

Gefunden unter:

http://www.mediaundmarketing.de/news/mediaticker/content/05785/news_ticker.php3

Lorbeer für Mobile Marketing

Der Markt ist reif für mobile Werbung. Zu dieser Schlussfolgerung kommt die Studie "Akzeptanz und Erfolgsfaktoren mobiler Werbung", die vom Institute of Electronic Business im Auftrag von E-Plus Media durchgeführt wurde. Befragt wurden werbungstreibende Unternehmen sowie Agenturen, die bereits Erfahrung mit Mobile Marketing gesammelt haben. Dabei kristallisiert sich das Handy als ideales Kommunikationskanal heraus.

Noch liegt der Anteil mobiler Werbung am Werbeinvestment vieler Unternehmen überwiegend bei unter fünf Prozent. Dieselbe Hürde wird auch im Gesamteinsatz der Agenturen selten überschritten. Allerdings ist die Tendenz steigend, so der Tenor aus vielen Marketingabteilungen.

Geht es um Dialog-Marketing, arbeiten bereits 20 Prozent der Agenturen und elf Prozent der Unternehmen mit mobiler Werbung. Dabei greifen sie auf eine breite Palette an Einsatzmöglichkeiten zurück, die von mobilen Informationsdiensten bis hin zu Gewinnspielen, Couponing oder Ticketing reicht.

Als beliebteste Form steht die SMS als Responsekanal an der Spitze, die in 44 Prozent der Fälle eingesetzt wird. Überhaupt halten 88 Prozent der befragten Werber das Handy aufgrund seiner großen Marktdurchdringung für das ideale Kommunikationsinstrument für mobiles Marketing. An zweiter Stelle folgen mit 33 Prozent die unternehmenseigenen Dienste. In Zukunft sollen aber die Bereiche Gewinnspiele sowie Couponing und Gutscheinkampagnen verstärkt ausgebaut werden. Hier befinden sich bei 33 Prozent der befragten Agenturen entsprechende Angebote in Planung.

Dass der Markt auf jeden Fall reif ist für mobile Werbung, daran glauben mehr als zwei Drittel der befragten Unternehmen. 73 Prozent führen bereits gelegentlich oder regelmäßig entsprechende Maßnahmen durch, mit durchweg positiven Erfahrungen. Allerdings darf eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen einer derartigen Aktion nicht übersehen werden: Der Empfänger mobiler Werbebotschaften muss vorab dem Empfang zugestimmt haben.

Der Vorteil des Mobile Marketing gegenüber anderen Werbeformen liegt auf der Hand: Es ist schnell realisierbar, kostengünstig und zielgenau. Dies allein genügt aber als Erfolgskriterium nicht. Richtig wirksam wird mobile Werbung, so die Ansicht von 77 Prozent der befragten Agenturen, wenn sie in crossmediale Kampagnen eingebunden wird. (avf)

Gefunden unter:

http://www.mediaundmarketing.de/news/mediaticker/content/05785/news_ticker.php3