

MODULE

> MARKETING

THÈME 25

> LES APPAREILS MOBILES AU CŒUR DU MARKETING



1. **Quel est le rôle des appareils mobiles ?**
2. **Objectifs et enjeux**
3. **Mise en œuvre de la stratégie de marketing mobile**
4. **Conseils**
5. **Points à retenir...**

Les appareils mobiles
(téléphones,
tablettes...) sont
devenus
incontournables

- Canaux de communication
- Facilitent le ciblage de la clientèle selon l'action souhaitée
- Permettent de servir au mieux les clients et personnaliser les actions commerciales
- En plus de leurs fonctions traditionnelles, ces appareils permettent d'accéder à du contenu, à accéder à des applications...

Pour l'entreprise...

Contact permanent avec la clientèle

- > Interaction avec les clients (via SMS, notifications...)
- > Site web adapté via une application mobile dédiée qui facilite l'accès à l'information
- > Conquête de nouveaux clients

Présentation de nouvelles offres, lancement de promotions

- > Actions de promotion rapides des nouveaux produits ou nouvelles actions
- > Génération de revenus

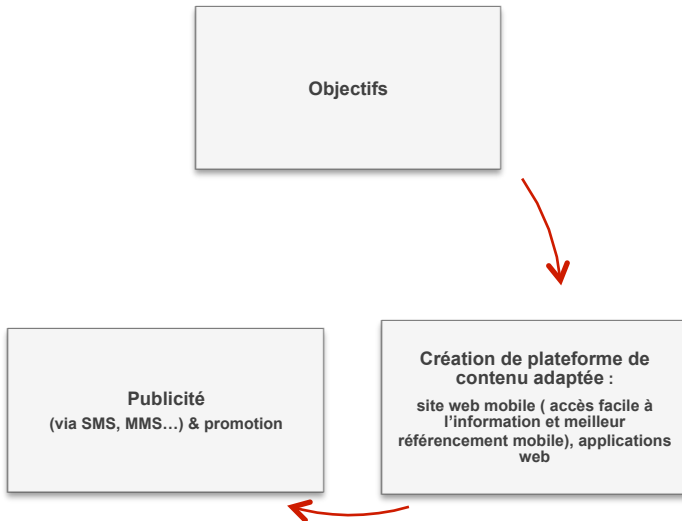
Suivi

- > Suivi en temps réel des campagnes marketing
- > Evaluation des réponses des internautes
- > Modification rapide de la stratégie et adoption d'actions correctives

Prospection

- > Possibilité de géolocaliser de nouveaux clients à proximité de votre point de vente (Lorsque vous disposez de la technologie)

MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE MARKETING MOBILE



Contenu

- Il doit être léger, facile à lire, attractif

Site web

- Adapter son site web

SMS

- Moyen adapté aux stratégies marketing mobile

Applications

- A développer (lorsque c'est possible)

Cohérence

- Du contenu et des campagnes utilisées

Fidélisation

- Des clients et internautes via la participation à des jeux concours

Diffusion

- Les bonnes informations au bon moment

Besoins

- Privilégier la connaissance des besoins de ses clients/prospects

Feedback

- Recueil des avis des clients

Rôle des appareils mobiles dans le marketing

- > Canal de communication
- > Permet un meilleur ciblage de la clientèle
- > Permet la personnalisation des actions commerciales
- > Accès à du contenu

Objectifs et enjeux

- > Garder un contact permanent avec la clientèle
- > Présenter des nouvelles offres et promotions
- > Prospection
- > Suivi

Mise en œuvre

- > Objectifs
- > Création de plateformes de contenu adaptées
- > Publicité