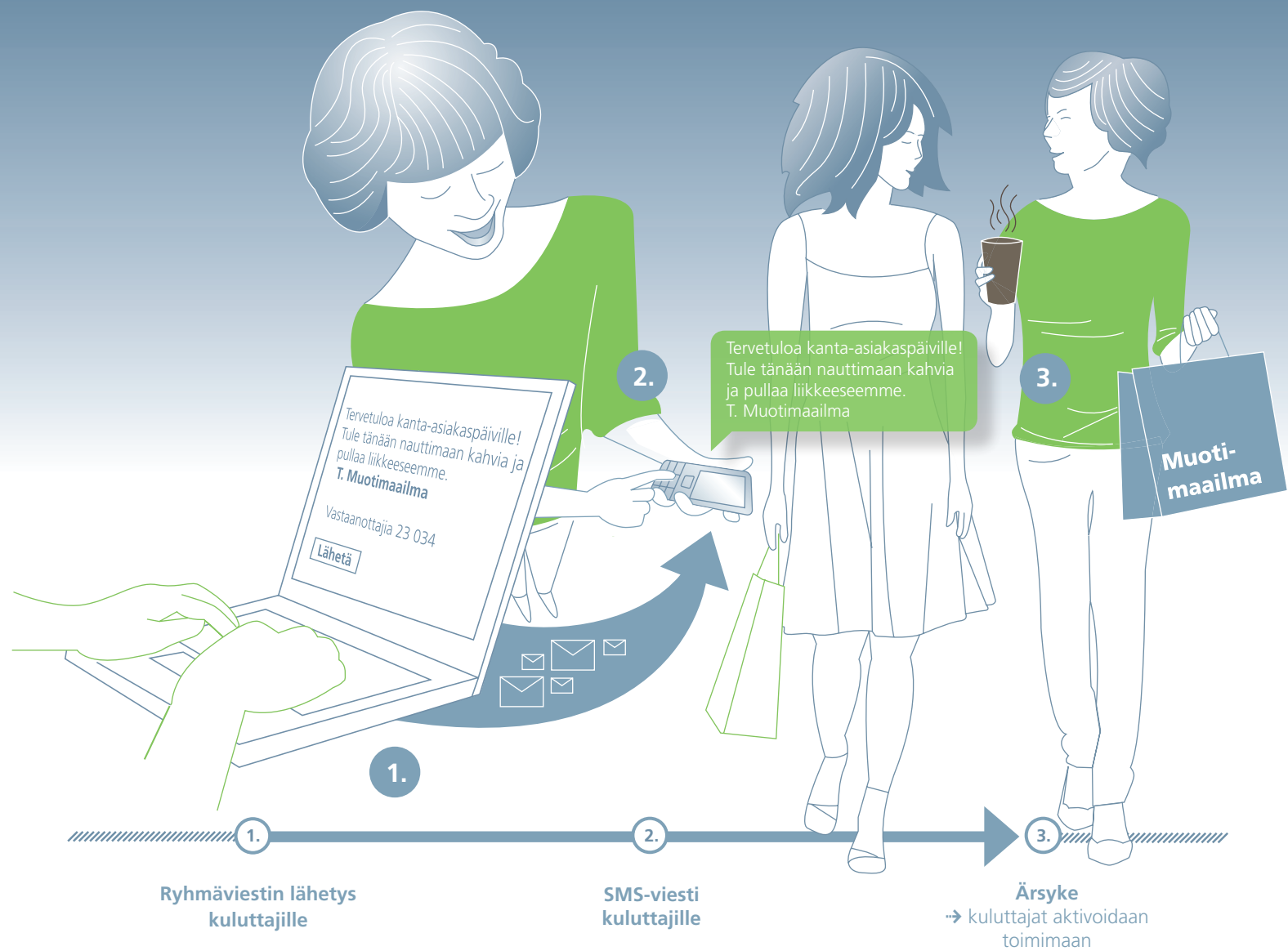


Ryhmäviestintäpalvelu

→ Helppokäyttöinen työkalu mobiiliin sidosryhmäviestintään



Käyttötarkoitukset

- Sähköiset markkinointikampanjat
- Kanta-asiakasviestintä
- Sisäinen viestintä
- Ulkoisten sidosryhmien tiedottaminen
- Tapahtumamarkkinointi

Yrityksen edut

- Tavoittavuus, kohdennettavuus, luotettavuus
- Mahdollisuus aktiiviseen palautekanavaan
- Kustannustehokkuus
- Viestinnän nopeus
- Toimenpiteiden mitattavuus
- Ympäristöystävällisyys
- Täydentää markkinointimixiä
- Sitouttaa asiakasta

Kuluttajan edut

- Viestien vastaanotto milloin vain ja missä vain
- Saavutettu lisäarvo relevanttien viestien myötä
- Kuluttaja saa vain niitä viestejä joita on itse halunnut vastaanottaa
- Ympäristöystävällinen

→ Mobiiliviestinnällä on vahva aktivoiva vaikutus

Mobiiliin sidosryhmäviestinnän vahvuutena on myös sen tuoma mahdollisuus aktiiviseen palautekanavaan; kuluttajan on saapuneen viestin perusteella helppo reagoida vastausviestillä: tehdä tilaus, liittyä rekisteriin, ostaa tuote, kokeilla palvelua tai mikä ikinä viestinnän tavoite onkaan ollut.

Hyvin ajoitetuilla viesteillä voidaan myös tehokkaasti aktivoida kuluttajat toimimaan tietyllä tavalla, kuten tulemaan myymälään tai noutamaan näytteen.

Faktoja mobiilista sidosryhmäviestinnästä:

- Lähes jokaisella 14-74 -vuotiaalla Suomalaisella on matkapuhelin
- Tutkimusten mukaan mobiilikampanjoihin osallistuvat aktiivisimmin ihmiset ikäryhmässä 36-45 v.*
- 93% vastaanotetuista tekstiviesteistä luetaan heti.**
- Muihin medioihin verrattuna, tarjoaa tämä kohdennettava media ensiluokkaisen asetelman, sillä yli 11% kuluttajista reagoi mobiilimarkkinointiin, mikä on viisi kertaa enemmän kuin perinteisessä suoramarkkinoinnissa.***
- Mobiilimarkkinointi on ainoa henkilökohtainen kanava, joka tekee kommunikaatiosta spontaania, vuorovaikutteista ja kohdennettua****

*) Matti Leppäniemi (KTT), Mobile marketing communications in consumer marketing

***) Mobile Marketing Tracking, Heimo 2001

****) Forrester Research ja Federation of European Direct Marketing 2002

*****) Mobile Marketing Association 2003

Caset

Amarillo

Ravintolaketju Amarillo käyttää Ryhmäviestintäpalvelua tiedottaessaan kanta-asiakkaita tapahtumista, tarjouksista ja eduista.

Kuluttaja liittyy palveluun paikkakuntakohtaisesti joko Amarillon web-sivujen kautta tai tekstiviestikomennolla. Lupakanta pysyy automaattisesti ajan tasalla, sillä kuluttajalla on mahdollisuus poistua palvelusta milloin tahansa.



Pfizer

Lääkeyhtiö Pfizer Oy käyttää Ryhmäviestintäpalvelua sisäiseen tiedottamiseen. Palvelun avulla tavoitetaan tekstiviestitse yhtiön työntekijät nopeasti ja varmasti, aina halutulla hetkellä. Lähetettävät viestit sisältävät mm. muistutuksia, palaverikutsuja ja myyntilukuja.



Kiinnostuitko?

Soita:

050-581 9595 | Lasse Lohikoski
050-550 0499 | Tero Kalsta

Steam Communications Oy on mobiiliin asiakasviestintään erikoistunut palveluyritys. Autamme asiakkaitamme tehostamaan kommunikointiaan omien sidosryhmiensä kanssa mobiilikanavan avulla. Toimimme tiiviissä yhteistyössä asiakkaidemme kanssa löytääksemme juuri heille sopivat toimintamallit ja palvelukokonaisuudet. Kaikilla asiakkailamme on yhteinen tarve - hyödyntää mobiilikanavaa tehokkaasti liiketoiminnassaan.