

Trending Marketing On Smart Phones

(ଡିଜିଟାଲ୍ ଫୋନ୍
ଏବଂ ଏହାର ଟ୍ରେଣ୍ଡିଂ
ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ)



TABLE OF CONTENTS

| | |
|---|----|
| 1. What Is Mobile Marketing? | 03 |
| 2. What are the Types of Mobile Marketing? | 04 |
| 3. What Your Mobile Marketing Plan Should Look Like | 06 |
| 4. The Importance That Mobile Marketing Holds Today | 07 |
| 5. The Advantages Of Using Mobile Marketing..... | 08 |
| 6. Mistakes To Avoid | 09 |
| 7. Successful Mobile Marketing Campaigns | 10 |
| 8. Did You Know? | 11 |

An Introduction

1990 ଦଶକରେ ମୋବାଇଲର ପ୍ରଭାତ ଦେଖାଗଲା । ପ୍ରଥମେ ଆସିଲା ମ icc ଲିକ, ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକୀୟ ଜିନିଷ - କଲିଂ ଏବଂ ମେସେଜିଂ - ଏବଂ ଶୀଘ୍ର, ସମୟ ସହିତ, ଏହି ଡିଭାଇସ୍ ବିକଶିତ ହେଲା ଯାହାକୁ ଆମେ ଆଜି 'ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍' ଭାବରେ ଜାଣୁ । ମୋବାଇଲ୍ ବର୍ତ୍ତମାନ ଡେସ୍କଟପ୍ ଅତିକ୍ରମ କରିଛି । ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ର ଆଗମନ ସହିତ, ଲୋକମାନେ ସେମାନଙ୍କର ମ internet ଲିକ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଆବଶ୍ୟକତା ପାଇଁ ଲାପଟପ୍ ଆଡକୁ ଯାଆନ୍ତି ନାହିଁ । ସେମାନେ କେବଳ ନିଜ ଫୋନ୍ ବାହାର କରି ଯାହା ଖୋଜନ୍ତି ତାହା ଖୋଜନ୍ତି । ବ୍ୟବସାୟଗୁଡ଼ିକ ନିଜକୁ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ଉତ୍ପାଦକୁ ମାର୍କେଟ କରିବା ପାଇଁ ମୋବାଇଲ୍ ଆଡକୁ ମୁହାଁଇବାର ଏହା ହେଉଛି ମୁଖ୍ୟ କାରଣ । ଆଜି, ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ହେଉଛି ମାର୍କେଟିଂର ସବୁଠାରୁ ବାରମ୍ବାର ବ୍ୟବହୃତ ଧାରା । ଯଦି ଆପଣ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂର କିଛି କିମ୍ବା ଅନ୍ୟ ଫର୍ମ ବ୍ୟବହାର କରୁନାହାଁନ୍ତି, ତେବେ ଆପଣ ଦିନେ ଦିନେ ପଛରେ ଅଛନ୍ତି ।

WHAT IS MOBILE MARKETING?

Mobile marketing is a form of marketing that uses mobile devices to reach consumers. It includes a wide range of activities, from text messaging and mobile apps to location-based services and mobile advertising. The goal of mobile marketing is to reach consumers where they are, at the time they are most likely to be using their mobile devices. This can be done through a variety of channels, including SMS, email, and mobile apps. Mobile marketing is becoming increasingly important as more people use their mobile devices to access the internet and make purchases. It offers a number of advantages over traditional marketing, including the ability to reach a large audience in a short amount of time, to target specific demographics, and to track the effectiveness of campaigns. However, mobile marketing also has some challenges, such as the need to create content that is optimized for mobile devices and the risk of spamming or annoying consumers. Overall, mobile marketing is a powerful tool for businesses looking to reach their customers in a more effective way.



WHAT ARE THE TYPES OF MOBILE MARKETING?

ଯେପରି ପ୍ରତ୍ୟେକ ଜିନିଷ ପାଇଁ ଅନେକ ପ୍ରକାରର ଏବଂ ଶାଖା ଅଛି, ସେଠାରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ମଧ୍ୟ ଅଛି । ଯେହେତୁ ମୋବାଇଲ୍ ଡିଭାଇସ୍ ବର୍ଷ ବର୍ଷ ଧରି ଅନୁକୂଳ ହୋଇଛି ଏବଂ ବିକଶିତ ହୋଇଛି, ସେହିପରି ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଏକ ବାର୍ତ୍ତା ପହଞ୍ଚାଇବାର ଧାରା ମଧ୍ୟ ଅଛି । ଏହା ମୂଳିକ ଲିକ୍ ସର୍ଚ୍ଚ ମେସେଜିଂ ସେବା ସହିତ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା ଏବଂ ତା’ପରେ ବ୍ୟାପକ ବିଜ୍ଞାପନର ପି generation ୀକୁ ଚାଲିଗଲା ଯାହାକୁ ଆପଣ ଏକ PC ରେ ଦେଖନ୍ତି, ଏକ ଛୋଟ ଆକାର ବ୍ୟତୀତ ।

Let us begin with the first and move along from there:



The Short Message Service: The Short Message Service (SMS) is a text messaging service that can be used to send short text messages between mobile phones. It is a part of the GSM standard, allowing one-to-one and one-to-many (broadcast list) messaging. It is used for personal and business communication. SMS is a simple and effective way to reach a large number of people. It is also used for marketing purposes, such as sending promotional messages and alerts. SMS is a popular and reliable way to communicate with customers. It is also used for security purposes, such as sending one-time passwords (OTPs) and alerts. SMS is a simple and effective way to reach a large number of people. It is also used for marketing purposes, such as sending promotional messages and alerts. SMS is a popular and reliable way to communicate with customers. It is also used for security purposes, such as sending one-time passwords (OTPs) and alerts.

ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ବାର୍ତ୍ତା ସେବା ଯୋଗାଯୋଗର ସବୁଠାରୁ ଲୋକପ୍ରିୟ ଉପାୟ ମଧ୍ୟରୁ ଗୋଟିଏ । ଲୋକମାନେ ତଥାପି ବାର୍ତ୍ତା ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ସୁବିଧା ପାଇଛନ୍ତି । ମୋବାଇଲ୍ କମ୍ୟୁନିକେସନ୍ ଏହାକୁ ରୋକିବା ପାଇଁ ଏକ ଉପାୟ ବାହାର ନକଲେ ସେମାନେ ଏହି ବାର୍ତ୍ତା ଗ୍ରହଣ କରିବା ବନ୍ଦ କରିବେ ନାହିଁ ।



ଅନ୍ୟ ସମସ୍ତ ବିକଳ୍ପଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ ଏହା ସର୍ବନିମ୍ନ ମହଙ୍ଗା ଅଟେ: ଏକ SMS ପଠାଇବା ଅଧିକ ଖର୍ଚ୍ଚ ହୁଏ ନାହିଁ । ମୋବାଇଲ୍ ପାଇଁ ବ୍ୟାପକ ବିଜ୍ଞାପନ ତିଆରି କରିବା ପାଇଁ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ଏକ କମ୍ୟୁନିକେସନ୍ କେତେ ଚାଲି କରାଯିବ ତାହା ତୁଳନାରେ, ପଦୋକ୍ତି ପାଇଁ SMS ସବୁଠାରୁ ସହଜ ଏବଂ ଶସ୍ତା ବିକଳ୍ପ ପରି ମନେହୁଏ ।

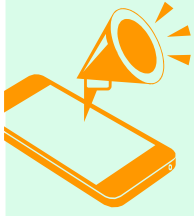
Quick Response Barcodes: Quick Response Barcodes (QR codes) are a type of barcode that can be scanned by a mobile phone. They are used for marketing purposes, such as sending promotional messages and alerts. QR codes are a simple and effective way to reach a large number of people. They are also used for security purposes, such as sending one-time passwords (OTPs) and alerts. QR codes are a simple and effective way to reach a large number of people. They are also used for security purposes, such as sending one-time passwords (OTPs) and alerts.



Location Based Marketing: Location Based Marketing (LBM) is a type of marketing that uses a person's location to deliver targeted messages. It is used for marketing purposes, such as sending promotional messages and alerts. LBM is a simple and effective way to reach a large number of people. It is also used for security purposes, such as sending one-time passwords (OTPs) and alerts. LBM is a simple and effective way to reach a large number of people. It is also used for security purposes, such as sending one-time passwords (OTPs) and alerts.

□□□□□□, □□□ □□□□□ □□□□ □□ □ **strategy** □□ □□□□ □□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□
□□□□□ □□□□ □□□□ □□ □□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□ □□□□□ □□□, □□□□
□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□ □□□□□□□ □□□□□□□ □□□□□□□
□□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□□ |

WHAT YOUR MOBILE MARKETING PLAN SHOULD LOOK LIKE



ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ସାଧାରଣ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନଠାରୁ ବହୁତ ଭିନ୍ନ ଭାବରେ କାମ କରେ । ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନରେ, ତୁମେ ତୁମର ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ ବିଷୟରେ ଶିକ୍ଷା ଦେବାକୁ ଚାହୁଁନାହିଁ, ବରଂ ତୁମର ବିଦ୍ୟମାନ ଗ୍ରାହକ ଆଧାର କିପରି ଗ to ିବ ସେ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେଉଛ । ବିଶ୍ୱସ୍ତ ଏବଂ ଖୁସି ଗ୍ରାହକମାନେ ଆପଣଙ୍କ ନିକଟକୁ ଫେରି ଆସିବା ଅତ୍ୟନ୍ତ ନିରାଶ ହୋଇଥିବା ପ୍ରଥମ ସମୟର ଏକ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ସିରିଜ୍ ପାଇବା ଅପେକ୍ଷା ଭଲ ।

.ପୂର୍ବରୁ କୁହାଯାଇଛି ଯେ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ଆରମ୍ଭରୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ବିଷୟରେ କିଛି ନୁହେଁ । ତୁମେ ଶ୍ରେଷ୍ଠ ଏବଂ ଅନ୍ୟ ସମସ୍ତଙ୍କ ଅପେକ୍ଷା ତୁମେ ସମସ୍ତ କାରଣ ବିଷୟରେ ଗର୍ଜନ କରିପାରିବ ନାହିଁ । ଏହି ବାର୍ତ୍ତାଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଖରେ ସମୟ ନାହିଁ । ସେମାନେ ଏହାକୁ ବନ୍ଦ କରିବେ । ଏକ ଭଲ ଚିନ୍ତାଧାରା, ଅଭିଯୋଗ ପାଠ୍ୟ ମାର୍କେଟିଂ ରଣନୀତିର ଅର୍ଥପୂର୍ଣ୍ଣ, ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀ ସମ୍ପର୍କ ଗ to ିବାର ଶକ୍ତି ଅଛି ।

To do this, you need to plan out your marketing strategy well.

1 STEP

To know your audience: ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଜାଣ: ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ କିଏ ତାହା ଜାଣିବା ଏବଂ ଉଭୟ ସାଇକୋଗ୍ରାଫିକ୍ ଏବଂ ଜନସଂଖ୍ୟାଗତ ଆଗ୍ରହ ଏବଂ ଆଚରଣ ଦ୍ୱାରା ସେମାନଙ୍କୁ ଚିହ୍ନିବା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଏହା ଯୋଗାଯୋଗ ପାଇଁ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ବିକାଶ କରିବାକୁ ସମ୍ଭବ କରେ । ଆପଣ ଯେପରି ପ୍ରଶ୍ନ ପଚାରିବା ଜାରି ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି ।ମୋର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଗ୍ରାହକ କିଏ?, 'ସେମାନଙ୍କୁ କ'ଣ ପ୍ରେରଣା ଦିଏ?', 'କେଉଁ ଯୋଗାଯୋଗ ଧାରା ସେମାନେ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି?', 'ସେମାନେ କେଉଁ ପତ୍ରିକା ଏବଂ ଖବରକାଗଜ ପଢନ୍ତି?', 'ସେମାନେ କେଉଁ ସାଇଟ୍ ପରିଦର୍ଶନ କରନ୍ତି?' ଇତ୍ୟାଦି । ତୁମର ରଣନୀତି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାବେଳେ ତୁମେ ଏହି ସମସ୍ତ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେବାକୁ ପଡ଼ିବ

2 STEP

Pick your Channels: ପ୍ରତ୍ୟେକ ଚ୍ୟାନେଲର ଶକ୍ତି ଏବଂ ଦୁର୍ବଳତା ଅଛି । ସମସ୍ତେ ଫେସବୁକ୍ କିମ୍ବା ଟ୍ୱିଟର କିମ୍ବା ଖବରକାଗଜରେ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି ନାହିଁ । ଆପଣଙ୍କ ଗ୍ରାହକମାନେ କେଉଁ ଚ୍ୟାନେଲ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି ତାହା ଆପଣ ଜାଣିବାକୁ ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି । ଆପଣ ଯେଉଁ ଚ୍ୟାନେଲଗୁଡ଼ିକ ସହିତ କାମ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ତାହା ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିବା ଏକ ଭଲ ଆରମ୍ଭ ।ଏକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ କ strategy ଶଳ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ । ତୁମ ପାଇଁ କ'ଣ କାମ କରିବ ଏବଂ କ'ଣ ହେବ ନାହିଁ ତୁମକୁ ଖୋଜିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ସେ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବା ଚ୍ୟାନେଲ ବାଛିବାରେ ଜଣେ ମାର୍କେଟର ନିଷ୍ପୂର ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ସବୁ ସମୟରେ ସବୁ ସ୍ଥାନରେ ରହିବା ଅପେକ୍ଷା ଅଳ୍ପ ଏବଂ ଅତି ଲକ୍ଷ୍ମି ଚ୍ୟାନେଲରେ ରହିବା ଭଲ ।

3 STEP

Be consistent: ଆପଣ ସୃଷ୍ଟି କରୁଥିବା ଦୃଶ୍ୟ ସ୍ଥିର ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଲୋଗୋ ଅପେକ୍ଷା ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ପରିଚୟକୁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଏ । ଯେତେବେଳେ ଆପଣ ମୋବାଇଲ୍ରେ ମାର୍କେଟିଂ କରନ୍ତି, ଆପଣ ସେଠାରେ ରଖିଥିବା ସମସ୍ତ ଜିନିଷ ସମାନ କମ୍ପାନୀରୁ ଆସିଥିବା ପରି ଦେଖାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଯିଏ ପ reading ୁଛନ୍ତି । ଲ-ଦ୍ରୁ୍ୟଜଲେଚର ଶୀଘ୍ର ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ସଂଯୋଗ କରିବାକୁ ସମ୍ଭବ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ, ଯେତେବେଳେ ସେ ସେହି ସାଇଟ୍ ପରିଦର୍ଶନ କରନ୍ତି ।

4 STEP

Create content that can be repurposed to suit different channels or media: ମାର୍କେଟିଂ ବାର୍ତ୍ତା ପାଇଁ ଜଣେ ମାର୍କେଟର ସର୍ବଦା ଡିନୋଟି C କୁ ଅନୁସରଣ କରିବା ଉଚିତ - ଯୋଗାଯୋଗ, ଯଥା ବାର୍ତ୍ତା କିମ୍ବା ଅଫର ସ୍ୱସ୍ତ ଏବଂ ବାଧ୍ୟତାମୂଳକ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ, ଏବଂ ବାର୍ତ୍ତା ଆକର୍ଷଣୀୟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ଏବଂ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ଏବଂ ଶେଷରେ ସ୍ଥିର - ଏହା ଆବଶ୍ୟକ । ଆପଣ କେଉଁ ଚ୍ୟାନେଲ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟରେ ସମାନ ହୁଅନ୍ତୁ । ଆପଣଙ୍କୁ ବିଷୟବସ୍ତୁ ବିକାଶ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ଯାହାକୁ ଆପଣ ଯେକ any ଶସି ମାଧ୍ୟମରେ ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ ।

Know your target

5 STEP

Your messaging should be integrated: ତୁମର ମେସେଜିଂ ଏକାଠି ହେବା ଉଚିତ: ତୁମର ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନର ପ୍ରତ୍ୟେକ ଉପାଦାନ ତୁମର ଷ୍ଟ୍ରାଟେଜି କିମ୍ବା ସାମାଜିକ ନେଟୱାର୍କ ହେଉ ତୁମର ଶେଷ ଲକ୍ଷ୍ୟକୁ ଗ୍ରା ସି ଡ୍ରାଇଭ୍ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ କରେ | ଏହିଗୁଡ଼ିକର ଲିଙ୍କଗୁଡ଼ିକ ଆପଣଙ୍କର ବାର୍ତ୍ତା ଏବଂ ବ୍ୟାନରରେ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ | ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ପାଇଁ ତୁମର ସାଇଟ୍ ଖୋଜିବା ପାଇଁ ତୁମେ ଯେତେ କଷ୍ଟ କରିବ, ତୁମେ କମ୍ ଗ୍ରା ପାଇବ | ସମାନ କୀ ଶବ୍ଦ ଏବଂ ବାକ୍ୟାଂଶଗୁଡ଼ିକ ଆପଣଙ୍କର ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନରେ ବ୍ୟବହୃତ ହେବା ଜରୁରୀ, କିମ୍ବା ଏହା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଏକ ବଡ଼ ବୁଦ୍ଧି ସୃଷ୍ଟି କରିବ ଯାହାଦ୍ୱାରା ଗ୍ରା c ଡ୍ରପ୍ ହେବ | ଆପଣ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା URL ଏବଂ ଉପଯୋଗକର୍ତ୍ତା ନାମଗୁଡ଼ିକ ଯଥାସମ୍ଭବ ସମାନ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ | ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, igBigbunny, Bigbunny.com, ଇତ୍ୟାଦି |

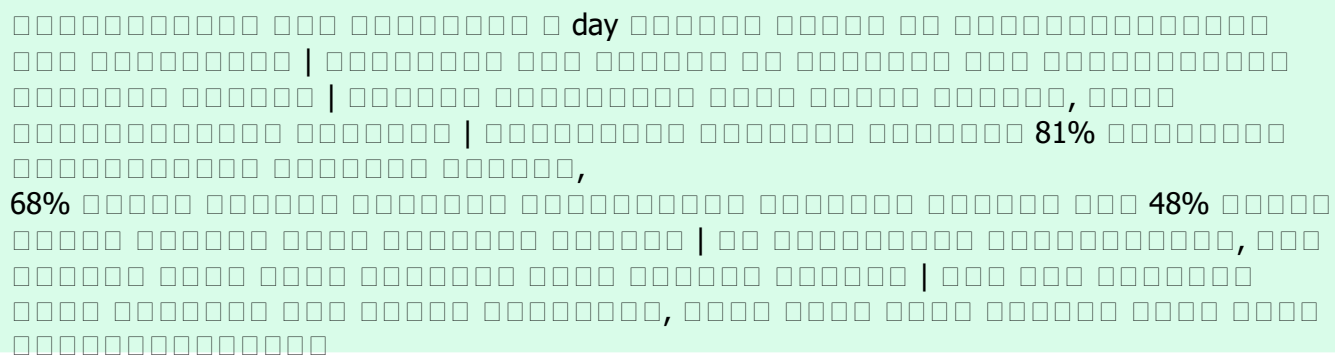
6 STEP

Your marketing teams should be working in sync: ସମାନ ପ୍ରୋଜେକ୍ଟରେ ଯଦି ଆପଣଙ୍କର ଅନେକ ଦଳ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଛନ୍ତି, ତେବେ ସେମାନେ ସମାନ ପୃଷ୍ଠାରେ ଅଛନ୍ତି ଜାଣିବା ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କୁ ବ meetings Oକ ସେଟିଂ ଜାରି ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ | ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ କୁହନ୍ତୁ, ଗୋଟିଏ ଦଳ ମୋବାଇଲ୍ ମେସେଜ୍ ପଠାନ୍ତି ଯେପରି '40 ଡଲାରରେ ଆପଣଙ୍କ ଜିନ୍ସ କିଣନ୍ତୁ' ଏବଂ ଅନ୍ୟ ଦଳ କ'ଣ ଘରୁଛି ଜାଣିନାହାଁନ୍ତି, ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ଏକ ବାର୍ତ୍ତା ପଠାନ୍ତି ଯେ 'ତୁମେ ଗୋଟିଏ ଜିନ୍ସକୁ ଅନ୍ୟ ସହିତ ମୁକ୍ତ କର' | ଏହା ସମୁଦାୟ ମାର୍କେଟିଂ ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ହେବ | ସେହିଭଳି, ଯଦି ତୁମେ ତୁମର ଅଭିଯାନର ବିଭିନ୍ନ ଦିଗକୁ ପରିଚାଳନା କରିବା ପାଇଁ ଦୁଇଟି ଏଜେଣ୍ଟ ବ୍ୟବହାର କରୁଛ, ତେବେ ନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ଯେ ତୁମର ଦ୍ରାଷ୍ଟର ଏକ ସ୍ଥିର ଲୁକ୍ ଅଛି କି ନାହିଁ ନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ଜଣେ ସଂଯୋଜକ ଅଛନ୍ତି |

THE IMPORTANCE THAT MOBILE MARKETING HOLDS TODAY

In today's day and age, mobile marketing plays a vital role for businesses.

ଜଣେ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ନିକଟରେ ଜଣେ ମାର୍କେଟର ନିକଟରେ ହେବେ ମୋବାଇଲ୍ ମାଧ୍ୟମରେ | ଅନ୍ୟ କ known ଶସି ଜଣାଶୁଣା ଉପକରଣ ନାହିଁ ଯାହା ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ଅପେକ୍ଷା ଜଣେ ମାର୍କେଟରଙ୍କୁ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ନିକଟରେ କରିବ | ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ, ବିସ୍ତାରିତ ଏବଂ ନିକଟତରତା ପାଇଁ ସୁଯୋଗ ପ୍ରଦାନ କରେ | ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସହିତ କ'ଣ କାମ କରେ, ସେମାନେ କ'ଣ କିଣନ୍ତି ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ସହିତ କ'ଣ କ୍ଲିକ୍ କରନ୍ତି ମାର୍କେଟରମାନେ କ୍ରମାଗତ ଭାବରେ ବୁ to େବାକୁ ଚାହଁଥାନ୍ତି | ମୋବାଇଲ୍ ଡିଭାଇସରେ ଏହା କରିବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ଥିବା କୁହାଯାଉଛି | 2011 ରେ ହୋଇଥିବା ଏକ ଅଧ୍ୟୟନରୁ ଜଣାପଡ଼ିଛି ଯେ ହାରାହାରି ଆମେରିକୀୟମାନେ ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ରେ ଦିନକୁ 2.7 ଘଣ୍ଟା ବିତାଇ ସାମାଜିକ ହୋଇଥାନ୍ତି, ଯାହା ସେମାନେ ଖାଇବାକୁ ସମୟଠାରୁ ଦୁଇଗୁଣ ଅଧିକ | ବିଶ୍ୱ world ର 75% ରୁ ଅଧିକ ବର୍ତ୍ତମାନ ଏକ ଫୋନ୍ ପାଇପାରିବେ, ଯାହା ଦ market ାରା ମାର୍କେଟରମାନେ ସେମାନଙ୍କର ଦ୍ରାଷ୍ଟର ପଦୋଦ୍ଧୃତି ବ and ାଇବାକୁ ଅନୁମତି ଦେବେ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ସୁଯୋଗ ପ୍ରଦାନ କରିବେ | ମୋବାଇଲ୍ ଡିଭାଇସ୍ ଜଣେ ମାର୍କେଟରଙ୍କୁ ସଠିକ୍ ସ୍ଥାନ, ସଠିକ୍ ସମୟ ଏବଂ ସଠିକ୍ ବ୍ୟକ୍ତି ସହିତ ସଂଯୋଗ କରିବାକୁ ସକ୍ଷମ କରିଥାଏ |





ପ୍ରତିଦିନ ପ୍ରାୟ ୧୦୦ କୋଟି ଟିକେଟ୍ ବିକ୍ରି ହେଉଛି । ଏହା ମଧ୍ୟରେ ୭୭% ଟିକେଟ୍ ମୋବାଇଲ୍ ଉପରେ ବିକ୍ରି ହେଉଛି । ଏହାକୁ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରିବା ପାଇଁ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଏକ ଉତ୍ତମ ଉପାୟ ।



ସେମାନେ କ୍ରୟ ଚାଲିତ ସମ୍ପର୍କକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରନ୍ତି । ସେଗୁଡ଼ିକ ଚ୍ୟାନେଲଗୁଡ଼ିକରେ ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ ଏବଂ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଏବଂ ଅନୁସନ୍ଧାନ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଚିହ୍ନା କରେ । 79% ଗ୍ରାହକ ଯେତେବେଳେ ସମ୍ପର୍କରେ ସାହାଯ୍ୟ ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି । ସେମାନଙ୍କର ସ୍ପାର୍ଟଫୋନ୍ରେ ଉପାଦାନ କିମ୍ବା ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ବିଷୟରେ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ ସେମାନେ ମୂଲ୍ୟ ତୁଳନା କରନ୍ତି । ଅନଲାଇନ୍ କିମ୍ବା ଷ୍ଟୋରରେ 74% ଗ୍ରାହକ ନିଜ ଫୋନ୍ରେ କ୍ରୟ କରନ୍ତି ।



ସ୍ପାର୍ଟଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ଆଚରଣ ପାଇଁ କ୍ରୟ ମିଡ଼ିଆ ଏକ୍ସପୋଜର ବହୁତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ । ଅଧିକାଂଶ ଉପଭୋକ୍ତା ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରନ୍ତି ଯାହା ଉପରେ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ ଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ । ଜଣେ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଫୋନ୍ରେ 71% ସର୍ବ ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ୍ସପୋଜର ହେତୁ ହୋଇଥାଏ - ଏହାର 68% ପାରମ୍ପାରିକ ମିଡ଼ିଆ କାରଣରୁ, 18% ଅନଲାଇନ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ହେତୁ ଏବଂ 27% ମୋବାଇଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ହେତୁ ହୋଇଥାଏ । 82% ଉପଭୋକ୍ତା ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରନ୍ତି ।

ଯେଉଁମାନେ ବିଜ୍ଞାପନରେ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ 35% ଖେବସାଇଟ୍ ପରିଦର୍ଶନ କରନ୍ତି ଏବଂ 49% କ୍ରୟ କରନ୍ତି ।

THE ADVANTAGES OF USING MOBILE MARKETING

More than disadvantages, mobile marketing has a host of advantages that work well for marketers.



1

ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀମାନେ ବର୍ତ୍ତମାନ ଏବଂ ପରେ ସେମାନଙ୍କର ଫୋନ୍ ଯାଚି ରଖନ୍ତି । ଏହି କାରଣରୁ ଯେକୌଣସି ଶୀଘ୍ର ନୂତନ ବାର୍ତ୍ତା ସେମାନେ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି, ସେମାନେ 5 ମିନିଟର ଖିଣ୍ଟା ମଧ୍ୟରେ ଖୋଲନ୍ତି । ଏହାକୁ ଏକ ସହିତ ତୁଳନା କରନ୍ତୁ ।

ଇମେଲ୍ ଯାହା ଆପଣ ପଠାଉଛନ୍ତି । ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଦିନ ଏବଂ ସପ୍ତାହ ପାଇଁ ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଇନବକ୍ସରେ ବସିପାରେ । ଏକ ଅଧ୍ୟୟନ



ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ରରେ, 94% ପାଠ୍ୟ ବାର୍ତ୍ତା ଯାହା ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ଦ୍ଵାରା ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥାଏ, ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ 75% ତୁରନ୍ତ ପଢ଼ାଯାଏ ।

ଯେହେତୁ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଫୋନ୍ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଜରୁରୀ, ସେଗୁଡ଼ିକ ସବୁଆଡ଼େ ବୁଲିଯାଏ । ଯଦି ଜଣେ ମାର୍କେଟର ମୋବାଇଲ୍



ବ୍ୟବହାର କରି ଟାର୍ଗେଟ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି, ତେବେ ସେମାନେ ପ୍ରାୟ ତତକ୍ଷଣାତ୍ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଦ୍ଵାରା ପଢ଼ାଯିବା ବିଜ୍ଞାପନ ଅଭିଯାନର ସୁବିଧା ପାଇପାରିବେ । ତା'ପରେ ପାରମ୍ପାରିକ ପଦ୍ଧତି କ'ଣ ଗ୍ରହଣ କରିବ ତା'ଠାରୁ ଅଧିକ ଦର୍ଶକ ବ୍ୟବହାର କରିବାର ସୁବିଧା ସେମାନଙ୍କ ପାଖରେ ଅଛି ।

ମୋବାଇଲ୍ ଟେକ୍ନୋଲୋଜି ଉପଭୋକ୍ତା କେଉଁଠାରେ ଆସିଛନ୍ତି ନା କାହିଁକି ବାର୍ତ୍ତା ପଠାଇବା ଏବଂ ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ସ୍ପାର୍ଟଫୋନ୍ ସକ୍ଷମ କରନ୍ତି । ଆପଣଙ୍କ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ମନେ ରଖିବା ପାଇଁ ଏହା ଆପଣଙ୍କୁ ସୁବିଧା ଦେଇଥାଏ ।

ଷ୍ଟୋରକୁ ଫେରି ଆସି, ତୁମେ କରୁଥିବା ସର୍ବୋତ୍ତମ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କର, ଚାଲୁଥିବା ବିକ୍ରୟ ବିଷୟରେ ସେମାନଙ୍କୁ ଜଣାନ୍ତୁ ଏବଂ ତୁମେ

ତୁରନ୍ତ ମତାମତ ଗ୍ରହଣ କରିପାରିବ । ନିଅ, ପାଇଁ ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ବ୍ରିଟେନରେ ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ନେଟୱାର୍କ କମ୍ପାନୀ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ ଅଭିଯାନ ।

SUCCESSFUL MOBILE MARKETING CAMPAIGNS

Till date, many companies have had successful mobile marketing strategies. Some of the top strategies are:



Redbox is a leading provider of DVD and Blu-ray rentals. In 2010, Redbox launched a mobile app that allowed users to rent movies and TV shows directly from their smartphones. The app was a huge success, and Redbox's mobile revenue grew significantly. In 2011, Redbox reported that its mobile app had generated over \$1.50 million in revenue. Redbox also used the app to promote its DVD and Blu-ray rentals, and to offer exclusive deals to app users. Redbox's mobile marketing strategy was a key factor in its success, and it has since become a model for other companies looking to reach their customers on mobile devices.

Ford Motor Company: ସେମାନଙ୍କର ନୂତନ କାର୍, ଫୋର୍ଡ ଏସ୍କେପ୍ ଏବଂ ଫୋର୍ଡ ଟୋରସ୍ ରିଲିଜ୍ ପାଇଁ କମ୍ପାନୀ ଏକ ଉତ୍କୃଷ୍ଟ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ କ strategy ଶଳ ବ୍ୟବହାର କରିଥିଲା । ଯଦି ଲୋକମାନେ କାର ଉପରେ ଅଧିକ ସୂଚନା ଚାହାଁନ୍ତି, ତେବେ ସେମାନଙ୍କୁ 'ଫୋର୍ଡ' ଶବ୍ଦ ସହିତ 63611 କୁ ଏକ ପାଠ ପଠାଇବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଏହା ପରେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବେ ଯୋଗାଯୋଗ କରାଯାଇଥିଲା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ସ୍ଥାନୀୟ ଜିପ୍ କୋଡ୍ ସହିତ ସେମାନଙ୍କର ନାମ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ କୁହାଯାଇଥିଲା । ଏହା ପରେ ସ୍ଥାନୀୟ ଫୋର୍ଡ ଡିଲରସିପକୁ ସୂଚନା ପଠାଯାଇଥିଲା ଏବଂ ପରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ପୁନର୍ବାର ଯୋଗାଯୋଗ କରାଯାଇ ସୂଚନା ଦିଆଯାଇଥିଲା । ଏହି ଅଭିଯାନ ପରେ ଫୋର୍ଡ 15.4% ର ଚଳାକାର ରୂପାନ୍ତର ହାର ଦେଖିଲା ।



Starbucks: ସେମାନଙ୍କ ବିଶ୍ୱ class ସ୍ତରୀୟ କଫି ପାଇଁ ଜଣାଶୁଣା, ସ୍ମାରକସ୍ତ୍ର ସ୍ମାରକସ୍ତ୍ର କାର୍ଡ ମୋବାଇଲ୍ ଆପ୍ ଉପସ୍ଥାପନ କରି ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଜୀବନକୁ ସହଜ କରିବାକୁ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେଇଛି । ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ବର୍ତ୍ତମାନ କେବଳ ସେମାନଙ୍କ ଆକାଉଣ୍ଟରେ କ୍ରେଡିଟ୍ ଲୋଡ୍ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ଏବଂ ତା'ପରେ ଟେକଆଉଟ୍ ରେ ଫୋନ୍ ସ୍କିନ୍ ସ୍କାନ୍ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଏହି ଆପ୍ ବର୍ତ୍ତମାନ ଆଇଫୋନ୍, ଆଇପଡ୍ ଟଚ୍ ଏବଂ କ୍ଲବ୍ବେରୀ ଏବଂ ଆଣ୍ଡ୍ରଏଡ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ଉପଲବ୍ଧ ।

DID YOU KNOW?

- ? Mobile is the second most popular device used to search the internet.
- ? There was a 4.70% mobile conversion rate in the previous year - 2014.
- ? 25% of online searches are done on a mobile device.
- ? 70% of mobile searches lead to action on websites within 1 hour.
- ? Americans spend on an average, 2 hours a day on mobile devices.
- ? 1 in 7 people worldwide use smartphones.
- ? 60% of social media time is spent on a smartphone or tablet.
- ? 8% of a person's day is spent looking at a mobile screen.
- ? The number of smartphones in use worldwide is 1.75 billion and 143 million in US alone.
- ? 85% of people prefer mobile apps to websites.
- ? 224 million are the number of monthly mobile app users.
- ? 25% of smartphone owners say 'they can't recall the last time their smartphone wasn't next to them'.
- ? Out of the 6.8 billion people on earth, 3.5 billion are the number of people who own a toothbrush and 4 billion are the number of people who own a smartphone.
- ? 95% of consumers are reached by brands using the SMS.
- ? 74% of people use their smartphones while they shop.
- ? 50% of people scan the QR codes they receive.
- ? 189 million people are mobile – only Facebook users.
- ? 30% of Facebook's revenue comes from mobile users.
- ? 50% of B2B vendors sell through the mobile.