



# *Internet móvel para mobile marketing*



*Como criar e promover mobile sites para gerar resultados para o seu negócio*

**Eric Santos**

<http://twitter.com/ericnsantos>

Março de 2009

[www.praesto.com.br](http://www.praesto.com.br)

**PRAESTO**  
convergence



## Sumário

O que é a Internet móvel?

Como as pessoas usam a Internet móvel?

Qual a diferença entre os sites para celulares e PCs?

Como as pessoas usam a Internet móvel?

Por que usar *mobile marketing* no seu negócio?

Como usar *mobile sites* para promover seu negócio?

Dicas para se fazer um bom *mobile site*

Como promover o seu *mobile site*?

Sites de referência



## O que é a Internet móvel?

### *O que são mobile sites e porque é importante criá-los*



Define-se Internet móvel (ou *mobile web*) como a forma de acesso à Internet através de dispositivos móveis, principalmente telefones celulares. Devido às diferentes necessidades dos usuários em mobilidade e às características dos aparelhos utilizados, a Internet móvel se diferencia bastante da convencional, exigindo que sejam criados sites especiais para esses aparelhos – chamados *mobile sites* – para otimizar a experiência dos usuários enquanto estão em movimento.

Mobile sites não são simples miniaturas dos sites convencionais. São sites pensados e desenvolvidos em torno do contexto da mobilidade, que se define pelas diferentes necessidades dos usuários em movimento e as características especiais dos aparelhos celulares.



## Como as pessoas usam a Internet móvel?

### *O que os usuários buscam através dos mobile sites*

As pessoas têm motivações diferentes para acessar a Internet pelo celular se comparado com o PC. As interações são mais rápidas e objetivas pelo celular, e o tipo de conteúdo procurado em geral difere do que se busca no computador. Os usuários da Internet móvel buscam atender quatro necessidades principais: Serviços, Informações, Comunicação e Entretenimento.

- **Serviços:** Aplicações úteis para resolver problemas e aumentar a produtividade em mobilidade (consultas, previsões, notícias, operações em tempo real, etc.);

- **Informações:** Procura e acesso a conteúdos diversos em mobilidade (endereços, telefones, promoções, produtos, etc.);

- **Comunicação:** Utilização da Internet móvel para interação com outras pessoas através de e-mail e redes sociais;

- **Entretenimento:** Tipo de uso destinado principalmente à diversão ou a 'matar tempo'. Geralmente envolve componentes das outras categorias.





## Qual a diferença entre os sites para celulares e PCs?

### *Limitações e possibilidades extras dos celulares moldam as oportunidades*

Apesar dos rápidos avanços e da chegada de aparelhos como o iPhone, os celulares ainda apresentam características físicas e técnicas bastante diferentes do PC. Estas devem ser levadas em consideração para o projeto da “presença móvel”.

As diferenças aparecem inicialmente como limitações, tais como o tamanho de tela, forma de entrada de dados, capacidade de processamento, velocidade e custo de tráfego de dados, etc.

No entanto, o celular apresenta diversas possibilidades extras ao PC: interatividade imediata (ex. Click-to-call ou click-to-SMS), recursos de localização geográfica, uso integrado da câmera, entre outros.

Essas características diferenciadas - limitações e capacidades extras dos celulares - em conjunto com o comportamento especial do usuário móvel devem ser analisadas para se criar um *mobile site* de uma empresa ou produto.

The screenshot shows the mobile interface of the website globo.com. At the top, the logo 'globo.com' is displayed in blue. Below it, there is a news feed with four items, each consisting of a small image and a headline in red text:

- Emprego na indústria registra em janeiro a quarta queda mensal** (Accompanied by an image of a person in a field).
- Resgatado de campo minado cai de 100m** (Accompanied by an image of a person in a field).
- Atirador avisou sobre o ataque em chat na web** (Accompanied by an image of a person in a field).
- Diretor leva ovada durante ato em fábrica** (Accompanied by an image of a person in a field).
- Prova hoje será de resistência anostam** (Accompanied by an image of two women's faces).

Mobile site da Globo.com, projetado adequadamente para o contexto da mobilidade



## Por que usar *mobile marketing* no seu negócio?

### *Ubiquidade, interatividade e resultados acima da média*

O que todos já sabem é que o telefone celular é uma ferramenta pessoal e que está sempre à mão. Além disso, a penetração dos celulares continua crescendo a taxas muito altas. No Brasil já são mais de 150 milhões de aparelhos ativos.

Duas características dos celulares são fundamentais para ajudar na geração de resultados de negócios através do *mobile marketing*:

- **É uma ferramenta interativa:** o celular pode prover interatividade para qualquer outra mídia, seja TV, rádio, revistas, jornais, outdoors, ações presenciais, materiais impressos diversos, etc. Ou seja, qualquer campanha ou exposição de produto pode ser potencializada através de uma ação de *mobile marketing*.

- **É um canal com altas taxas de retorno:** como canal de mídia, o celular ainda é bastante subutilizado, portanto qualquer ação relevante e pertinente de *mobile marketing* chama atenção pela inovação e provoca resultados de negócio muito bons. Não são raras ações que atingem mais de 10% de taxa de resposta.

É importante ressaltar que o *mobile marketing* não pode ser invasivo. Qualquer ação bem feita de *mobile marketing* é baseada em **permissão prévia do usuário** (chamado opt-in) ou por **interação iniciada pelo próprio usuário** (ex. download de conteúdo, acesso a *mobile site*, clique em *mobile banner*, etc.).



# Como as pessoas usam a Internet móvel?

*Alguns exemplos de mobile site que atendem essas necessidades*



Climatempo



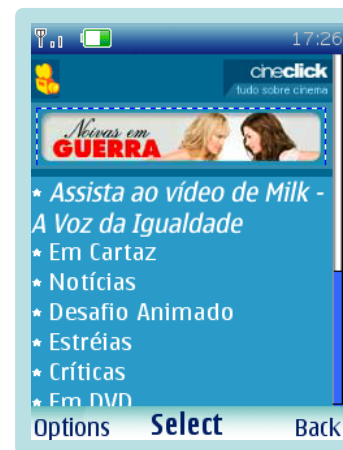
Voos Mobile



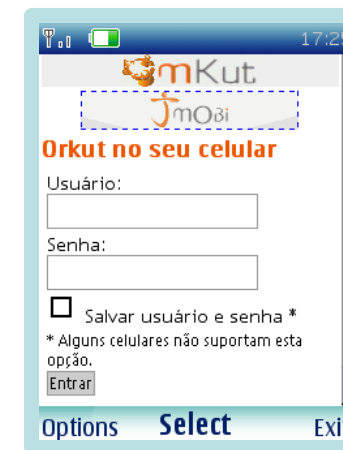
Reuters



Ego



Cineclick



mKut



# Como usar *mobile sites* para promover seu negócio?

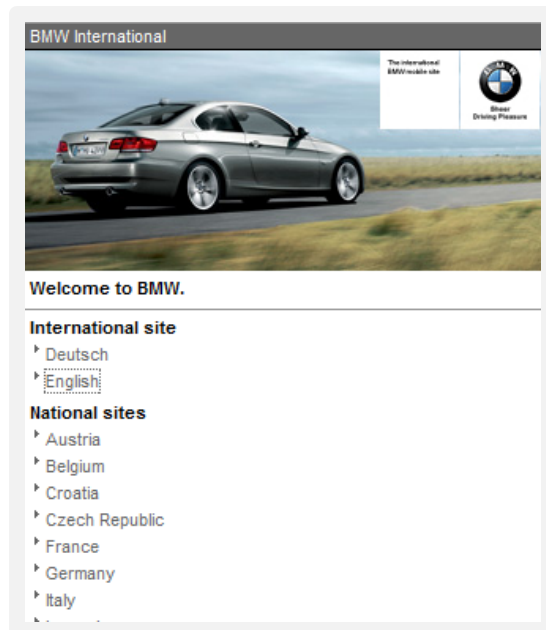
## *Possibilidades para negócios de diversos segmentos*

Assim como no início da década as empresas entraram numa corrida para garantir a sua presença na Internet através de um *web site*, nos dias de hoje já é indispensável para as empresas terem sua presença na Internet móvel através de um *mobile site*.

O acesso à Internet pelo celular vem crescendo muito rapidamente. No Brasil, já são mais de 15 milhões de usuários ativos, e logo teremos mais pessoas acessando a Internet pelo celular do que pelo computador, a exemplo do que já ocorre na Índia, Coréia e Japão, por exemplo.

Mas o que as empresas deveriam ter em sua presença móvel que justificasse para os usuários a utilização dos seus *mobile sites*?

Segue nos slides seguintes apenas alguns exemplos de possibilidades de conteúdos para os *mobile sites* de diferentes tipos de empresas.



Mobile site da BMW, que utiliza mobile marketing para promover campanhas de lançamento e ofertas de serviços



## Como usar *mobile sites* para promover seu negócio?

### *Possibilidades para negócios de diversos segmentos*

**Concessionárias:** lista atualizada com preços dos carros à venda, agendamento de test-drive e revisões, download de conteúdos sobre os novos modelos, promoções de peças e serviços, etc.

**Restaurantes:** Menu completo com pratos da casa, especiais e ofertas do dia, horários de funcionamento, reservas de mesa (via formulário ou 'click-to-call'), cupons *mobile*, etc.

**Varejistas:** Lista com ofertas da semana, funcionalidade 'Encontre a loja mais próxima', formulário de inscrição para promoções, cupons *mobile*, etc.

**Academias:** Dicas de treinos e alimentação, horário das aulas especiais, função 'Indique a amigo' para ganho de desconto, novidades da academia, etc.

**Agência de viagens:** Lista com ofertas da semana, dicas 'de bolso' para viagens, informações sobre os destinos turísticos, links para dicionários online, 'click-to-call' para atendimento, etc.

**Marcas de produtos para o consumidor (B2C):** Descrição do produto (características e funcionalidades), download de conteúdo extra, onde comprar, 'click-to-call' para atendimento, 'click-to-SMS' para participar de promoção, versão *mobile* do blog do produto, função 'Indique a amigo', etc.



# Como usar *mobile sites* para promover seu negócio?

## *Possibilidades para negócios de diversos segmentos*

**Produtos para empresas (B2B):** Descrição do produto (características e funcionalidades), 'click-to-call' para suporte e atendimento, material de consulta para representantes, formulário para requisição de mais informações por e-mail, versão *mobile* do blog do produto/empresa, acesso a funcionalidades da Intranet/sistema da empresa, etc.

**Estabelecimentos comerciais diversos:** Informações de contato (telefone com 'click-to-call'), localização (mapa e informações sobre como chegar), horário de funcionamento, descrição sobre serviços ofertados, etc.

Ainda, se uma determinada empresa não acredita que possua conteúdo relevante o suficiente para oferecer para o seu consumidor no celular, há a opção de se patrocinar algum serviço interessante que tenha a ver com a sua área de atuação. São exemplos desta abordagem os casos reais de uma marca de barra de cereal, que patrocinou um programa de controle de treinamento via celular, e de uma fabricante de ingredientes culinários que patrocinou um guia de receitas *mobile*.

Essa lista de tipos de empresas (e idéias relacionadas) certamente não para por aí. Para se pensar em novas, basta manter o princípio de se trazer coisas **úteis** e **atrativas** para o consumidor em mobilidade.



## Dicas para se fazer um bom *mobile site*

*Relevância, simplicidade e boa promoção são fundamentais*

Apesar da história recente da Internet móvel e da rápida e constante evolução da indústria (aparelhos, redes das operadoras, etc.), já há algumas boas práticas consensuais sobre como produzir *mobile sites* efetivos. As dicas técnicas fogem do escopo deste eBook, mas mostramos aqui alguns conceitos importantes para se projetar os *mobile sites* adequadamente.

- **Seja simples e objetivo:** Na Internet móvel, especialmente considerando que o usuário paga por tráfego de dados, que a conexão às vezes é lenta e que a interface do aparelho é limitada, é melhor pecar pela simplicidade do que pelo exagero. Priorize os aspectos de funcionalidade em relação à estética.
- **Pense em complementaridade:** Muitas vezes o primeiro impulso que se tem na escolha do conteúdo do *mobile site* é o de passar para o celular todo o conteúdo impresso ou web que a empresa possui. É importante identificar qual conteúdo agrega valor para ser acessado em movimento e como o canal *mobile* pode ser usado para complementar e oferecer interatividade para o conteúdo de outras mídias.

TeleListas.net

Busca

O que?

Atividade / Produto

Nome

Onde?

UF:

Cidade:

Bairro:

» Buscar «

Mobile site da TeleListas.net, que conta com uma navegação simples e direta.



## Dicas para se fazer um bom *mobile site*

*Relevância, simplicidade e boa promoção são fundamentais*

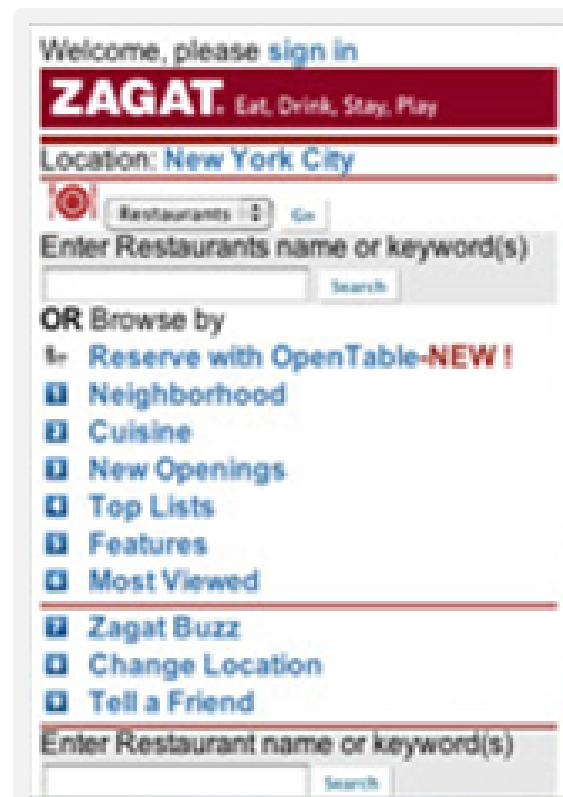
- **Pense em utilidade:** Um serviço útil é a motivação principal para alguém acessar um *mobile site*, além de ser um grande atrativo para as pessoas transmitirem de forma viral, o que aumenta o resultado em termos de *marketing*. Uma ótima pergunta que deve sempre ser respondida com sinceridade é a seguinte: Por que alguém usaria este *mobile site*?

- **Escolha e promova o endereço para o *mobile site*:**

Apesar de haver formas técnicas de se identificar quando um celular está tentando acessar um endereço qualquer, escolher e promover um endereço específico *mobile* é uma boa maneira de passar a mensagem de que a empresa pensa e oferece coisas relevantes para o usuário em mobilidade. Por convenção que está sendo adotada mundialmente, nossa recomendação é a da escolha do endereço:

m.nomedaempresa.com.br (mais informações sobre o tema neste artigo aqui:

<http://webinsider.uol.com.br/index.php/2008/12/10/que-endereco-escolh>



Mobile site do Zagat oferece busca de restaurantes, consultas, reservas, entre outras funcionalidades úteis



## Dicas para se fazer um bom *mobile site*

*Alguns detalhes técnicos fazem a diferença na experiência do usuário*

- **Garanta que funcione em todos aparelhos:** Apesar do alto crescimento de vendas dos *smartphones* no mercado, a grande maioria da base de usuários ainda possui celulares com recursos mais limitados. Por exemplo, um *mobile site* projetado para funcionar em celulares com telas grandes em geral fica inviável de ser utilizado em um celular como o Motorola V3, que até pouco tempo era o líder nos acessos à Internet móvel no mundo. O ideal atualmente seria a criação de três versões diferentes do *mobile site*: celulares *low/mid-end*, celulares *high-end* e iPhone. Caso não haja recursos disponíveis para tal, é recomendável optar por uma versão mais universal\*, lembrando que ela continua funcionando com os aparelhos melhores.

\* Nossa recomendação de versão “universal” é a construção destinada para celulares com tela de 176x220 pixels.

The screenshot displays the mobile interface of the ClicRBS website. At the top, the 'clicRBS' logo is visible. Below it is the 'Nacional supermercados' logo. A navigation bar includes a 'Saltar para o menu' link and a location selector with 'RS' selected and 'SC' as an alternative. Below the location selector, it says 'Sua região atual: RS - Porto Alegre'. The main content area is titled 'Destaques' and includes a link to 'zerohora.com' and a news item 'Bancos repassam corte da Selic a clientes'. There are two sports-related news items, each with a small image and a title: 'Grêmio vence Boyacá Chicó e se recupera na Libertadores' and 'Walter e Danny Morais voltam a treinar no Inter'. At the bottom, there is a section for 'Últimas notícias' with a link to 'zerohora.com' and a news item '11:42 Dois homens são presos por abigeato em Capela de Santana'.

Mobile site do portal ClicRBS, que conta com três versões para tipos diferentes de aparelhos e ferramentas de mobile analytics



## Dicas para se fazer um bom *mobile site*

*Alguns detalhes técnicos fazem a diferença na experiência do usuário*

- **Mensure e identifique pontos de melhoria:** Utilize ferramentas de análise quantitativa - *mobile analytics* - para identificar o perfil de acesso dos usuários (visitas, tipos de conteúdos acessados, aparelhos utilizados, operadoras dos usuários, fonte de origem, etc.). Se possível, também faça análises qualitativas com os usuários através de pesquisas para descobrir suas percepções com relação às funcionalidades, dificuldades encontradas, motivação de uso, etc. Através dessa avaliação constante, é possível conhecer melhor os resultados do *mobile site* para o negócio, além de identificar onde estão as maiores possibilidades de evolução.





## Como promover o *mobile site*

*Lance mão dos canais que a empresa já dispõe...*

A seguir algumas opções para promoção do *mobile site* através dos canais já utilizados pela empresa:

- **Material impresso:** Exposição do endereço nos diversos materiais impressos da empresa (folders, banners, cartões de visitas, etc.).
- **Anúncios em outras mídias:** Comunicação do endereço nos anúncios já veiculados pela empresa em rádio, jornais, revistas, outdoors, TV, etc. É importante, pois estimula a ação imediata do consumidor.
- **Web site:** Comunicação através do site Web da empresa/marca. É um bom espaço para enfatizar as complementaridades do *mobile site* e ensinar aos usuários novatos como se acessa a Internet no celular. (O ClicRBS tem um exemplo interessante de hot site explicativo aqui: <http://www.clicrbs.com.br/clicmobile>)
- **E-mail marketing:** Ativação da base de clientes, potenciais clientes e parceiros da empresa através da comunicação por e-mail. Pode ser combinada com a comunicação via hot site mencionada no item anterior.
- **Lista de permissão (Opt-in):** Promoção através do envio do link do *mobile site* para os consumidores por meio de mensagem SMS. Essa é uma das maneiras mais efetivas de divulgação, porém a regulamentação exige que o usuário tenha aceitado previamente receber esta mensagem, o que evita que o celular se torne um canal de SPAM. A recomendação é que a empresa comece o quanto antes a montar a sua lista de *opt-in*, pois esse será um ativo muito valioso ao longo do tempo.



## Como promover o *mobile site*

*... e promova a marca para novos clientes*

Outras opções externas para divulgação do *mobile site*:

**-Ação de imprensa (Press Release):** Por ainda ser considerado um movimento inovador, as empresas que fazem versões móveis dos seus sites usualmente têm uma boa exposição por mídia espontânea nos veículos do seu segmento. Não são raros os casos onde os custos do projeto “se pagam” só pelos ganhos desta exposição.

**-Compra de mídia (*mobile advertising*):** Assim como funciona na Internet convencional, já é possível comprar espaços de mídia (*banners, links, etc.*) em outros *mobile sites* para promover um *mobile site* de uma marca. Essa modalidade de propaganda tem uma taxa de resposta (cliques) bastante elevada se comparada a outras mídias.

**- Indique ao “Um Mobile Site Por Dia”:** O site [www.ummobilesitepordia.com.br](http://www.ummobilesitepordia.com.br) é uma iniciativa da Praesto para estimular o uso da Internet móvel no Brasil. A cada dia divulgamos e fazemos uma pequena análise de um novo *mobile site* que possua conteúdo interessante para os usuários. O site tem se tornado referência para as pessoas que querem descobrir conteúdos interessantes para acessar pelo celular.



## Sites de referência

*Rápido, barato e simples*

Abaixo estão indicados alguns sites com mais informações de referência sobre *mobile marketing* e *mobile sites*:

- Um Mobile Site por Dia: Indicação e mini-review de um novo site móvel a cada dia ([www.ummobilesitepordia.com.br](http://www.ummobilesitepordia.com.br))
- Mobilepedia: Cases de Mobile Marketing no Brasil e no mundo ([www.mobilepedia.com.br](http://www.mobilepedia.com.br))
- Mobithinking: Notícias, ferramentas, cases e materiais educativos sobre *mobile sites* (<http://mobithinking.com>)
- Mobile Awesomeness: Galeria e materiais sobre *mobile sites* (<http://www.mobileawesomeness.com>)
- Mobile Marketing Association (MMA): Principal associação da indústria. Guias, melhores práticas, cases e notícias de *mobile marketing* (<http://www.mmaglobal.com>)



Campanha Um Mobile Site por Dia



## Sobre a Praesto



A **Praesto Convergence** é uma empresa desenvolvedora de soluções de *mobile marketing* que oferecem serviços úteis e atrativos para os consumidores em mobilidade.

Atuando há mais de quatro anos no mercado, a empresa possui no currículo o desenvolvimento de **aplicativos móveis e mobile sites** para diversas empresas e anunciantes, com projetos no mercado nacional e internacional.

Para saber mais sobre os produtos da Praesto, ter acesso a mais materiais e ao blog de *mobile marketing*, acesse o site:

[www.praesto.com.br](http://www.praesto.com.br)