

مع تطور المفاهيم التسويقية وعلى اعتبار ان العميل هو نقطة البداية والنهاية لكل عملية تسويقية ولتحقيق النجاح في مجال التسويق يتطلب فهماً عميقاً لاحتياجات العملاء والسوق والاهتمام في فهم سلوكيات العميل للوصول الى خلق قيمة له ، والقدرة على تكيف الشركات مع المتغيرات السريعة في البيئة التجارية كما يساهم التسويق بشكل كبير في بناء الوعي بالعلامة التجارية، ومع تقدم التكنو لوجيا الحديثة وظهور متغيرات كثيرة اثرت على سلوك المستهلكين منها استخدام الهواتف المحمولة والهواتف الذكية والاجهزة اللوحية المحمولة وانخراطه في تطبيقات هذه الأجهزة بجميع أشكالها الامر الذي أتاح للشركات تبني استراتيجية التسويق عبر الهاتف المحمول لتحقيق الاستفادة من تقنيات الهواتف الحديثة في لتكوين الحملات التسويقية الأكثر تخصيصاً من حيث مفضلات العميل كون الهواتف المحمولة تعتبر من الممتلكات الشخصية للعميل. لذا سيتناول هذا التقرير عدد من المواضيع المترابطة بالتسويق عبر الهاتف المحمول فسوف نتطرق الى التعرف على مفهوم التسويق عبر الهاتف المحمول ومراحل تطويره وماهي الخطوات التي ينبغي على الشركات اتباعها لاتخاذ هذه الاستراتيجية كما سنوضح قنوات التسويق عبر الهاتف المحمول وماهي مزاياها وعيوبها والتعمق في توضيح استراتيجيات التسويق القائمة على الألعاب والمحتوى والصلاحيات وماهي العوامل التي تؤثر على تقبل العملاء للتسويق عبر الهواتف المحمولة . وكون التكنولوجيا معتمدة على الانترنت وهي بيئة معرضة كثيرا للتهديدات الفيروسية وعلى اعتبار ان بيانات العملاء الشخصية جميعها مخزنة في الأجهزة فتطرق التقرير لتوضيح جانب المحافظة على امن وحماية المعلومات من اية تسريبات.