

ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

З розвитком ринкового механізму питання конкурентоспроможності підприємств у нашій країні, природно, різко загострилося, а його вирішення вимагає від усіх суб'єктів господарювання активного пошуку шляхів і методів її підвищення. Оскільки маркетинг „йде попереду” всього підприємства, то й удар „на себе” він приймає першим. Тому фірмі, яка хоче випереджати своїх конкурентів, необхідно розробляти і втілювати в життя „нові рецепти” боротьби „за місце під сонцем”.

Одним із способів підвищення конкурентоспроможності підприємства є використання мобільного маркетингу як зовсім нового, але дуже перспективного медіа-середовища, попередниками якого вважаються телемаркетинг і call-центри; соратником – Інтернет.

Доведено, що за допомогою засобів мобільного зв'язку організація отримує значну конкурентну перевагу, адже має змогу здійснювати пряму комунікацію зі споживачами, ефективніше просувати свої товари і послуги.

Враховуючи те, що покупець зараз розглядається фахівцями у довгостроковій перспективі, а встановлення довірливих стосунків з потенційними споживачами є однією з основних складових комунікаційної політики фірми, використання такого формату комунікації як маркетинг за допомогою мобільного телефону дозволить підприємству здійснювати інтенсивніший обхват схильної до покупки частини аудиторії за рахунок залучення частини цільової аудиторії у таку нову, але дуже цікаву й прибуткову кампанію.

Адже мобільний маркетинг володіє цілим спектром характеристик, які вигідно виділяють його з-поміж інших каналів комунікації. Основними з них є наступні: інтерактивність; масовість; мультимедійність; „точкова дія” на представників цільової аудиторії; висока ефективність розпізнавання та реакції зі сторони покупця; розширення рекламних та медійних можливостей „офлайнових засобів комунікації”; відмінне іміджеве посилення. Ці позитивні якості в кінцевому результаті сприяють підвищенню конкурентоспроможності фірми на ринку.

Використання прийомів і технік мобільного маркетингу дозволить суб'єкту господарювання ефективніше вирішувати ряд завдань, пов'язаних із стимулюванням продаж, побудовою системи лояльності, інформаційною підтримкою клієнтів, просуванням свого бренду і т.д.

Володіючи цілим арсеналом технічних рішень і засобів, мобільний маркетинг сприяє здійсненню глибоких та радикальних перетворень у маркетинговій діяльності бізнес-одиниць на сьогоднішньому етапі розвитку економічних відносин, де конкурентні переваги відіграють вирішальну роль, а використання нових практик у сфері маркетингу стає запорукою конкурентоспроможності компанії на ринку.

Але якщо мобільний маркетинг стане повноцінним каналом комунікації і займе почесне місце в комунікативних стратегіях підприємств, ефективність його в майбутньому буде неодмінно знижуватися.

Тому, можливо, саме зараз настав той час, коли мобільний маркетинг може бути використаний фірмою з максимальною ефективністю і стати міцною платформою для успішного розвитку підприємства на ринку.