

۷ اصل پرکاربرد موبایل مارکتینگ در سال ۲۰۲۰ میلادی



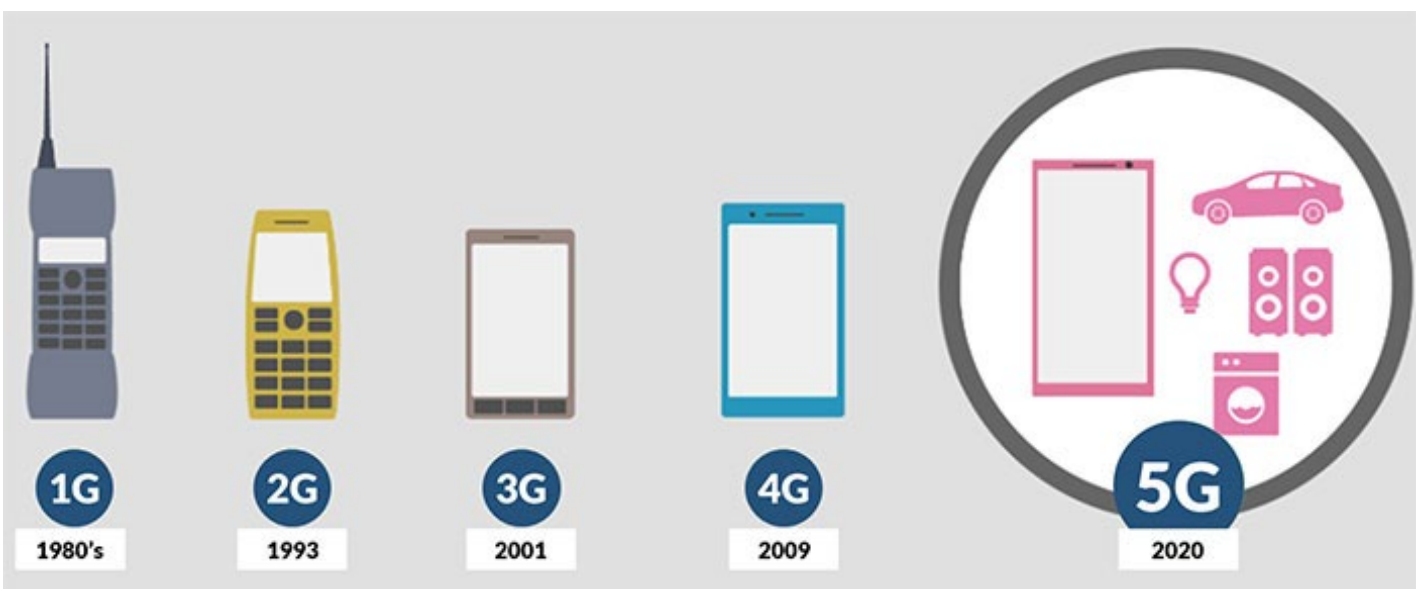
نویسنده: مهران منصوری فر

موبایل مارکتینگ یکی از جدیدترین مباحث مطرح در زمینه بازاریابی اینترنتی است که به شدت سودآور بوده و راهکاری بی نظیر برای نسل جدید کسب و کارهای آنلاین به حساب می آید.

امروزه موبایل مارکتینگ یکی از روش های پرطرفدار برای انجام بازاریابی اینترنتی است که در بلندمدت می تواند بسیار برای شما و کسب و کارتان پول ساز و سودآور باشد. اما ممکن است برایتان این سؤال پیش بیاید که در سال پیش رو کدام یک از اصل های موبایل مارکتینگ برای کسب و کار شما سودآوری بیشتر و تأثیر چشم گیرتری را فراهم خواهد آورد؟ آیا شما هم می توانید در این آشفتگی بازار که این روزها تقریباً بر همه چیز غالب شده است به درآمدی که مدنظرتان است برسید؟

ممکن است پاسخ به این سؤالات تا حدودی برای شما چالش برانگیز و سخت باشد زیرا سال ۲۰۲۰ میلادی سالی است که می توان آن را سال تغییرات مثبت و پیشرفت نامید زیرا همان طور که می دانیم، در این سال تکنولوژی به خصوص در حوزه تجهیزات کامپیوتری و تلفن های همراه پیشرفت بسیار چشم گیر و قابل توجهی داشته است. در این مقاله از سایت مدیروب قصد داریم ترندهای جدید این نوع بازاریابی که با شروع سال ۲۰۲۰ دچار تحولات زیادی شده را بررسی کنیم.

همان طور که ممکن است اطلاع داشته باشید، تکنولوژی حال حاضر تلفن‌های همراه هنوز در حال تغییر دادن رفتارهای کسب‌وکارها و مشتریان است، اما تأثیرات شبکه وایرلس (اینترنت بی‌سیم) ۵G که هم‌اکنون در حال توسعه هست ممکن است از این رویه پیروی نکند و راه خود را به طریقی دیگر در پیش بگیرد. سال ۲۰۲۰ با توسعه چشم‌گیر نسل پنجم شبکه‌های موبایلی موسوم به ۵G آغاز شد. حضور این نسل جدید که فناوری‌های به‌کار رفته در آن کاملاً مدرن و متفاوت هستند باعث شد تا حالا اینترنت و هرچیزی که به آن ربط دارد چندین سطح ارتقاء پیدا کند. مسلماً بازاریابی اینترنتی یکی از همین موارد است که حالا با توسعه شبکه ۵G بهبودهای زیادی کسب کرده و روند پردازش‌های آن به یمن سرعت بالای تبادل اطلاعات در این نسل از شبکه‌های موبایلی سریع‌تر و باکیفیت‌تر خواهد شد.



تأثیر شبکه ۵G بر روی این مسئله انکارناپذیر است ولی باید این را نیز در نظر گرفت که این شبکه در انتها رویه‌ی شبکه ۳G در سال ۲۰۰۴ میلادی و شبکه ۴G در سال ۲۰۱۰ میلادی را در پیش خواهد گرفت. به بیان دیگر شبکه ۵G رویه‌ای است که به‌طور قطع در مورد آن فکر خواهید کرد و نهایتاً بر روی کسب‌وکار شما تأثیر خود را خواهد گذاشت اما در صورتی که کسب‌وکار شما یک تجارت سنتی بوده و یا به عبارتی وابستگی کمی به فناوری‌های اینترنت بی‌سیم داشته باشد، این تکنولوژی احتمالاً تأثیر ناچیزی را بر روی تلاش‌های شما در زمینه‌ی مارکتینگ و بازاریابی در سال ۲۰۲۱ میلادی خواهد داشت. اما اگر تجارت شما به هرنحوی به اینترنت و بازاریابی با آن مرتبط است، خواندن این مقاله می‌تواند شما را با آخرین ترندهای کاربردی در زمینه بازاریابی اینترنتی به خصوص موبایل مارکتینگ که از سال ۲۰۲۰ چندین مرحله پیشرفت داشته آشنا کند.

با در نظر گرفتن تمامی این موارد، به نظر شما چه چیزی در این سال بیشتر از همه برای کسب‌وکارها و تجارت‌ها اهمیت خواهد داشت؟ چه مواردی را می‌توان به‌عنوان نکات مهم موبایل مارکتینگ در نظر گرفت؟ بر اساس تحقیقات انجام گرفته شده در زمینه‌ی بازاریابی با استفاده از موبایل، متخصصان به این نتیجه دست یافتند که تعدادی ترند و اصل کلیدی مهم

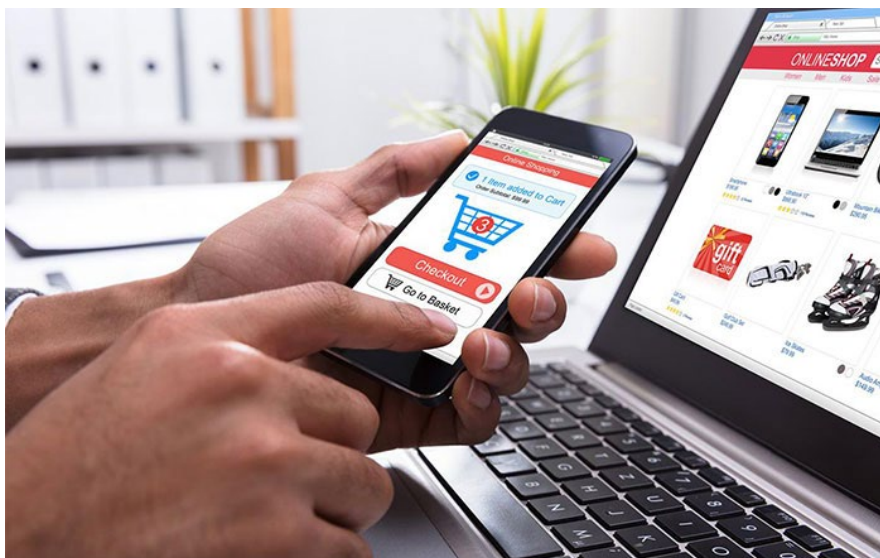
در موبایل مارکتینگ باید بیشتر مورد توجه علاقه مندان به این حوزه قرار گیرد و با در نظر گرفتن این اصول کلیدی گردانندگان کسب و کار می‌توانند در نهایت به سرمایه خود بیش از پیش بیافزایند و راه موفقیت را سریع‌تر طی کنند. در ادامه ۷ ترند بسیار مهم در این زمینه را به صورت جداگانه معرفی کرده و آن‌ها را بررسی می‌کنیم:

۱. رشد سریع خرید و فروش‌های اینترنتی

ممکن است این مسئله جدید نباشد زیرا امروزه مدت زیادی است که مردم از دستگاه‌های موبایلی خود برای خرید و فروش کالاها و محصولات استفاده می‌کنند. در واقع در کشور خود ما هم تقریباً چندسالی است که خرید و فروش از طریق تلفن همراه رونق زیادی پیدا کرده است زیرا مردم آگاهی بیشتری نسبت به این دستگاه‌ها پیدا کردند. اما در واقع چیزی که در اینجا جدید است و با گذشته متفاوت است مقیاس این رویه است. اگر میزان استفاده مردم از موبایل و اینترنت را برای خرید کالاها و مورد نیازشان با گذشته مقایسه نمایید به این مسئله پی خواهید برد که امروزه کاربران دستگاه‌های دیجیتال بسیار بیشتر از قبل خریده‌هایشان را به صورت آنلاین انجام می‌دهند.

ابزارهایی که خیلی به گسترش این نوع از خرید کمک کرده‌اند شامل

نرم افزارهای فروشگاه ساز اینترنتی، شبکه های اجتماعی مانند اینستاگرام و ... می شوند که باعث شدند در سال های آتی بیش از پیش مردم به خریدهای اینترنتی مشتاق شوند و این مدل از خرید بر دیگر روش های خرید ترجیح داده شود. اما سؤال اصلی این است که امسال چه مقدار این رویه گسترده تر خواهد شد؟ طبق آمار و داده های به دست آمده از میزان استفاده مردم از موبایل برای خرید کالاهای مورد نیازشان این نتیجه گرفته شده است که در سال ۲۰۲۰ میلادی، میزان فروش به ۲۸۴ میلیارد دلار خواهد رسید که یعنی ۴۵ درصد نسبت به سال های گذشته افزایش داشته است و این یعنی یک رویا برای کسب و کارهای اینترنتی. می توان گفت که اگر این رویه در سال های آینده همچنان ادامه پیدا کند کسب و کارهای فیزیکی مانند فروشگاه ها و مغازه های موجود در سطح شهر ممکن است حسابی با مشکل مواجه شوند و خرید اینترنتی به اصلی ترین روش خرید در میان مردم تبدیل شود.



۲. طبیعت همیشه در حال تغییر شبکه‌های اجتماعی

در سالیان گذشته شبکه‌های اجتماعی به‌خوبی توانسته‌اند جای پای خود را در میان کاربران اینترنت سفت کنند. به‌عنوان مثال امروزه به‌سختی می‌توانید کسی را پیدا کنید که اینستاگرام و یا تلگرام را در موبایل خود نصب نداشته باشد و درواقع این نرم‌افزارها به جزئی جدایی‌ناپذیر از دستگاه تلفن همراه مردم به‌ویژه مردم کشور خودمان تبدیل شده‌اند. نتایج حاصل از تحقیقات انجام شده توسط متخصصان نشان می‌دهد که درواقع با گذشت زمان درصد افرادی که از شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند به‌سرعت در حال افزایش است.

بنابراین این مسئله فرصت خوبی برای استفاده از این فضای پویا جهت رونق بخشیدن به کسب‌وکارتان است، به‌ویژه از این جهت که این شبکه امکان تبلیغات را از طریق پست‌ها و استوری‌ها برای مردم بسیار راحت‌تر نموده است. علاوه بر این افراد جوان‌تر همیشه علاقه‌ی بیشتری به شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، یوتیوب، توئیتر، فیس بوک و این دست برنامه‌ها داشته‌اند و این گروه سنی همیشه خرید اینترنتی را به خرید حضوری ترجیح می‌دهند، زیرا علاوه بر راحتی این نوع از خرید، وقتی این دسته از کاربران از طریق فروشگاه‌های اینترنتی معتبر خرید خود را انجام می‌دهند به‌نوعی

از اصالت کالای خود اطمینان دارند و می‌دانند که کالایی که قرار است به دستشان برسد از کیفیت بالایی برخوردار است.

با این تفاسیر و با توجه به موارد ذکرشده در بالا می‌توان گفت که بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند روشی مؤثر برای رونق بخشیدن سریع به کسب‌وکارتان باشد. تمامی این مسائل را می‌توان حاصل از گسترش تعداد موبایل‌ها و دیگر دستگاه‌های دیجیتال مانند لپ‌تاب‌ها دانست. علاوه بر این در فضاهای مجازی علاوه بر متن می‌توانید از ابزارهای دیگر مانند فیلم‌های کوتاه، عکس، استوری و ... بهره ببرید که هرکدام از این‌ها تأثیر بسیار بیشتری نسبت به متن بر ذهن مخاطب دارند و به اصطلاح می‌توان گفت شما را همیشه در ذهن مخاطبین نگه می‌دارند.

حال که به اهمیت این موضوع پی بردید کافی است کمی درباره‌ی برندهایی که از شبکه‌های مجازی در ذهنتان مانده است فکر کنید، برندهایی که تبلیغات آن‌ها توسط افراد تأثیرگذار اینستاگرام انجام می‌شود. از این‌رو در سال ۲۰۲۰ انتظار می‌رود که محتوای شبکه‌های اجتماعی تغییرات زیادی به همراه داشته باشند و مخاطبان هر چه بیشتری را برای کسب‌وکارها به وجود بیاورند و به دنبال آن، تعداد کسانی که از طریق این شبکه‌ها به سایت شما برای خرید کشانده می‌شوند به شدت افزایش پیدا کنند.



۳. افزایش بیش از انتظار بازی‌های موبایل

شاید پیش‌بینی میزان بزرگی موبایل گیمینگ برای شما امری بسیار دشوار و چالش‌برانگیز باشد. در سال ۲۰۰۷ میلادی بخش بسیار بزرگی از سرمایه‌ی به‌دست‌آمده از بازی‌ها حاصل از فروش کنسول‌های بازی مانند ایکس‌باکس، پلی‌استیشن و کامپیوترهای گیمینگ بود و هنوز خبر آن‌چنانی از بازی‌های موبایلی نبود. اما در دنیای امروز ۵۷ درصد سرمایه‌ی کلی در صنعت بازی‌های ویدئویی متعلق به بازی‌های موبایلی است. این رشد بیش از انتظار بازی‌های موبایلی تنها از طرف گیمرهای دو آتیشه نیست بلکه طبق

داده‌های به‌دست‌آمده در سال ۲۰۲۰ میلادی ۲۱۳ میلیون نفر از آمریکایی‌ها در موبایل‌ها و تبلت‌های خود از بازی‌های ویدئویی استفاده می‌کنند که یعنی این آمار مردم عادی را هم شامل می‌شود. بنابراین باید گفت که بازی‌های موبایلی خیلی بیشتر از چیزی که فکرش را کنید در حال محبوب شدن بین مردم عادی یا گیمرهای حرفه‌ای هستند.

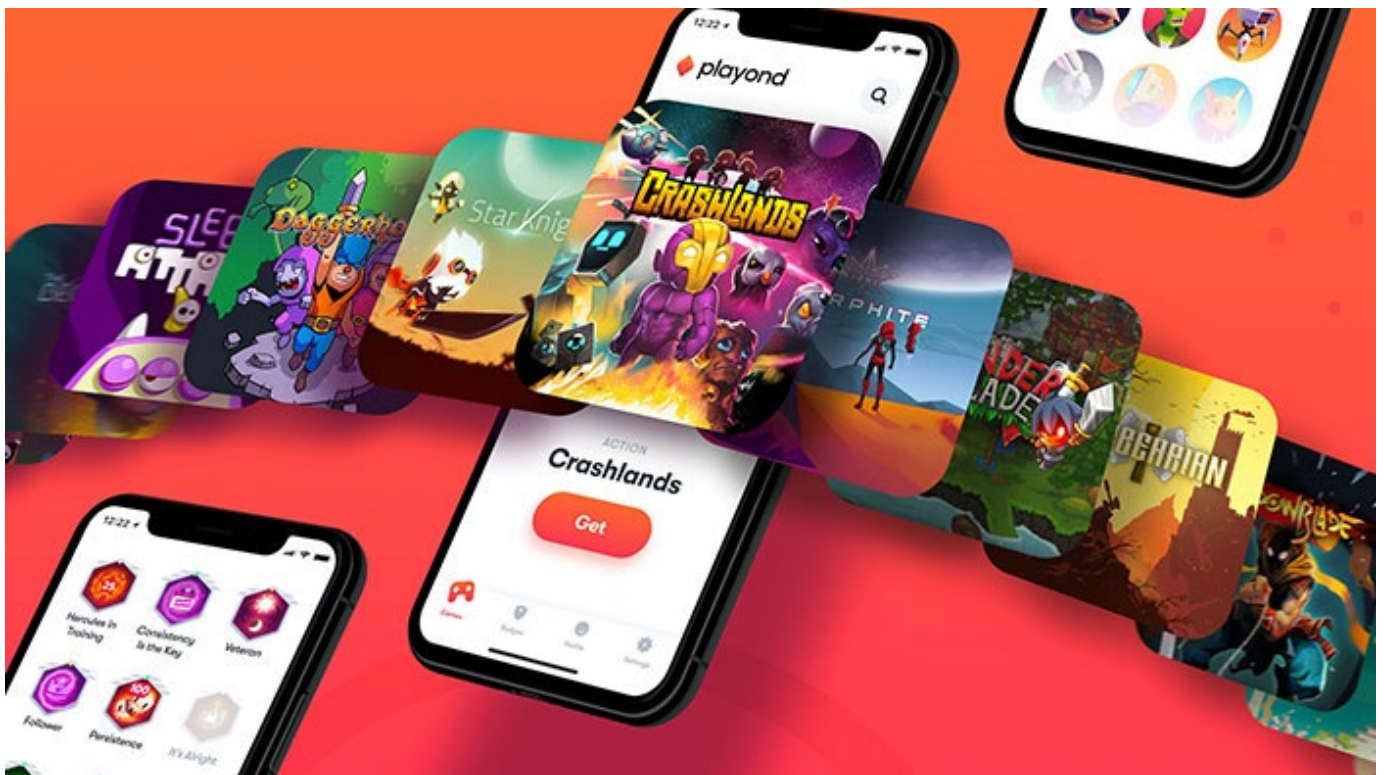
اما شاید به این فکر کنید که افزایش بازی‌های موبایلی و بیشتر شدن گیمرهای موبایلی چه ربطی به بازاریابی با موبایل دارد؟ پاسخ ساده است. وقتی یک مسئله تشویق‌کننده مثل بازی‌های موبایلی باعث جذب این همه مخاطب به دنیای موبایل‌ها شود، یعنی اینکه فقط به همین خاطر روزانه ده‌ها و شاید صدها هزار نفر صرفاً به خاطر همین بازی‌های موبایلی به سراغ خرید موبایل یا تبلت می‌روند. مسلماً اکثر این افراد فقط و فقط به بازی کردن با موبایل هوشمند خود مشغول نخواهند شد و خیلی زود متوجه می‌شوند که بازاری مستعد از کسب‌وکارها در دنیای موبایلی حضور دارند و همین مسئله این افراد را به مشتریان مستعد و بعضاً ثابت و وفادار تجارت شما تبدیل می‌کند!

در سال گذشته، کمپانی نتفلیکس (Netflix) که یکی از برترین رسانه‌های

تلویزیونی آنلاین دنیا برای ارائه و پخش فیلم و سریال به صورت اینترنتی است اعلام کرد که بازی فورتنایت (Fortnite) را به عنوان رقیب جدی تری نسبت به شبکه HBO می بیند. این در حالی است که فورتنایت یک بازی کامپیوتری است ولی شبکه HBO در همان حوزه فعالیت نتفلیکس خدمات فیلم و سریال ارائه می دهد! این مسئله ممکن است عجیب به نظر برسد ولی با اندکی تفکر ممکن است قابل تأمل باشد زیرا بازی ها می توانند ساعت ها افراد را مشغول کنند و در نهایت وقتی که می توانست صرف دیدن محتوا در شبکه های تلویزیونی آنلاین مثل Netflix شود، صرف انجام بازی می شود.

حال فرض کنید که شما بتوانید در میان این بازی ها و یا حتی در هنگام نصب این بازی ها تبلیغاتی ارائه کنید. در این صورت قطعاً کسب و کار شما رویه جدید و روبه پیشرفتی را در پیش خواهد گرفت. بنابراین به لطف تلفن های همراه هوشمند، صنعت گیمینگ و بازی های کامپیوتری به یکی از کانال های رسانه ای مؤثر تبدیل شده اند که شما می توانید از طریق آن به کسب درآمد دست پیدا کنید. مبلغی که به صورت روزانه توسط تبلیغات داخل برنامه ای یا به اصطلاح (In-App Ads) در بازی ها به نمایش گذاشته می شود آنقدر زیاد است که شاید باورکردنش سخت باشد!

علاوه بر این بسیاری از بازی‌ها وجود دارند که دارای پرداخت درون برنامه‌ای هستند و کاربری که به بازی کردن علاقه پیدا کرده ممکن است به میزان بالایی برای لذت بردن بیشتر از بازی هزینه کند. بنابراین پیشنهاد می‌شود که اگر تخصصی در زمینه طراحی بازی‌های موبایل دارید زودتر دست‌به‌کار شوید و ایده‌های خود را برای طراحی یک بازی جذاب ولی درآمدزا به کار ببرید.



۴. کیفیت بالای تبلیغات درون برنامه‌ای

علی‌رغم محبوبیت برنامه‌های موبایل، بسیاری از بازاریابان و صاحبان مشاغل، برای به‌کارگیری مؤثر تبلیغات سختی زیادی می‌کشند و این مسئله اغلب

به این دلیل است که مشتریان تجربیات خوبی از خرید اینترنتی نداشته‌اند و کلاهبرداری از طریق ربات‌ها این روزها بسیار شایع و فراگیر بوده است. بنابراین تشکیل یک کمپانی که بتواند به راحتی اعتماد مشتریان را جلب کند بسیار دشوار و چالش برانگیز خواهد بود.

البته می‌توان گفت که این مسئله طی سال‌های اخیر در حال برطرف شدن است و کلاهبرداری‌های سنتی به سرعت در حال کاهش است زیرا گرداننده‌های کسب و کارها تلاش‌های فراوان و واحدی را انجام داده‌اند که روشی بسیار بهینه خلق کنند. نتیجه این تلاش‌ها راه‌اندازی سامانه‌ها و پلتفرم‌های مختلف برای تبلیغات بود. یکی از جالب‌ترین و در عین حال پرسودترین این تبلیغات، تبلیغات درون برنامه‌ای است. نتایج نشان داده این مدل از تبلیغات تأثیرپذیری هدفمندی دارند و اگر کاربری یک‌بار از این طریق به خرید محصولی واداشته شود و در نهایت از خرید و صرف هزینه خود راضی باشد، این مسئله را به دوستان و آشنایان خود هم پیشنهاد می‌دهد که در نتیجه با گذشت زمان تعداد افرادی که به صرف هزینه در اینترنت اعتماد دارند افزوده می‌شود.

به لطف این تغییرات که شامل تبلیغات محلی، تبلیغات درون برنامه‌ای، تبلیغات صنعتی و ویدیویی می‌شود، انتظار می‌رود که گرایش مردم به صرف

هزینه در نرم افزارها و تبلیغات درون آنها در سال ۲۰۲۰ میلادی به طور خیره کننده ای افزایش یابد. جالب است بدانید که چندین و چند استارت آپ ایرانی از همین مسئله سودهای کلانی به دست آورده و کسب و کار خود را حسابی رونق داده اند. خوشبختانه هنوز می توان از طریق روش های مختلف از جمله تبلیغات گوگل در داخل بازی ها یا اپلیکیشن ها، تبلیغات مؤثری را ارائه کرد و به کمک آنها مخاطبان زیادی را به کسب و کارتان هدایت کنید. از جمله بزرگترین شرکت های فعال در این زمینه که با کمک همین نوع تبلیغات بازدهی بسیار زیادی کسب کرده شرکت Snapp است.



۵. تأثیر باورنکردنی تبلیغات موبایلی هدفمند موقعیتی و زمانی

تلفن‌های همراه هوشمند اهداف بسیار دور و دست‌نیافتنی را برای بازاریابان و صاحبان کسب‌وکار به تحقق رسانده‌اند؛ به طوری که امکان عرضه نمودن تبلیغات موقعیتی برای مشتریان به سرعت در حال رشد است. البته جای تعجب نیست که این ترکیب محل و زمان مناسب به خوبی ثابت نموده است که می‌تواند تأثیر و کارایی فوق‌العاده‌ای داشته باشد. به همین دلیل است که تمامی برندها از دندان‌پزشکی‌های محلی گرفته تا خرده‌فروشان جهانی در حال اختصاص دادن هزینه‌های بالا برای چنین تبلیغاتی هستند و انتظار می‌رود که این رویکرد طی سال‌های آتی چندین برابر شود.

در واقع منظور از تبلیغات موبایلی هدفمند موقعیتی و زمانی استفاده از تبلیغات مرتبط در موضوعات مرتبط است. به عنوان مثال وقتی کاربری برای خرید یک لپ‌تاپ به فروشگاه‌های اینترنتی مراجعه می‌کند پس از انتخاب لپ‌تاپ موردنظر در سبد خرید محصولات مرتبط با این کالا مانند پوشش محافظ، موس، کیف لپ‌تاپ و ... هم به کاربر پیشنهاد می‌شوند که در این صورت کاربر خریدار به علت هیجانی که از خرید لپ‌تاپ دارد و صدا البته نیازی که به این اقلام جانبی وجود دارد ممکن است این لوازم جانبی را هم خریداری کند. انتظار می‌رود که صرف هزینه جهت انجام این نوع از تبلیغات رشد

فوق العاده بالایی در سال ۲۰۲۰ میلادی داشته باشد به طوری که از ۲۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ تا ۳۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ افزایش داشته باشد.



۶. افزایش قابل توجه بازاریابی‌های صوتی و تصویری از طریق موبایل

از آنجایی که گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها فرصت‌های زیادی برای ارائه محتوای تصویری را برای همه فراهم می‌آورند، گاهی بازاریابان از تبلیغاتی که با استفاده از صدا خلق می‌شوند چشم‌پوشی می‌کنند. این کار برخلاف چیزی که به نظر می‌رسد یک اشتباه است. اگرچه تأثیر صدا زمانی که همراه با تصویر یا ویدئو باشد چندین برابر است، اما هنوز هم محتواهایی که فقط صدا داشته باشند (مثل پادکست‌ها) یا تبلیغات رادیویی به نوبه خود برای قشر خاصی از مردم خود تأثیرگذار هستند.

با توجه به هزینه کمتری که تبلیغات صوتی دارند، شما می‌توانید تبلیغات خود را در بین پادکست‌ها که امروزه محبوبت دوچندانی را در بین کاربران موبایل دارند انجام دهید به‌خصوص اگر این تبلیغات در بین پادکست‌های بسیار جذاب و یا مرتبط با زمینه کاری شما قرار گرفته باشند. طبق آمار به‌دست‌آمده ۵۱ درصد از کاربران تلفن‌های همراه، هرروزه ساعات زیادی را در خارج از خانه به سر می‌برند. تعداد تقریباً زیادی از این افراد به‌خصوص هنگامی که در اتومبیل هستند تلفن همراه خود را به دستگاه پخش آن وصل می‌کنند و به پادکست‌ها گوش می‌دهند. همین مسئله نکته‌ای برای خیلی از کسب‌وکارها بوده تا تبلیغات هدفمند خود را از طریق این پادکست‌ها یا برنامه‌های رادیویی آنلاین به گوش مخاطبین برسانند.

اما همان‌طور که گفته شد، تأثیرپذیری محتوای تصویری و ویدئویی چندین برابر بیشتر از محتوای صوتی است. خوشبختانه بازاریابی با موبایل این امکان را فراهم کرده تا شما در همه این حالات بتوانید پیام‌های خود را به مخاطبین انتقال دهید. شبکه‌هایی مثل Pinterest برای عکس‌ها و یا YouTube برای ویدئوها بستری بسیار عالی برای کاربران موبایلی هستند که بتوانند از این طریق اقدام به بازاریابی و جذب بازدید و مشتری کنند.



۷. مزایای بالقوه‌ی خرید هوشمندانه از طریق موبایل

همان‌طور که میدانید تبلیغات از طریق موبایل به‌شدت در حال قدرتمندتر شدن است و این مسئله به‌طور عمده به دلیل پلتفرم‌های قدرتمندی است که در حال سیستماتیک کردن و کاربردی‌تر کردن ابزار تبلیغات است. این پلتفرم‌ها از فناوری‌های جدید مانند هوش مصنوعی استفاده می‌کنند و همین مسئله سبب شده تا نسل جدید تبلیغات هوشمندانه و بسیار هدفمند باشد.

اگرچه در گذشته خرید از طریق پلتفرم‌های موبایلی کمی غیرقابل اعتماد و همچنین سخت بود، اما امروزه نرم‌افزارهای فروشگاه‌های اینترنتی که

اغلب توسط دستگاه‌های تلفن همراه استفاده می‌شوند از سیستم‌هایی هوشمند استفاده می‌کنند که خریدار می‌تواند با فیلتر کردن و بسیاری از شخصی‌سازی‌های دیگر مستقیماً به محصول موردنظر خود برسد و در نتیجه بتواند بهترین خرید ممکن را برای خود انجام بدهد. این مسئله به صاحبان کسب‌وکار نیز کمک بزرگی می‌کند زیرا آن‌ها نیز به راحتی می‌توانند مشتریان خود را پیدا کنند و به آن‌ها محصول و کالاهایی که آن‌ها به دنبالش هستند را بفروشند.

خرید سیستماتیک در حال تبدیل شدن به یک امر عادی در بین مشتریان است. به عنوان مثال انتظار می‌رود که ۶۹ درصد از کالاهایی که در فروشگاه‌های اینترنتی موجود هستند امسال از طریق این نوع از شخصی‌سازی توسط مشتریان به فروش برسد که به این معنی است، تبلیغات راندمان و بازدهی بالاتری را پیدا خواهند نمود. این مسئله می‌تواند برندها را از طریق موبایل مارکتینگ به درجات بالاتر و شهرت خیلی بیشتری برساند.



نتیجه گیری

موبایل مارکتینگ یک بازاریابی جدید و نوپا به حساب می‌رود. اما باید گفت که این نوع بازاریابی آزمون و خطاهای انواع دیگر بازاریابی آنلاین را نداشته و مستقیماً وارد چرخه سودآوری برای کسب‌وکارهای اینترنتی شده است. اگر تا قبل از سال ۲۰۲۰ اهمیت موبایل مارکتینگ آنقدرها هم مورد توجه قرار نمی‌گرفت، بعد از سال ۲۰۲۰ و به‌ویژه بعد از معرفی و تأسیس شبکه‌های موبایلی نسل پنجم یا همان ۵G مطمئناً قواعد بازی در این مسئله تغییرات زیادی را شامل خواهد شد.

همه ما هر روزه در حال کار با موبایل‌ها و تبلت‌های هوشمندمان هستیم و همیشه دنبال چیزی بودیم که بتوانیم در هر جا و هر زمانی به خرید و فروش اینترنتی بپردازیم. به یمن وجود موبایل‌های هوشمند و اینترنت فوق سریع نسل پنجم، حالا در چند ثانیه می‌توانیم وبسایت‌ها را بررسی کنیم، کالاها و سرویس‌های مورد نظرمان را از فروشگاه‌های اینترنتی خریداری کنیم، در شبکه‌های اجتماعی رفت و آمد داشته باشیم و به طور کل، تقریباً هر چیزی که یک بازاریابی اینترنتی به آن نیاز دارد را در دستمان داشته باشیم.