



HOGYAN TEHET SZERT A VÁLLALATOD VERSENYELŐNYRE SAJÁT MOBIL ALKALMAZÁSSAL?

7 érv, amit minden nagyvállalati marketingsnek
érdemes megfontolnia

Egyre csak dráguló hirdetési költségek mellett is csökkenő elérés? A konkurenssekkel folytatott állandó árverseny megöli a profitot? A vállalati marketingért felelős szakemberek közül sokan kénytelenek szembenézni ehhez hasonló kihívásokkal.

Ebben a rövid tanulmányban azt mutatjuk be, miként kínálnak a mobil alkalmazások hatékony megoldást a fent említett problémákra.

7 olyan érvet sorolunk fel, amik bizonyítékkal szolgálnak arra, hogy a vállalatod komoly hasznot húzhat egy applikáció fejlesztéséből.

1. Folyamatos jelenlét az ügyfelek számára



Számtalan, a felhasználói élményt fokozó funkció erősíti a mobil appok létjogosultságát: kezdve az általános információktól, egyedi árprezentációk és űrlapok, keresési opciók, felhasználói fiók, üzenetküldő lehetőségek, hírcsatornák és egyéb egyedi fejlesztések egytől egyig kivitelezhetővé válnak.

A saját alkalmazás egyik legnagyobb előnye az a közvetlen kommunikáció, amit lehetővé tesz a felhasználókkal. Mindegy, hogy értesítések, emlékeztetők vagy bejelentések közléséről van szó, 100%-os elérést tesz lehetővé valamennyi klienshez.

Zappos – A sztenderd funkciók mellett a Zaposnál remekül használják az értesítéseket, vagyis a felhasználók a legújabb promóciókról és többek között a félbehagyott vásárlásokról is emlékeztetőt kapnak.

Victoria's Secret – A kulcs az exkluzív tartalom, amellyel a divatmogul magához csábítja az igazán kifinomult alsóneműk iránt fogékony érdeklődőket.

IKEA – Egy hordozható asszisztens a bevásárlásban, amely valósággal beszippantja a felhasználót és könnyed ujjgyakorlattá teszi a lakberendezést.

2017-ben a föld teljes lakosságának közel 75%-a napi szinten legalább 3 órát töltött az okostelefonján. Még inkább markáns adat, hogy az IOS és Android felületeken töltött idő mindössze 14%-a történt a hagyományos értelemben vett böngészőkön, ezzel szemben 86% a különféle alkalmazásokat használva telt el.

Just-Eat – Csak beírod az irányítószámot és máris több tucat lehetőséged lesz pikk-pakk finom harapnivalóhoz jutni. Egyszerű, villámgyors és abszolút kényelmes.

Thetrainline – Vonatozás a XXI. században, így is lehet. Egy helyen nézheted a menetrendet, állíthatod be a kedvenc útvonalaid és vásárolhatod meg a menetjegyed a következő utadhoz.

Nespresso – Akár útközben is megvásárolhatod kedvenc kapszuláid, sorban állás és kellemetlenségek nélkül. A kávézás elegáns formájának már nem egyedül George Clooney a „nagykövete”.

2. Önálló direkt marketing csatornaként funkcionálhat



3. Értékadás elegáns formában



Megoldást nyújthat egy kiemelt problémára, rendelkezhet egy extra funkcióval, időt spórolhat meg vagy kényelmesebbé teheti az életünket. A lényeg, hogy az applikációnk értéket adjon a felhasználónak.

Példának okáért vegyük alapul a vásárlói hűségprogramokat. Manapság a legtöbb cég kártya alapú megoldást nyújt. Mi lenne, ha a kliens ugyanezt a funkciót egy könnyen kezelhető felületen érné el a mobilja segítségével, amit mindig magánál hord? Nem kérdés, hogy szignifikánsan nőne az elégedettség, a visszatérő vásárlók számával egyetemben.

Domino's Pizza – A rendelésünk leadásának pillanatától kezdve minden egyes állomáson nyomon követhetjük hön áhított pizzánk aktuális státuszát.

EDF Energy – Ma már a villany- és gázszámla is igényelhető egészen menő formában. Személyre szabható számlázás, folyamatos nyomon követés.

CBS – Egy magára valamit is adó televíziós csatornának ma már gondolnia kell azokra a nézőkre is, akik offline helyett online módon fogyasztanak tartalmat.

Hogyan tudjuk cégünk hírnevét, elismertségét és márkáját hosszú távon gondolkodva, tudatosan építeni?

A megoldás egyik összetevője a folyamatos kommunikáció. Minél többször kerül ugyanis kapcsolatba egy érdeklődő a vállalkozásunkkal, minél több ponton találkozik a nevünkkel, minél több értéket kap tőlünk, az érdeklődése annál nagyobb valószínűséggel fog vásárlássá konvertálódni.

A másik szempont a vállalati arculat formálása. Innovatív, előremutató és az igényességet szem előtt tartó gondolkodásról fog árulkodni a társaságunkról, ha saját mobilalkalmazással rendelkezünk.

Manchester United – Egy labdarúgó klub körüli infók ma már nem a weboldalon keresendők, a vérbeli szurkolókat ma már egy saját alkalmazással sokkal könnyebb magunkhoz láncolni.

Big Bang Theory – A sorozat készítői gondoltak a legnagyobb rajongókra is, akik kíváncsiak mindenre, ami az epizódokból kimaradt, érdekes és extra hozzáadott értékkel bír.

NFL – Az amerikai futball népszerűségére lassan elfogynak a jelzők. A liga olyan saját alkalmazással lovagolja meg a hihetetlen érdeklődést, amely percenként közvetít exkluzív híreket a csapatok háza tájáról.

4. Tudatos márkaépítés



5. Eredményesen növelhető ügyfélelégedettség



Manapság a magyar vállalkozások körében még mindig kifejezetten ritka jelenség a mobilalkalmazások portfólióba vétele. Mivel mindenki hezitál és kétkedik, most még könnyű versenyelőnyre szert tenni.

Egy ilyen jellegű fejlesztéssel a cégetek első lehet a piacon. Az innovatív, bátor és előremutató gondolkodás jutalma pedig nem fog elmaradni.

AliExpress – Az elképesztő méretű forgalmat bonyolító AliExpress is felismerte, hogy mielőbb lépnie kell a saját app irányába. Na és milyen jól tette.

Tinder – Hogyan lett egy szimpla randiappból világra szóló siker? A Tindernél már ismerik a választ.

Bet365 – Sportfogadás kapcsán az egyik legnagyobb gigász, amely a saját piacán az elsők között ismerte fel, mekkora aranybányát jelent a maga számára egy saját applikáció.

Célpiactól, illetve értékesíteni kívánt terméktől vagy szolgáltatástól függetlenül érdemes mindent megtennünk azért, hogy az ügyfeleink a velünk kapcsolatos interakciót és magát a vásárlás folyamatát pozitív élményként élhessék meg. Egyedi alkalmazással egészen új szintre emelhető ez a folyamat. A vásárló hosszas böngészés helyett néhány kattintás után hozzájuthat az általa vágyott termékhez vagy szolgáltatáshoz.

Kérdés vagy észrevétel esetén pedig hosszas várakozás helyett rövid időn belül válaszokat kap, ráadásul automatizált formában.

Amazon – Az Amazon lassan a világalomra tör, az online kereskedelemben véghezvitt elsőprő térhódításának fontos eszköze az egyedi alkalmazás.

Autoglass – Az alkalmazás pillanatokon belül segít felmérni a szélvédőn keletkezett kár mértékét és megoldási javaslattal áll elő. Egyszerűen zseniális.

Debenhams – Az egyik legkönnyebben kezelhető online divattal kapcsolatos app. Pár klikk és válogathatunk a kedvenc modellek és kiegészítők közt, kommentelhetünk vagy kérhetünk egyedi tájékoztatást.

6. Behozhatatlan versenyelőnyre tehetünk szert



7. Nektek lesznek a leghűségesebb vásárlóitok

A vállalkozások valódi profitja nem az egyszeri, hanem a visszatérő vásárlók által keletkezik. Kutatások szerint a fogyasztók 58%-a előszeretettel költ pénzt legalább havonta egy olyan szolgáltatónál, amely rendelkezik hűségprogrammal. A folyamatosan növekvő kommunikációs zaj mellett egy mobil applikáció segítségével folyamatos kontaktban maradhatunk az ügyfeleinkkel, jelentősen növelve ezzel az újbóli vásárlás esélyét.

EasyJet – A szokásos kényelmi funkciók mellett az úgynevezett „frequent flyer programok” kiválóan motiválják a felhasználókat arra, hogy többé ne váltsanak másik légitársaságra.

Tesco – Hogy a lehető legtöbb nagybevásárlás az ő üzletében történjen, a Tesco külön nyereményjátékkal motiválja az alkalmazás felhasználóit.

Avon – Természetesen a vásárlói hűségprogramok valódi iskolapéldája, az Avon sem engedheti meg magának, hogy lemaradjon, ő is halad a korral egy tetszetős saját alkalmazással.

Bármilyen döntést hozol is most, a mobilalkalmazások a jövőben a legtöbb üzleti tevékenység meghatározó összetevői lesznek. Ha leteszed mellettük a voksod, azzal hosszabb távon is megalapozhatod a vállalkozásod jövőjét.

Érdekel, hogy a vállalatod milyen módon tudna profitálni a mobil appokból?

Keress meg minket bátran emailen vagy telefonon.

Email: hello@codinglab.hu

Telefon: +3630 234 37 52