

Mobile Marketing e o acesso à internet nos telemóveis

Medida que os telefones móveis e os tablets aumentam a sua popularidade, cada vez mais pessoas acedem à internet online utilizando estes dispositivos móveis. A tecnologia Mobile marca uma forte presença na vida das pessoas e está a transformar o modo como as empresas comunicam com a sua audiência. O conceito de "mobile marketing" envolve uma série de técnicas de marketing, como os sites mobile, localizações nas redes sociais, SMS e MMS, publicidade mobile e mobile apps. Segundo a eMarketer, em 2012 existiram em todo o mundo 4.11 mil milhões de utilizadores de telefones móveis, com um aumento significativo de pessoas a aceder à internet por esta via, mais pelos tablets. A sua empresa está preparada para aproveitar esta tendência do mercado? Os websites no seu formato tradicional, quando acedidos através de um telefone móvel aparentam sempre ser muito grandes e difíceis de navegar. O seu site é compatível com os dispositivos móveis? Lembre-se, o seu site mobile deve: Ser facilmente acessível via um telefone móvel ou tablet Não requerer downloads inconvenientes aos seus visitantes Ser facilmente acessível em qualquer navegador mobile Ser fácil de gerir e atualizar Boas práticas para criar um site mobile Encaminhe os utilizadores mobile para uma versão dedicada do seu website. Utilizando linguagem standard mobile (como XHTML Basic e XHTML Mobile Profile) está a assegurar que um grande número de dispositivos móveis de diferentes marcas conseguem navegar no seu site mobile. Cada navegador mobile tem características marcadamente diferentes. Teste o seu site mobile num variado número de dispositivos e navegadores diferentes. Faça páginas pequenas, menos de 10KB se possível. Normalmente as páginas mobile demoram mais tempo a descarregar, muitas vezes devido às velocidades de acesso disponíveis no local onde estamos. Evite a utilização de imagens sempre que possível. Garanta que todas as páginas têm ligação a outras páginas. Ainda é um pouco complexo navegar num dispositivo móvel, por isso evite que o utilizador tenha de procurar para onde ir de seguida, sem ter por onde ir se a página não estiver ligada a outra. Utilize um layout de apenas uma coluna para minimizar a navegação para os lados, difícil num telefone móvel. É importante que os utilizadores vejam o máximo de informação importante possível, sem terem que navegar para baixo no ecrã. Não utilize pop-ups ou novas janelas a abrir automaticamente. Nos vídeos, áudio e imagens tenha cuidado com o Flash e outros formatos que não são compatíveis em alguns dispositivos. Nunca faça o download automático de vídeo/áudio nem o auto-play, deixe que o utilizador escolha se quer descarregar e ver/ouvir.

Sobre o Autor

Carlos Venancio Consultor de Marketing Digital carlos.venancio@mundowsonline.com

Source: <http://www.artigopt.com>