

Мобильное приложение как эффективный маркетинговый инструмент

*Шинкевич Е. К., Янчик Д. Ю., студ. III к. ИБМТ БГУ,
науч. рук. Мартынова И. В., ст. преп.*

Современная реальность такова: где бы человек ни находился, при нем обязательно будет гаджет. Для владельцев бизнеса каждый пользователь гаджета является потенциальным клиентом. Смартфоны и планшеты стали основным способом потребления информации. В связи с этим, если раньше компании имели возможность лишь изредка контактировать с потребителем через сайт, то на данный момент мобильные приложения позволяют находиться на связи с клиентом 24/7.

Можно выделить 6 ключевых причин, почему мобильное приложение может стать эффективным маркетинговым инструментом для бизнеса.

1. повышение продаж и расширение клиентской базы. Мобильное приложение служит средством привлечения и удержания потребителей. Посредством таких функций, как push-уведомления об акциях, программы лояльности, приложение побуждает совершать покупку именно у данного продавца. С целью привлечения новых клиентов компания может предложить за скачивание приложения бонус или скидку. Важно отметить, что в рамках определенного города конкуренция в использовании мобильных приложений для бизнеса практически отсутствует. Таким образом, приложение позволяет запускать новые интересные маркетинговые акции и выгодно отличаться от конкурентов, завоевывая положительный имидж и доверие клиентов [1];

2. лояльность. Используя программы лояльности, компания дает возможность клиентам получать и накапливать бонусы, пользоваться лимитированными или ограниченными во времени предложениями, повышать процент скидки и т. п. Данные мероприятия стимулируют систематическое возвращение покупателей к приложению и совершению повторных покупок. Участие в программах становится более удобным для покупателей, т. к. нет необходимости всегда носить с собой многочисленные бонусные карты. Для компании - это возможность сэкономить на закупке пластиковых карт, а также реализовывать более гибкую программу лояльности [2];

3. push-уведомления. С помощью уведомлений появляется возможность информировать клиентов о надвигающейся распродаже, акциях, новых предложениях и др. По статистике, такие уведомления в 2 раза чаще возвращают клиентов в приложение. Т. к. push-уведомления выводятся прямо на экран смартфона, это помогает привлечь внимание клиента и напомнить о себе, когда это имеет смысл. Интеграция данных уведомлений с функцией определения геолокации открывает еще более широкие возможности по сти-

мулированию повторных продаж. Например, когда потенциальный клиент находится недалеко от магазина продавца, ему будет приходить сообщение с приглашением его посетить или воспользоваться индивидуальным бонусом;

4. целевая аудитория. Один из плюсов мобильного приложения заключается в том, что оно генерирует вокруг себя исключительно вашу целевую аудиторию, т. к. люди заведомо не заинтересованные в продукте компании просто не установят приложение;

5. аналитика. При использовании мобильного приложения у компании появляется доступ к каждому отдельному потребителю. Это значительно упрощает процесс сбора и анализа данных, появляется доступ к информации, которую достаточно сложно узнать через другие каналы. В то же время мобильные приложения позволяют применять индивидуальный подход к каждому клиенту. Например, на основании истории его просмотров или покупок можно предлагать для просмотра тот контент, который будет интересен именно этому клиенту [3];

6. мобильные платежи. Темп современной жизни отодвигает на второй план Интернет-платежи. Теперь потребителям необходима возможность быстро и удобно оплачивать покупки «на ходу» независимо от места нахождения.

В заключение приведем некоторые статистические данные, подтверждающие актуальность вышеизложенной информации. Исходя из опроса студентов ИБМТ, более 50% пользователей смартфонов берут смартфон в руки сразу же после пробуждения, при этом 26% потребителей начинают мобильный поиск через мобильное приложение бренда, 63% пользуются программой лояльности через мобильные приложения, 70% совершают покупки через мобильные приложения. Увеличение процентных пунктов лишь еще раз подтверждает тот факт, что функции мобильных приложений ежегодно увеличиваются, делая бизнес более востребованным и простым в ведении, а жизнь людей – более удобной и комфортной.

Литература

1. 7 веских причин, зачем мобильное приложение просто необходимо для бизнеса [Электронный ресурс] / AppGlobal – Режим доступа: <http://app-global.ru/blog/7-veskih-prichin-zachem-mobilnoe-prilozhenie-prosto-neobhodimo-dlya-biznesa/>. – Дата доступа: 10.04.2017.

2. Why Your Business Needs Its Own Mobile App [Электронный ресурс] / Forbes. Entrepreneurs – Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2014/11/17/heres-why-your-business-needs-its-own-mobile-app/#6925f2b6327f>. – Дата доступа: 11.04.2017.

3. Зачем бизнесу мобильное приложение [Электронный ресурс] / Skywell – Режим доступа: <http://www.skywell.com.ua/blog/10-prichin-zachem-biznesu-mobilnoe-prilozhenie/> – Дата доступа: 11.04.2017.