

## Mobile Marketing

### Was ist Mobile Marketing?

Unter Mobile Marketing versteht man alle **Maßnahmen des Marketings, die auf eine Darstellung im mobilen Online-Bereich abzielen**. Das können sowohl responsive Webseiten für Tablets und Smartphones sein. Aber auch Apps oder spezielle Anpassungen im Bereich des Messagings – etwa push-notifications oder SMS gehören zu dieser Disziplin.

### Welche Vorteile bietet das Mobile Marketing?

Anders als bei statischen offline-Kampagnen sind Sie im Mobile Marketing im Online Bereich höchst flexibel und können Interessenten unabhängig von Ort und Zeit ansprechen. Dadurch, dass der Betrachter die Inhalte der Website, App oder Landingpage auf seinem Smartphone, Tablet oder anderen mobilen Endgerät betrachtet, haben Sie zudem seine ungeteilte Aufmerksamkeit. Weiterhin ist durch das Auslesen diverser erhobener Daten persönliche Ansprache oder das Ausspielen individueller Kampagneninhalte möglich.

Sie als werbendes Unternehmen sind zielgerichteter und flexibler und die Inhalte der Werbung für Produkte und Dienstleistungen werden für den User relevanter und somit auch interessanter.



## Mobile Marketing Aktivitäten – welche gibt es?

Insbesondere im Bereich des Online-Marketings gibt es vielfältige Varianten, auf die Bedürfnisse von einem Smartphone oder anderen digitalen Endgeräten einzugehen. Wir stellen einige Instrumente und Möglichkeiten auszugsweise vor.

## Mobile Marketing Instrumente und Mobile Marketing Maßnahmen

### 1) Flexible Darstellung:

Man kann Landingpages und Websites responsiv gestalten, das bedeutet, dass diese sich flexibel an die jeweilige Darstellungsgröße anpassen. Wahlweise können Sie alternativ zu den normalen auch mobile Webseiten anbieten, welche dann aufgerufen werden, wenn der Betrachter diese mit einem Mobilgerät aufruft. Auch das Kippen eines Smartphones in das Querformat zur Betrachtung sollte dem Nutzer keine Schwierigkeiten bereiten.

### 2) Gestaltungselemente

Hier ist auf die passende Wahl von Größen und Funktionalitäten zu achten. Im mobilen Marketing hat sich die Wahl des Burgermenus für die Darstellung auf Smartphone-Bildschirmen ebenso durchgesetzt wie Buttons, die eine gewisse Mindestgrößen haben. Ganz einfach, weil auf den Touchscreens der Nutzer mit den Fingerkuppen Menüs und Buttons bedient. Hier geht Usability eindeutig vor Designüberlegungen. Gestaltungselemente werden sowohl an den Bedürfnissen der Nutzer als auch den Rahmenbedingungen der mobilen Handys und Co. ausgerichtet.

### 3) Apps und Push-Notifications

Eine weitere Form des Mobile Marketings ist der Einsatz sinnvoller Apps und Push-Notifications. Per Push-Benachrichtigung kann der Kunde proaktiv auf Angebote, ablaufende Sales-Zeiträume oder neue Inhalte hingewiesen werden. Der Nutzer kann diese zwar abstellen, in der Regel werden Push-Benachrichtigungen bei vorhandenem Mehrwert aber gut akzeptiert. Diese Art der Nachricht kann auch als SMS ausgeliefert werden.

Wenn Ihr Unternehmen eine App anbietet, ist dies eine weitere Variante des mobilen Marketings. Bei vorhandenem Mehrwert und einfacher Bedienung ist es wahrscheinlich, dass Sie hier sogar Verkäufe

generieren können. In einer App kann man zudem sehr gut verschiedenste Kundendaten sammeln, welche Aussagen über Kaufverhalten und Entscheidungsverhalten der Nutzung im Shop und im Web geben.

#### 4) Coupons und Rabattcodes

Wenn mobile Seiten oder noch besser Apps auf Sparmöglichkeiten hinweisen, können diese zu Mehrkäufen oder Spontankäufen führen. Solche Kampagnen kann man auch mit Local-SEO oder Re-Targeting verbinden für noch mehr Effizienz. Zudem können Sie auch den Weg in die entgegengesetzte Richtung gehen. QR-Codes verbinden Druckprodukte, stationären Handel und Point-of-Sale am Regal mit Ihrer Internetpräsenz, da diese einfach mit dem Handy gescannt werden können. Der Medienbruch ist so deutlich verringert.

#### 5) Local SEO meets Mobile Marketing

Ist ein User laut Standort seines mobilen Endgerätes in Laufnähe des Geschäftes oder sucht etwas im Umfeld des eigenen Firmenstandorts, kann Local-SEO als Marketingmaßnahme des Mobile Marketings hervorragend funktionieren. Nicht nur, dass man seine Angebote komfortabel präsentiert, man ist zudem sichtbar und die vom User benötigten Informationen sind zielgerichtet kommuniziert.

Diese Instrumente des Mobile Marketing sind nur einige Bestandteile der großen Vielfalt dieser Disziplin. Es gibt noch viele weitere und stets kommen durch den fortwährenden Wandel der Onlinewelt neue Kanäle und Werbemöglichkeiten hinzu.

### Mobile Marketing und Usability – Dreamteam?

Unbedingt! Oder sagen wir besser: Es sollte so sein. Denn nur wenn Website, [Landingpage](#) oder App auch auf dem mobilen Endgerät problemlos und einfach zu bedienen sind, kann das Mobile Marketing und dessen Maßnahmen auch sinnvoll wirken. Sollte die Usability, also die logisch sinnvolle und einfache Bedienung nicht gegeben sein, bleibt ein negativer Eindruck zurück, der sich auf Marke, Unternehmen und Kaufentscheidung legen kann. Sollte die Bedienung von mobiler Seite oder App gut sein, aber dennoch nicht genügend Conversions entstehen, ist es Zeit, eine [Conversion](#)-Rate-Optimierung vorzunehmen. Wichtige Punkte in der Usability mobiler Seiten sind neben der kurzen Ladezeit auch die passende Größe von Schrift, Bildern und Buttons sowie die Bedienbarkeit mit den Fingern auf Touchscreens, um nur einige zu nennen.

## Welche Zielgruppe wird durch Mobile Marketing angesprochen?

Wer glaubt, das Mobile Marketing nur die junge Zielgruppe erreicht, liegt falsch. In der Zwischenzeit besitzen die meisten Menschen in der DACH-Region ein oder sogar mehrere internetfähige Endgeräte. Der Großteil davon mobilfähig. Deshalb ist es sinnvoll, auch die eigenen Interessenten zu überprüfen: Wo bewegen diese sich im Internet und vor allem: mit welchen Endgeräten? Ein Blick in [Google Analytics](#) kann hier abhelfen.

## Ziele des Mobile Marketing

Der direkte und unmittelbare Kundenkontakt steht beim Mobile Marketing im Fokus, dabei gilt es den Interessenten und potenziellen Kunden auch geräteübergreifend und standortbasiert zu erreichen. Mobile Marketing sieht sich Herausforderungen im Bereich Sicherheit und Datenschutz gegenüber, da auch immer mehr Menschen einen sensibleren Umgang mit Ihren Angaben pflegen.

## Für welche Unternehmen ist Mobile Marketing interessant?

Jedes Unternehmen, welches eine Webseite besitzt, sollte mindestens die Grundlagen des Mobile Marketings beachten. Dazu gehört zum Beispiel die Mobilfähigkeit der Internetpräsenz. Das sieht im Übrigen auch Google als eine der größten Suchmaschinen so. Der Anbieter aus Kalifornien kündigte an, seine Suche auf "[Mobile first](#)" umzustellen. Webseiteansichten, welche den Standards und Bedingungen einer mobil-optimierten Website entsprechen, werden besser gerankt als andere. Wenn das bei der Unternehmens-Webseite nicht der Fall ist, wirkt sich also ignoriertes Mobile Marketing direkt auf das Ranking und damit auf die Sichtbarkeit der gesamten Website aus.

Beitragsbild © Julien Eichinger / stock.adobe.com