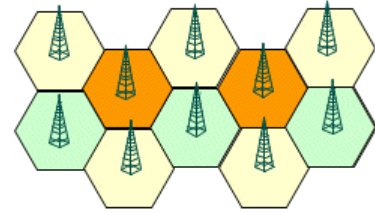


Location-based mobilní cílení

Tzv. LBS cílení umožňuje zacílit uživatele mobilního telefonu na konkrétním místě v reálném čase. LBS cílení je možné využít díky charakteru mobilní sítě. Ta se mimo jiné skládá z BTS (base transceiver station) věží. Tyto věže zajišťují komunikaci mezi mobilním zařízením a sítí. Zároveň se však vztahují k určitému území, jehož velikost se liší dle charakteru krajiny – na toto území je možné cílit.



Obrázek 1 BTS síť, (zdroj: earchiv.cz)

V městských oblastech může jít o oblast vzdálenou až 500 metrů od BTS věže. Naopak v méně obydlených částech ČR může jít o vzdálenost až 20 km. Vzdálenosti se také mohou lišit dle operátorů.

Při cílení pomocí BTS věží je možné, stejně jako v běžných mobilních kampaních, využít cílení na databázi operátora nebo vlastní databázi. Odeslání zpráv při výběru varianty s vlastní databází probíhá pouze u čísel spadajících pod konkrétního operátora. Při využití vlastní databáze je důležité zkontrolovat legislativní parametry vlastní databáze, protože zodpovědnost za dodržení legislativy přechází na inzerenta.

Regionální nebo LBS cílení?

Běžné mobilní regionální cílení umožňuje efektivně zacílit uživatele až na úrovni PSC. Tato území však mohou být příliš rozlehlá nebo nám charakter naší kampaně určuje zacílení lokality v konkrétním časovém úseku. Příkladem využití tradičního regionálního cílení může být kampaň podporující prodej v řetězci obchodních domů v Plzeňském kraji. Důvodem využití LBS cílení může být časově omezená podpora prodeje v obchodním domě v plzeňské části Bory.

LBS cílení se od regionálního cílení liší nejenom způsobem využití, ale i zadáním kampaně a cenou za rozeslání jedné zprávy.

Není LBS jako LBS

Princip LBS není záležitostí jen reklamních sdělení rozesílaný operátorem v konkrétní čas do konkrétního místa. Jde také o jeden z trendů nových sociálních sítí typu Foursquare.

Co je Foursquare?

Foursquare je tzv. Location-based service, tedy služba založená na lokalizaci uživatele, v tomto případě díky technologiím v mobilním telefonu (GPS, lokalizace pomocí BTS). Podstatou služby je s přáteli objevovat nová místa a sbírat body a odznaky, za které je možné získat různé výhody.

Chodíte-li do oblíbené restaurace, pokaždé se „čeknete“ (=přihlásíte pomocí aplikace v mobilním telefonu) a stanete-li se uživatelem s největším počtem „čeknutí“, jste mayorem (starostou) a můžete získat slevu nebo lahev dobrého červeného vína zdarma.

Díky Foursquare objevujete nejenom nová místa, ale také speciální nabídky, které mají silný potenciál hlavně pro lokální podnikání. Do LBS trendu nyní [investoval i Facebook](#). S podobnou lokalizací jsme se mohli setkat již v podobě [Google Latitude](#).

Žádná LBS služba není v ČR zatím dostatečně rozšířená. Důležité je uvědomit si, že se může podstata LBS promítnout i do dalších oblastí marketingu.

V případě nejasností pošlete svou otázku [Honzovi Pávovi](#), MEC specialistovi na nová média.