Дополнительная информация к пресс-релизу о вступлении МТС в международную Ассоциацию мобильного маркетинга

МТС первым среди российских операторов мобильной связи стал членом международной Ассоциации мобильного маркетинга (Mobile Marketing Association, MMA).

Ассоциация мобильного маркетинга (http://www.mmaglobal.com) занимается развитием и стандартизацией технологий мобильного маркетинга и мобильной рекламы в мире. Эта организация представляет собой международную рабочую группу, состоящую из представителей различных сегментов рынка мобильной связи. Членами ассоциации являются операторы связи, контент- и сервис-провайдеры, разработчики и поставщики программного обеспечения, агентства маркетинговых коммуникаций и медиа-агентства.

В ассоциацию входят ведущие мировые операторы связи: Vodafone, T-Mobile, Telenor, Sprint, AT&T и другие.

Основной задачей ассоциации является разработка инструментов, стандартов и стратегий развития мобильного маркетинга с учетом детального анализа опыта ведущих игроков мирового рынка, а также мировых трендов.

Преимущества членства в Ассоциации мобильного маркетинга для МТС
Став действующим членом ассоциации, МТС получает возможность:

- воспользоваться опытом ведущих мировых компаний, работающих в области мобильного маркетинга и мобильной рекламы;
- взаимодействовать с экспертами международных исследовательских организаций, работающих в телекоммуникационной сфере;
- развивать партнерские отношения в области мобильного маркетинга и рекламы с ведущими мировыми телекоммуникационными компаниями;
- содействовать международным компаниям в разработке инновационных решений для развития мобильного маркетинга в России и странах СНГ.

Состояние и перспективы рынка мобильного маркетинга и рекламы в мире
Ведущие мировые телекоммуникационные компании – Vodafone, Telenor, T-Mobile, Turkcell, Telefonica – активно инвестируют в мобильный маркетинг и мобильную рекламу. Рынок мобильной рекламы, переживающий стадию становления, показывает сегодня наиболее высокие темпы роста по сравнению с другими медиа-каналами. Все больше рекламодателей, разочарованных низкой отдачей от прямой массовой рекламы, обращаются к новому рекламному формату – мобильной рекламе, обеспечивающей возможность едва ли не индивидуального подхода к разным группам потребителей.

Согласно докладу исследовательской компании Informa, средний годовой темп прироста доходов от мобильной рекламы в настоящее время составляет 67,6% в США (фаза роста), 73,7% в Европе (фаза роста), 27,9% в Азии (замедление роста) и 76,2% в других регионах, включая Россию (начало роста). Мировой рынок мобильной рекламы, прогнозирует Informa, вырастет с 1 719 млн. долл. в 2008 году до 8 711 млн. долл. в 2012 году.

Состояние и перспективы рынка мобильного маркетинга и рекламы в России
Рынок мобильного маркетинга и мобильной рекламы в России находится в стадии формирования, что дает МТС возможность занять на нем лидирующие позиции. По оценкам экспертов, мобильная реклама является перспективным источником увеличения доходов от дополнительных услуг мобильной связи.

Рынок мобильной рекламы в России составляет сегодня менее 0,1% от общего объема российского рекламного рынка, который оценивается в 2008 году в 10,7 млрд. долл. Согласно оценкам Informa, к 2012 году объем рынка мобильной рекламы в России вырастет до 95 млн. долл.

Площадки для размещения мобильной рекламы
В качестве основных площадок для размещения рекламы ведущие мировые сотовые операторы используют:

- MMS-рассылки

- SMS-спонсорство
- Баннерную рекламу на wap-портале оператора
- Контекстную рекламу на wap-портале оператора
- Рекламу в многопользовательских играх
- Рекламу при просмотре WAP-сайтов партнеров
- Рекламу в широковещательных рассылках
- Рекламу в LBS-сервисах

SMS, MMS и WAP сегодня наиболее широко используются мобильными операторами в качестве площадок для размещения рекламы. На эти сегменты приходятся 87% мирового рынка мобильной рекламы, который компания Informa оценивает в 2008 году в 1 719 млн. долл. На долю рекламы в мобильном видео сегодня в мире приходится 6%, на долю мобильной поисковой рекламы – 5%, оставшуюся долю рынка делят между собой реклама в мобильном контенте, в мобильных играх и реклама внутри услуг.

Мобильная реклама МТС
В МТС запущены пилотные проекты по размещению рекламы в MMS и SMS сервисах.

В перспективе МТС планирует реализовать рекламные проекты на собственном WAP-портале, размещать контекстную рекламу, а также рекламу в многопользовательских играх и в сервисах определения местоположения абонента (LBS).