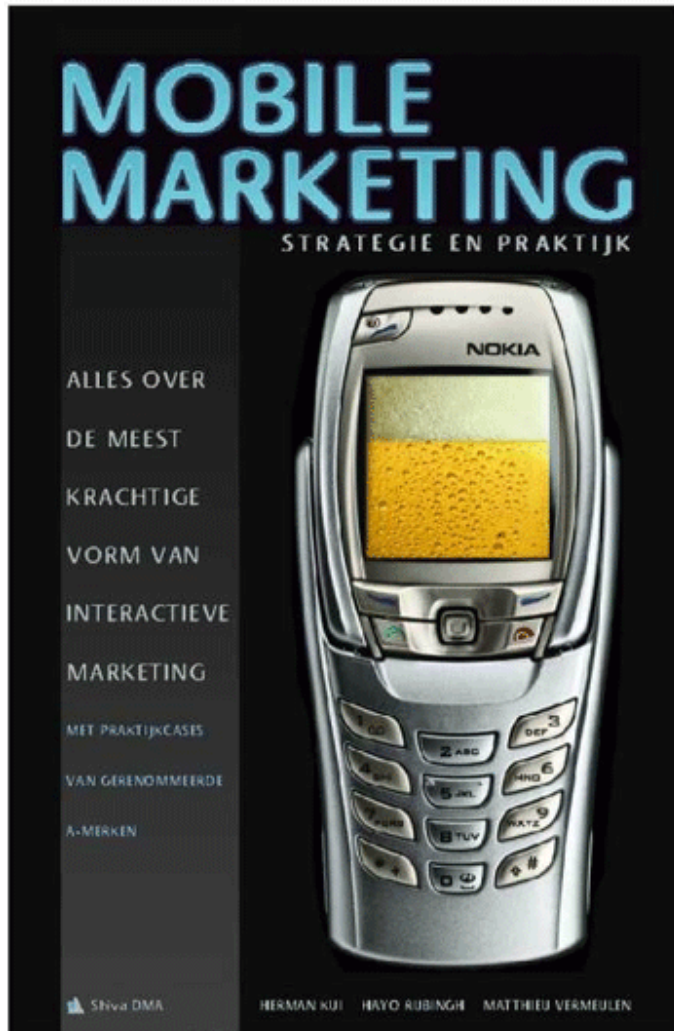


## Bán hàng “siêu tốc” nhờ tiếp thị trên điện thoại di động Tuyệt Mai



*Liệu các thông điệp tiếp thị của bạn có thể tiếp cận tới vô số khách hàng tiềm năng đang đi lại trên đường phố và liệu các khách hàng có thể giao tiếp với công ty bạn cho dù họ ở bất kể đâu?*

Trong quá khứ, miễn là bạn đang tiến hành quảng cáo ngoài nhà, bạn có thể trả lời là “Có”. Nhưng ngày nay, trừ khi kế hoạch tiếp thị quảng bá của bạn chứa đựng một lượng quan trọng các thông tin tích hợp với điện thoại di động, bạn sẽ không thể đạt được mong muốn trên.

Cùng với sự phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin, điện thoại di

động xuất hiện ở mọi nơi, mọi lúc, dần trở thành một “tài sản bất ly thân” của rất nhiều người. Theo hãng nghiên cứu toàn cầu IDC, số lượng điện thoại di động được xuất xưởng trên toàn thế giới đã tăng 19,1% hàng năm, mỗi tháng có thêm 40 triệu số điện thoại được kích hoạt. Số lượng thuê bao điện thoại di động trên toàn thế giới đã đạt 2 tỷ vào năm 2005, và được dự đoán là sẽ tăng lên 3,96 tỷ vào 2011. Còn một nghiên cứu thị trường mới đây của Portio Research dự đoán rằng 50% dân số thế giới sẽ sử dụng một chiếc điện thoại di động vào cuối năm 2009.

Người sử dụng điện thoại di động đang ngày một quen thuộc hơn với việc các tiện ích phổ biến như nhắn tin SMS, duyệt web và rất nhiều chức năng khác trên điện thoại di động. Theo Portio Research, mỗi ngày mọi người trên thế giới gửi đi khoảng 15 tỷ tin nhắn khác nhau, và số lượng tin nhắn SMS này tăng trưởng theo hàm mũ mỗi năm - nó không còn là một sở thích của giới trẻ nữa, mọi người ở mọi lứa tuổi khác nhau đều nhắn tin qua điện thoại di động.

Các nhà quảng cáo sáng tạo đã nhận ra tiềm năng vô cùng lớn của hoạt động tiếp thị trên điện thoại di động, bổ sung vào chiến lược tiếp thị tổng thể của họ, đặc biệt là đối với những sản phẩm cuốn hút các khách hàng thường xuyên sử dụng điện thoại di động và hay đi lại. Ví dụ, dây chuyền nhà hàng Popeyes Chicken & Biscuits tại Houston gần đây đã bổ sung các hoạt động tin nhắn quảng cáo (khách hàng nhận được các tin nhắn SMS quảng cáo khi gửi một tin nhắn tới nhà hàng) như một cách thức mới để thu hút sự quan tâm của các khách hàng, xúc tiến các chào hàng mới và trao thưởng cho những ai mong muốn có một mối quan hệ lâu bền với nhãn hiệu nhà hàng.

Trên thực tế, các chương trình tin nhắn điện thoại di động rất lý tưởng để mở rộng khả năng tiếp cận số lượng lớn các khách hàng, trợ giúp đáng kể cho những chiến dịch tiếp thị hiện tại của bạn, và đồng thời đảm bảo cho các khách hàng quan tâm có thể lựa chọn nhiều thông tin hơn.

Tất cả các nhà quảng cáo có một cộng đồng khách hàng trung thành đều mong muốn tìm hiểu nhiều hơn về tin nhắn tiếp thị. Và không ít khách hàng trong các cộng đồng khách hàng đó sẽ giao tiếp, liên hệ nhiều hơn với nhãn hiệu hay dịch vụ của bạn nếu mọi việc thực sự dễ dàng như vậy. Tin nhắn tiếp thị đang chứng tỏ hiệu quả - nó hoàn toàn dễ dàng và nhanh chóng cho các khách hàng, đồng thời có thể được bổ sung vào những nỗ lực tiếp thị hiện tại của công ty bạn mà không tốn kém nhiều về tiền bạc và công sức.

Quay trở lại với ví dụ chuỗi nhà hàng kể trên. Popeyes Chicken & Biscuits đã tiến hành một chiến dịch tin nhắn tiếp thị đối với các nhà hàng của hãng tại khu vực Houston tới điện thoại di động của

một số lượng lớn khách hàng tiềm năng, kèm theo đó là phần thưởng, khuyến mại cụ thể. Khuyến trương thông qua những thông điệp bên ngoài và nhạc chuông vui vẻ, chiến dịch được thiết kế để động viên các khách hàng thử món sandwich gà mới khi dành cho họ đồ uống và tráng miệng miễn phí.

Khi chiến dịch bắt đầu, nhà hàng quảng bá rộng rãi nội dung chương trình tiếp thị. Theo đó, nếu khách hàng nhắn tin “popeyes” tới một tổng đài đã được xây dựng từ trước, họ sẽ nhận được một tin nhắn hồi âm với nội dung “coupon”. Có tin nhắn này trong điện thoại di động, khi khách hàng đến ăn uống tại nhà hàng, họ sẽ được miễn phí một số món ăn nhất định. Tính trung bình, mỗi ngày có đến 100 tin nhắn gửi đến tổng đài điện thoại của nhà hàng. Ngoài ra, khách hàng còn có thể vào trang web của nhà hàng, đăng nhập số điện thoại di động để nhận được tin nhắn phản hồi. Nhờ chiến dịch này, Popeyes Chicken & Biscuits đã gia tăng đáng kể giá trị của mối liên hệ giữa nhãn hiệu Popeyes và các khách hàng trung thành.

Chiến dịch tin nhắn SMS Popeyes được thiết kế để tiếp cận đông đảo khách hàng, khuyến khích họ đến nhiều hơn để thưởng thức các món ăn - và cung cấp những phần thưởng ngay lập tức. Điều này về cơ bản là một sự khuyến khích thú vị cho việc thử một cái gì đó khác biệt và mới mẻ.

Trong khi đó, chuỗi nhà hàng Red Robin Gourmet Burgers tại Texas cũng đang thực hiện chiến dịch tiếp thị tin nhắn SMS để thu hút khách hàng, nhưng theo một cách thức đôi chút khác biệt.

Những quảng cáo, truyền miệng rộng rãi được tiến hành để khuyến khích khách hàng nhắn tin tới tổng đài điện thoại của nhà hàng để tham gia Câu lạc bộ VIP Red Robin. Khách hàng nào nhắn tin sẽ nhận được một tin nhắn phản hồi với đường link dẫn tới một trang web nhỏ đặc biệt nơi mà họ có thể in phiếu giảm giá 5 USD cho bữa ăn tiếp theo tại nhà hàng. Các khách hàng cũng nhận được nhiều thông tin về các khuyến mại và các món ăn mới của nhà hàng trong tương lai, nếu họ lựa chọn, và đương nhiên tất cả đều qua tin nhắn.

Giá trị? Giả sử rằng bạn làm việc ngay cạnh nhà hàng Red Robin và bạn đến đó một lần trong một tháng hay đến ăn trưa với bạn bè. Trong lần ghé thăm nhà hàng gần đây nhất, bạn tham gia câu lạc bộ VIP qua tin nhắn SMS. Giờ đây, một vài tuần sau, khoảng 10 giờ sáng thứ sáu, bạn nhận được một tin nhắn khuyến mại cho bạn một bữa tráng miệng miễn phí tại nhà hàng. Vậy bạn sẽ đi đâu vào bữa trưa ngày hôm đó? Chắc hẳn sẽ là nhà hàng Red Robin.

Dưới đây là một ví dụ khác: Tạp chí ENVY phát hành tại Houston và Dallas, Mỹ chuyên về các thông tin giải trí, ăn uống và phim ảnh buổi tối. ENVY đã sử dụng tin nhắn SMS như một lựa chọn đặc biệt cho bất cứ ai mong muốn có các thông tin cập nhật về các sự kiện địa phương, các bữa tiệc đặc biệt, các nhà hàng và shop thời trang,.... Nhờ phương thức này mà số lượng người đặt dài kỳ tạp chí ENVY sau khi nhận được tin nhắn SMS đã gia tăng đáng kể. Họ mong muốn có các thông tin đầy đủ hơn sau khi biết được một số nội dung chính trên tin nhắn SMS.

Nhìn chung, quy trình xây dựng và thực thi một chương trình tiếp thị trên điện thoại di động sẽ được thực hiện như sau: Nhà cung cấp tổng đài tin nhắn sẽ xây dựng một cú pháp nội dung đặc trưng duy nhất theo yêu cầu của công ty bạn. Khi tin nhắn được gửi tới tổng đài, nhà cung cấp sẽ gửi thông tin qua tin nhắn phản hồi tới khách hàng về nhãn hiệu và dịch vụ của bạn. Bạn có thể chỉ định cụ thể nội dung tin nhắn - đó có thể là địa chỉ trang web, số điện thoại, mã khuyến mại, phiếu dự thưởng, các thông tin lựa chọn, hay đơn thuần là chi tiết về sản phẩm/dịch vụ bạn cung cấp,....

Tuy nhiên, điều quan trọng là bạn cần đảm bảo rằng bạn là người chi trả các chi phí thuê và vận hành tổng đài nhắn tin, chứ không phải các khách hàng. Nếu các khách hàng phải thêm tiền cho những tin nhắn của họ trên hoá đơn điện thoại di động, họ sẽ không cảm thấy thoải mái chút nào. Vì vậy, hoạt động nhắn tin không nên được xem như một nguồn đem lại lợi nhuận cho bạn, cũng như không nên được xem như một sự bổ sung cần tính phí đối với các khách hàng. Nó nên là một khoản chi phí bổ sung của công ty nhằm trợ giúp các khách hàng mong muốn có thể thông

tin. Hơn tất cả, liệu bạn có tính phí đối với một ai đó ghé thăm trang web của bạn? Hay một ai đó nghe quảng cáo trên radio?

Một vấn đề quan trọng khác: Bạn cần đảm bảo rằng tổng đài tin nhắn mà bạn sử dụng sẽ cho phép các khách hàng hoàn toàn kiểm soát những giao tiếp của họ, không tiết lộ số điện thoại di động và đặc biệt là không gửi spam trong tương lai. Bạn cần tuyên bố rõ ràng bạn sẽ không bao giờ cung cấp số điện thoại di động cho bất cứ ai, kể cả những khách hàng đã mua sản phẩm, dịch vụ của bạn. Theo cách đó, các khách hàng sẽ được bảo vệ và hoạt động nhắn tin vẫn là một hướng đi có thể được kiểm soát chặt chẽ, không xâm phạm đời tư khách hàng - nó hoàn toàn không phải là cách thức để truyền tải những thông điệp không mong muốn tới mọi người như kiểu spam.

***Sau cùng***, với một chiến lược thích hợp cùng đôi chút sự sáng tạo, tiếp thị trên điện thoại di động sẽ giúp cho công ty của bạn có được nhiều hơn sự gắn kết chặt chẽ với các khách hàng tại mọi nơi mọi lúc - những người thực sự mong muốn biết nhiều hơn về sản phẩm/dịch vụ họ đang và sẽ sử dụng.

*(Dịch từ MarketingProfs)*