أنت تريد أن يصل إليك الطعام إلى البيت بضغطة زر، يمكنك شراء ما تريد من منتجات وخدمات وأنت في مكانك. كل هذا يوفره لك الهاتف، فكل ما تحتاج إليه هو أن تضع يديك في جيبك ثم تجلب هاتفك وتطلب منه ما تريد.

* إمكانية جمع وتحليل البيانات

هذه الخاصية ليست مرتبطة فقط بالتسويق عبر الهاتف، ولكن ما يجعل التسويق عبر الهاتف مميز هو كم المعلومات التي يمكنك جمعها عن المستخدمين.

فأغلب الخدمات التي يعتمد عليها مستخدمي الهواتف مثل:

- خدمات جوجل المختلفة مثل (البحث – الخرائط – البريد الإلكتروني). (Gmail)
- خدمات فيسبوك مثل (فيسبوك – انستجرام – واتساب – ماسنجر).
- تطبيقات التجارة الإلكترونية.

تجمع عن المستخدمين الكثير من البيانات مثل:

- أفضل الأوقات التي يتواجد بها.
- المحتوى الذي يفضله.
- المعلومات التي يبحث عنها.
- المنتجات التي يحب شرائها.
- دراسة سلوك المستهلك الخاص بكل مستخدم.

* سهولة التواصل مع العملاء المستهدفين

واحدة من أهم خصائص التسويق عبر الهاتف هي سهولة تواصل العملاء معك، بمجرد ضغطة زر يمكن للعميل الاتصال بخدمة العملاء الخاصة بك .

أو يمكنه مراسلتك عبر تطبيقات المراسلة (Chatting) المختلفة مثل واتساب و ماسنجر بدون أي مجهود إضافي، وبدون حتى أن يضطر إلى مغادرة صفحة موقعك الإلكتروني.

* قلة التكلفة

أهم شيء بالنسبة لأي مسوق أو رائد أعمال هو التكلفة، ولهذا السبب التسويق عبر الهاتف يعد من أفضل الخيارات أمام المسوقين نظراً لأنه يمكنك البدء بأقل تكلفة ممكنة.

بل وفي أحيان كثيرة يمكنك البدء مجاناً، فإما ترى ما هي تكلفة إنشاء حساب على فيسبوك أو انستجرام ثم البدء في طرح بعض الصور والفيديوهات.

5. ما الفرق بين التسويق عبر الهاتف المحمول والتسويق عبر التطبيقات؟

إنّ التسويق عبر الهاتف والتسويق عبر التطبيقات هما طريقتين مهمتين للترويج لأنشطتك وأعمالك التجارية ومنتجاتك . وحتى تُقرّر أي النموذجين التسويقيين أفضلُ لعملك، من المهم أن تفهم الاختلافات بين الطريقتين وكيفية عملهما .

في نهاية المطاف، قد يساعد فهم إيجابيات وسلبيات كل نوع من أنواع التسويق في تحديد أي طريقة ستوفر لك عائد استثمار أقوى.

من المهم أيضاً أن تفكر فيما إذا كان السوق المستهدف يفضل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بدلاً من تنزيل تطبيقٍ ما. إذ يعتمد كلّ نوع من أنواع النجاح التسويقي على جمهوره المستهدف، لذلك يجب تحليل كلا النوعين قبل تحديد أيهما يناسب احتياجاتك بشكل أفضل .

نوضح بعض هذه الاختلافات كالآتي:

- 1. الفرق الأساسي بين التسويق عبر الهاتف والتسويق عبر التطبيقات هو أن التسويق عبر الهاتف يعتمد بشكل كبير على منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter و Instagram و SnapChat و LinkedIn، وما إلى ذلك. في المقابل، يعتمد التسويق عبر التطبيقات فقط على تنزيل التطبيقات على الهاتف الذكي .

- إذا كانوا الأشخاص في سوقك المستهدف يفضلون نشر المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من تنزيل تطبيق، يكون التسويق عبر الهاتف خيار أفضل. وبالرغم من ذلك، يمكن أن يكون التسويق عبر التطبيق أكثر فعالية إذا كان الأشخاص في سوقك المستهدف يفضلون تحميل تطبيق أكثر من مشاركة المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3. بالإضافة لإنشاء محتوى أفضل، من المهم قياس العائد على الاستثمار (ROI) من خلال تحليل البيانات باستخدام أدوات التحليل مثل Google Analytics.

لدى كلا النموذجين من التسويق نقاط قوة وضعف، لكن أي نموذج تسويق تقرر اتباعه سيتطلب وقتًا وموارد كافية لتحقيق النتائج المرجوة. سواء اخترت الاستثمار في حملات التسويق عبر الهاتف أم حملات التسويق عبر التطبيقات، فإن الحملات الناجحة تحتاج إلى وضع إستراتيجية ناجحة بالإضافة إلى محتوى عالٍ الجودة.

6. ما الفرق بين التسويق بالهاتف والبيع بالهاتف؟

لمعرفة الفرق بين التسويق بالهاتف والبيع بالهاتف، يجب الحديث عن كل واحد منهما:

البيع من خلال الهاتف

البيع عبر الهاتف تعتبر عملية حيوية لتحقيق التواصل مع العملاء المحتملين وتحقيق الأهداف التسويقية، لذلك إليك كيف يمكن استخدامها بفعالية:

- **عرض المنتجات أو الخدمات:** يمكن للمبيعات عبر الهاتف أن تبدأ بعرض شامل وموجز للمنتجات أو الخدمات التي يقدمها العميل، ومن خلال توضيح ميزات وفوائد المنتجات بشكل واضح، يمكن تحفيز العميل المحتمل على الاهتمام والاستفسار المزيد.
- **الرد على الأسئلة:** توفر المكالمات الهاتفية فرصة للعملاء المحتملين لطرح الأسئلة والاستفسارات، ويجب على البائعين أن يكونوا مستعدين لتقديم إجابات شافية ودقيقة، مما يساعد في بناء الثقة وتحفيز العميل على المضي قدمًا.
- **الإقناع:** يتطلب جزءًا كبيرًا من المبيعات عبر الهاتف مهارات إقناع قوية، وعندما يكون العرض موجهًا بشكل جيد ويتناسب مع احتياجات العميل، يمكن للبائع أن يتحدث بشكل مقنع لدفع العميل إلى الشراء.

التسويق عبر الهاتف

التسويق عبر الهاتف يعتبر أداة فعالة لتحقيق أهداف متعددة في التواصل مع العملاء، وهذه بعض الأغراض التي يمكن استخدامها لها:

- **نشر الوعي بالعلامة التجارية:** من خلال المكالمات الهاتفية، يمكن للشركات تعريف العملاء المحتملين بمنتجاتها وخدماتها، وبناء الوعي بالعلامة التجارية، ويتيح هذا للشركة إيصال رسالتها الرئيسية وتفاصيل الفوائد التي يمكن أن توفرها للعملاء.
- **جمع البيانات:** يمكن استخدام المكالمات الهاتفية لجمع بيانات مهمة حول العملاء المحتملين، مثل معلومات الاتصال أو اهتماماتهم الرئيسية، وهذه البيانات تساعد الشركة في تحديد الفرص المحتملة وتخصيص العروض بشكل أفضل.

7. مزايا وعيوب التسويق عبر الهاتف

***مزايا التسويق عبر الهاتف

هناك العديد من المزايا للتسويق عبر الهاتف، بما في ذلك:

- **التفاعل الشخصي:** يمكن أن تكون المكالمات الهاتفية وسيلة تفاعل شخصية مع العملاء المحتملين. يمكن أن يساعدك ذلك على بناء علاقة معهم و**فهم احتياجاتهم بشكل أفضل**.
- **السرعة:** يمكن أن تكون المكالمات الهاتفية وسيلة سريعة وفعالة للتواصل مع العملاء المحتملين.
- **القياس:** يمكن قياس المكالمات الهاتفية بسهولة، مما يسهل عليك تتبع النتائج وتحسين استراتيجيتك.
- **تحديد الهدف:** يمكن تحديد الجمهور المستهدف بدقة، مما يزيد من فعالية الحملة.
- **تعزيز العلاقة مع العميل:** يساعد في بناء وتعزيز علاقات العملاء من خلال التواصل المباشر.

***عيوب التسويق عبر الهاتف

هناك أيضًا بعض العيوب للتسويق عبر الهاتف، بما في ذلك:

- **التكلفة:** يمكن أن تكون المكالمات الهاتفية مكلفة، خاصةً إذا كنت تقوم بإجراء عدد كبير من المكالمات.
- **الوقت:** يمكن أن تستغرق المكالمات الهاتفية الكثير من الوقت، خاصةً إذا كنت تقوم بإجراء عدد كبير من المكالمات.
- **الرفض:** قد يرفض بعض العملاء المحتملين المكالمات الهاتفية، خاصةً إذا كانوا مشغولين أو غير مهتمين بما تقدمه.
- **التنظيم:** يمكن أن يكون تنظيم التسويق عبر الهاتف أمرًا صعبًا، حيث تحتاج إلى تتبع المكالمات الهاتفية التي أجريتها والنتائج التي حققتها.
- **التشتت:** قد يتسبب التشتت وقلة الانتباه في تقليل فعالية الرسالة التسويقية.
- **التعبئة الزمنية:** يمكن أن تكون المكالمات التسويقية في أوقات غير مناسبة للعملاء.
- **قضايا الخصوصية:** يجب مراعاة قوانين الخصوصية والامتثال لها.

8. أهم التطبيقات المستخدمة للإعلان و التسويق عبر الهاتف المحمول:



الإعلانات عبر الجوال هي أقصر طريق للوصول إلى عملاء جدد وزيادة المبيعات. لكنّها الأكثر كلفة كذلك.

بفضل خدمات مثل **Google AdWords**، والتي تمكّنك من الوصول إلى العملاء الذين يستخدمون الجوال أثناء تصفحهم لشبكة الإنترنت، أو أثناء استخدام التطبيقات، أصبح بمقدور أصحاب المشاريع شراء إعلانات تستهدف أصحاب الهواتف حصراً، سواء على المواقع أو في نتائج البحث أو في التطبيقات.

من المهم أن تكون الإعلانات الموجهة للجوال مخصّصة لتتناسب مع الشاشات الصغيرة ومع عادات مستخدمي الهواتف. ينبغي أن تختار الصور بعناية، وأن تكون مصمّمة خصيصاً لتكون متجاوبة مع شاشات الهواتف والحواسيب اللوحية، وأن تكون الفيديوهات الإعلانية قصيرة، ولا تتجاوز 20 ثانية، كما ينبغي أن تكون النصوص الإعلانية قصيرة وتتسع لها شاشة الجوال دون أن يكون المستخدم مضطراً للتمرير إلى الأسفل.

هناك عدة أنواع من الإعلانات عبر الجوال، منها:

• **الإعلان عبر التطبيقات:** ينبغي أن تكون التطبيقات أساس كل استراتيجيات التسويق عبر الجوال، إذ أن مستخدمي الجوال يقضون **87%** من وقتهم في استخدام التطبيقات، مقابل 13% فقط على شبكة الإنترنت. لذلك عليك أن تخصص جزءًا مهمًا من ميزانية الإعلان عبر الجوال للإعلان على التطبيقات التي يستخدمها عملاؤك المحتملون.

أصبحت هناك الكثير من الخدمات التي تمكن المسوقين من إظهار إعلاناتهم على التطبيقات، ومن أشهرها، خدمة **Google AdMob**، التي تمكنك من إظهار إعلاناتك داخل التطبيقات، على هيئة نصوص ترويجية أو صور أو عروض خاصة أو فيديوهات.

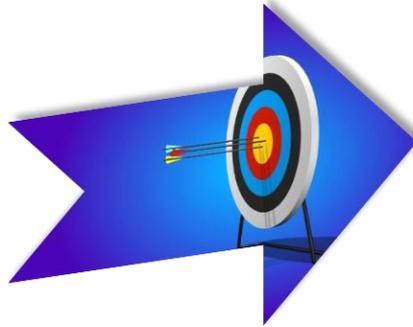
هناك خيارات أخرى للإعلان عبر التطبيقات، مثل **Facebook App Ads**، والذي يتيح لك الإعلان عبر تطبيق فيسبوك، هذا الخيار ممتاز إن كان جمهورك المستهدف ينشط على هذه الشبكة الاجتماعية.

• **إعلانات ألعاب الجوال:** تتمتع ألعاب الجوال بشعبية كبيرة جدًا، خصوصًا لدى الشباب، ويُقدر أن يصل عدد اللاعبين على الجوال في سنة 2020 إلى حوالي 2.4 مليار، وسيزداد العدد في السنوات القادمة، علاوة على ذلك، فإن حوالي ثلث التطبيقات المحملة هي تطبيقات ألعاب.

إعلانات ألعاب الجوال قد لا تكون مناسبة للجميع، عليك أن تدرس الجمهور المستهدف أولاً، وإن وجدت أنهم يقعون في الشريحة التي تقضي الكثير من الوقت على ألعاب الجوال (الشباب خصوصًا)، فيمكنك حينها شراء هذا النوع من الإعلانات.

9. بناء استراتيجية التسويق عبر الجوال Mobile Marketing

* حدد أهداف الاستراتيجية التسويقية



أول خطوة في تصميم أي استراتيجية هي تحديد الأهداف المرجوة. في هذه الحالة عليك تحديد الأهداف التي تريد تحقيقها من خطة التسويق عبر الجوال.

* تحديد الشريحة المستهدفة



لأجل ترشيد جهودك التسويقية، من المهم أن تركز على الشريحة الأكثر قابلية وحاجة لشراء منتجاتك. استعن [بتحليلات جوجل](#) لتتعرف على خصائص عملائك المحتملين، مثل الفئة السنية والجنس والمحتوى الذي يفضلونه والشبكات الاجتماعية التي ينشطون فيها والأشياء التي يبحثون عنها. هذا سيساعدك على أن تعرف كيف توجه رسائلك، والقنوات التسويقية الأقرب إلى عملائك المحتملين، وكيف تصوغ رسائلك التسويقية.

*****إنشاء موقع متجاوب**



أول شيء ينبغي أن تفكر فيه لاستقطاب العملاء عبر الهاتف هو تجهيز موقعك الإلكتروني ليلاءم خصوصيات الهاتف، ينبغي أن يكون الموقع متجاوباً مع كافة أحجام الشاشات، وخصوصاً شاشات الهواتف والحواسيب اللوحية.

*****إنشاء تطبيق**



يقضي الناس 90% من أوقاتهم على الهواتف في استخدام التطبيقات، لذلك تسارع الشركات في إنشاء تطبيقات لعلاماتها التجارية، لأنها أداة ممتازة لزيادة التفاعل مع المستخدمين، والتواصل الفوري معهم عبر الرسائل ودفع الإشعارات (push notifications)، والتي تفتح لك قناة تواصل مباشرة وفورية مع المستخدمين، بحيث تصل رسائلك إلى العميل فور إرسالها، وهو أمر يكاد يكون مستحيلًا في القنوات التسويقية الأخرى، مثل البريد الإلكتروني أو الإعلانات.

*** الاستعانة بالشبكات الاجتماعية



معظم رواد الشبكات الاجتماعية يستخدمون الهواتف، خصوصًا شبكات الوسائط والصور مثل سنابشات وانستغرام وتيك توك. لذا ينبغي أن توجه جهودك التسويقية إلى تلك الشبكات، عبر إنشاء حسابات عليها، وشراء الإعلانات، أو التعاون مع المؤثرين الذي يتابعهم عملاؤك على تلك الشبكات.

*** تسهيل الدفع عبر الهاتف



إن أردت أن تتبع لعملائك الذين يستخدمون الهاتف، فعليك أن تجعل ذلك ممكنا عبر تسهيل عملية الدفع عبر الهاتف على موقعك أو تطبيقك.

مستخدمو الهواتف مستعجلون على الدوام، ولن يقضوا وقتا طويلا وهم يملؤون الحقول ويذهبون من صفحة إلى صفحة ليتموا عملية الشراء، فهذا سيجعل نسبة كبيرة منهم تتراجع عن عملية الشراء. لذلك عليك أن تسهل الأمر عليهم، وتتيح لهم إمكانية الشراء عبر إضافة زر "اشتر الآن (BUY NOW)" إلى الموقع أو التطبيق، فذلك كفيل برفع معدل التحويل وزيادة المبيعات، وتحسين تجربة العملاء.

*** استخدام الرسائل



إحدى أهم مميزات الهاتف أنه جهاز شخصي، ما يجعله مثاليا للتسويق. تتيح الهواتف العديد من الميزات التي يمكنها أن تجعل التسويق عبر الجوال مثمرا وذا عائد كبير على الاستثمار. وعلى رأس هذه الميزات إمكانية بعث الرسائل الشخصية (SMS).

*** التسويق عبر البريد الإلكتروني



حوالي **57%** من رسائل البريد الإلكتروني تُفتح من الهواتف، لذا عليك أن تعدّل استراتيجية **التسويق عبر البريد الإلكتروني** لمراعاة هذه الحقيقة، ينبغي أن تكون محتويات الرسائل ملائمة لشاشات الهواتف، لأنّ أكثر من ثلثي مستخدمي الهواتف سيحذفون الرسالة إن وجدوا أنّها غير مناسبة للهاتف.

***الإعلان عبر الجوال : أنواعه

1. الإعلان عبر التطبيقات
2. إعلانات ألعاب الجوال
3. الإعلانات المحلية : هذا النوع من الإعلانات اكتسب شعبية كبيرة في **التسويق عبر الجوال** في السنوات الأخيرة، لأنّه يعتمد على ميزة تحديد الموقع الجغرافي التي أصبحت متوافرة في كل الهواتف الذكية الحديثة
4. إعلانات البحث عبر الجوال

يشبه هذا النوع الإعلانات التي تضعها جوجل في نتائج البحث عندما يبحث المستخدم عن كلمة مفتاحية معينة، كما يبدو أنّها موجّهة حصراً إلى أصحاب الجوال.

***قياس النتائج



تحليلات جوجل هي الأداة الرئيسية لقياس نتائج استراتيجية التسويق عبر الجوال، إذ توفر الكثير من المعلومات المهمة مثل عدد الأشخاص الذين يدخلون موقعك عبر الجوال، وعدد مستخدمي التطبيق، والأشياء التي يفعلها المستخدمون عند استخدامه، وأرباح ومدخيل التطبيق، إضافة إلى تقديم تقارير شاملة وواقية. هذه الأداة مجانية ومتاحة للجميع.

هناك الكثير من المقاييس التي يمكنك اعتمادها لتقييم مدى نجاح استراتيجية التسويق عبر الجوال، وهذه أهمها:

• معدل الاستقطاب عبر الجوال:

- يُقصد بهذا عدد الأشخاص الذين دخلوا إلى صفحة الهبوط، أو إلى موقعك التجاري عبر الهاتف، على الأرجح أنّ لديك الكثير من القنوات التسويقية، مثل الشبكات الاجتماعية، أو التطبيق أو الإعلانات والرسائل. عليك تحديد مصادر الزيارات إلى صفحة الهبوط، وإن لاحظت أنّ أحد المصادر يستقطب عددًا من العملاء أكبر من المعدل، فيمكن أن ترفع استثمارك فيه، وبالمقابل، إن لاحظت أنّ أحد المصادر لا يؤدي جيدًا، فيمكن أن توقف استثمارك فيه.

عدد تحميلات التطبيق:

- إن أنشأت تطبيقًا، فإنّ المقياس الأول لمدى نجاح ذلك التطبيق هو عدد مرات التحميل أو التثبيت. فذلك مؤشر واضح على مدى تقبل الناس لتطبيقك.

نشاط المستخدمين على التطبيق:

- عدد تحميلات التطبيق ليس مقياسًا كافيًا، لأنه من الممكن أن يحمل الكثير من الناس تطبيقك، ومع ذلك لا يستخدمونه إلا نادرًا، لهذا فإنّ المسوقين ينظرون إلى مقياس آخر مهم، وهو نشاط المستخدمين، والذي يقيس بعض الأمور، مثل عدد مرات الدخول إلى تطبيقك، ومعدّل الوقت الذي يقضيه المستخدمون في كل جلسة، وعدد المستخدمين الذين يفتحونه يوميًا أو أسبوعيًا أو شهريًا، والأنشطة التي يفعلونها، وميزات التطبيق الأكثر استخدامًا. يمكنك الحصول على كل هذه المقاييس عبر تحليلات جوجل المجانية.

ملخص

التسويق عبر الهاتف المحمول هو أداة قوية يمكن أن تساعدك على الوصول إلى جمهورك المستهدف وتحقيق أهدافك. من خلال فهم أنواع التسويق عبر الهاتف المحمول المختلفة وكيفية إنشاء حملات فعالة، يمكنك الاستفادة من هذه الفرصة للوصول إلى عملاء جدد وتعزيز أعمالك.