

Real Time Marketing, czyli nagły atak contentu!

Potrzeba wprowadzenia innowacyjnych działań w obszarze budowania i wzbogacania strategii marketingowych jest dziś na tyle szeroka, że marketerzy prześcigają się w wymyślaniu coraz to nowszych sposobów dotarcia do grona swoich odbiorców i zainteresowania ich swoją ofertą. W ostatnich latach zaobserwować można wzmożone działania z zakresu Real Time Marketingu. Co to takiego i w jaki sposób może pomóc Ci w budowaniu strategii wizerunkowej Twojego przedsiębiorstwa?

Real Time Marketing - czym jest i dlaczego warto go stosować?

Pierwsze działania z zakresu **Real Time Marketingu** zaczęto prowadzić jeszcze w latach 90. ubiegłego wieku, głównie w obszarze bankowości oraz telekomunikacji. Na początku wiązało się to ściśle z szybkim rozwojem systemów CRM wykorzystywanych do zarządzania relacji pracowników z klientami. Z czasem, kiedy pojawiły się nowe kanały dotarcia do klientów, w tym przede wszystkim wykorzystywane dziś na szeroką skalę social media, Real Time Marketing uległ znacznym przeobrażeniom. Na tę chwilę marketing w czasie rzeczywistym postrzegany jest przede wszystkim jako działanie krótkofalowe, które odwołuje się do aktualnych, głośniejszych i cieszących się dużym zainteresowaniem ze strony społeczności wydarzeń.

Jeżeli przekaz będzie zaprezentowany w ciekawej dla odbiorców formie, odwołując się przy tym do ich aktualnych nastrojów i potrzeb, prawdopodobnie zostanie przez nich zauważony i bardzo dobrze odebrany, czego efektem może być oczywiście **wzmocnienie wizerunku firmy** i co za tym idzie - **wzrost sprzedaży**. Real Time Marketing doskonale pokazuje, w jakim stopniu marka zna swoich odbiorców, czy ma świadomość tego, czego od niej oczekują i w jaki sposób zareagują na przekazywaną przez nią treść.

Prowadzisz Real Time Marketing? Sprawdź, o czym powinieneś pamiętać

W Real Time Marketingu najważniejsza jest spontaniczność, ale nie należy zapominać też o naturalności. Umiejętne zastosowanie pewnego przekazu ma oczywiście nieść ze sobą szereg korzyści dla firmy, ale jednocześnie ważne jest to, aby w przekazie tym pokazać jej ludzką twarz. Dlatego też rozpoczynając działania opierające się na **marketingu w czasie rzeczywistym**, powinieneś pamiętać o kilku niezwykle ważnych kwestiach.

1. Wyznacz cel

Każde działanie wpisujące się w strategię marketingową firmy powinno mieć swój cel. Real Time Marketing również. Najczęściej działania te mają służyć przede wszystkim wypromowaniu oferty, zwiększeniu sprzedaży czy wzmocnieniu wizerunku.

2. Działaj szybko, ale nie pochopnie

Czas w Real Time Marketingu odgrywa bardzo ważną rolę. Trzeba więc nie tylko szybko podejmować decyzje, ale też błyskawicznie reagować. Wszystkie działania powinny być jednak dobrze przemyślane. Aby nie przeoczyć żadnego ważnego wydarzenia, należy systematycznie monitorować media.

3. Postaw na wartościowy content

Współcześni odbiorcy oczekują przede wszystkim wartościowego przekazu - takim prawem rządzi się też dzisiejszy content marketing. W Real Time Marketingu ważny jest również pewien ładunek emocjonalny. Z tego też powodu należy dołożyć wszelkich starań, aby dokładnie poznać swoją grupę docelową - to pozwoli na przygotowanie spersonalizowanego, ciekawego i atrakcyjnego dla niej przekazu.

4. Zachowaj spójność

Mimo iż Real Time Marketing charakteryzuje się dużą elastycznością, wszelkie działania prowadzone w jego obrębie powinny być jednak spójne ze stosowanym dotychczas przez firmę modelem komunikacji oraz wszystkimi innymi elementami składającymi się na jej strategię marketingową.

5. Wejdź w interakcje

Real Time Marketing nie kończy się w chwili wypuszczenia przekazu. Jeżeli Twój projekt spotka się z zainteresowaniem odbiorców i zostanie przez nich dobrze odebrany, to z pewnością spotka się z dużą reakcją z ich strony. Nie bój się wchodzić w interakcje z odbiorcami - tylko w ten sposób masz szansę budować pozytywne relacje i działać korzystnie na swój wizerunek.

Real Time Marketing w najlepszym wykonaniu

O tym, jak po mistrzowsku stosować Real Time Marketing, przekonuje nas od wielu lat Ikea. Doskonałym tego przykładem jest reakcja polskiego oddziału tej szwedzkiej firmy na ślub księcia Harry'ego. Post z informacją o tym, że HARRY wciąż jest dostępny spotkał się z bardzo pozytywną reakcją tysięcy internautów.

 **IKEA** ✓
około 2 tyg. temu

Nie martw się, HARRY jest wciąż dostępny.



HARRY
Krzesło
169,-

👑 To szczęśliwy dzień dla pary królewskiej, a może też i dla Ciebie 😊

👍 5,2 tys. 💬 374 ➦ 2,2 tys.

Kolejny ukłon należy się Castoramie, której doskonała reklama nawiązywała do niesamowitego wyczynu naszego polskiego piłkarza. Robert Lewandowski w meczu przeciwko VFL Wolfsburg strzelił aż 5 bramek w ciągu 9 minut. Oto jak zareagowała Castorama:

Strzel sobie pięć piłek!*

*Promocja trwa 9 minut.



Cena:

Zapytaj bramkarza
VFL WOLFSBURG

castorama

Na początku 2017 roku dotarła do nas informacja o odkryciu nowego kraju na mapie świata. Mowa oczywiście o słynnej pomyłce Ministra Spraw Zagranicznych Witolda Waszczykowskiego, który poinformował nas o swojej rozmowie z Ministrem San Escobar. Jak łatwo się domyślić, na reakcje wielu marek nie trzeba było czekać. Poniżej przykład Real Time Marketingu zastosowanego przez firmę koszulkowo.com.



koszulkowo
@koszulkowo_com

 Obserwuj

No jakżeby inaczej...:)

bit.ly/KszSanescobar



Realizowane dotychczas działania z zakresu Real Time Marketingu pokazują, że szybkie i odważne akcje mają spore szanse na to, aby zwrócić uwagę szerokiego grona odbiorców i nieść tym samym ze sobą znaczące korzyści. Zanim jednak zdecydujesz się wzbogacić swoją strategię o Real Time Marketing, zastanów się, czy posiadasz do tego wystarczającą wiedzę i umiejętności.