

*Матеріали VI Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів.
Актуальні задачі сучасних технологій – Тернопіль 16-17 листопада 2017.*

УДК 004.89

І.В. Станько, І.В. Струтинська, канд. екон. наук

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОБІЛЬНОГО ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

I.V. Stanko, I.V. Strutynska, Ph.D.

TRENDS OF DEVELOPMENT MOBILE INTERNET MARKETING

Мобільний маркетинг - це ширше, аніж SMS-маркетинг, поняття, яке означає процес поширення маркетингової інформації на мобільні телефони абонентів-споживачів не лише через текстові повідомлення (SMS), але і інші мобільні технології та, як правило, отримання від них зворотної реакції.

До інструментарію мобільного маркетингу входять:

- короткі текстові повідомлення SMS, MMS;
- мобільні сайти та програми (mobile apps) та голосове автоматичне меню;
- доступне у тоновому режимі IVR (Interactive Voice Response), мультимедійні (фото, звук, відео);
- локальний (до 10м) радіозв'язок між комунікаційними засобами (телефонами, ноутбуками і т.п.), Bluetooth.

Зараз у світі основним інструментом для мобільного маркетингу залишаються SMS та мобільні сайти, якими в Україні користується відповідно 80% та 35% абонентів.

Показники у Європі:

- 74% населення має доступ до Інтернету;
- дорослі в середньому мають 1,3 мобільного пристрою;
- 1900 хвилин онлайн кожного місяця.

Показники в Україні:

- 61% людей в Україні мають доступ до Інтернету
- 52% людей мають доступ до Інтернету щоденно
- 35% людей в Україні використовують телефон для виходу в Інтернет

У кінці 2015 року частка запитів з мобільних пристроїв уперше перевищила частку запитів з комп'ютерів у Google. Так, спостерігається наступна тенденція:

- 50% користувачів, які шукали магазин на мобільному пристрої, відвідали цей магазин того ж дня та 18% пошуків привели до купівлі;
- 75% користувачів перевіряють ціну та наявність товару онлайн перед походом у магазин;
- 82% користувачів смартфонів шукають інформацію під час походу в магазин з яких 33% використовують їх замість того, щоб запитувати продавців;
- 77% українців перебувають онлайн кожного дня та 31% українців перебувають онлайн навіть під час перегляду ТБ;
- 50% переглядів YouTube на мобільних пристроях у світі.

Зважаючи на дані статистичні показники, можемо спостерігати тенденцію до подальшого розвитку та використання технологій мобільного інтернет-маркетингу у повсякденному та професійному житті людей.