

Дополнительная информация к пресс-релизу о запуске сервиса «Корпоративные рассылки SMS-сообщений»

«Корпоративные рассылки SMS-сообщений» - новые возможности мобильной рекламы

MTC представила новый сервис «Корпоративные рассылки SMS-сообщений» по всей России в рамках услуги «Мобильная реклама». Благодаря этому сервису корпоративные клиенты MTC смогут эффективно и быстро проводить массовые рассылки SMS-сообщений по своим базам. Этот сервис подойдет для компаний как с широкой, так и с узкой целевой аудиторией.

Адресатами рассылки могут быть сотрудники компании, ее клиенты или партнеры – абоненты сетей всех сотовых операторов, зарегистрированных на территории РФ, согласившиеся на получение информационных SMS-рассылок¹.

Примеры корпоративных SMS-рассылок

Обеспечение взаимодействия сотрудников компании: рассылки новостей, напоминаний и другой полезной информации для сотрудников компании, информирование сотрудников о звонках клиентов и запланированных мероприятиях, передача контактной информации о клиентах.

Информирование клиентов: рассылка важной для клиента и компании информации. Например, о появлении новых товаров, скидках, распродажах и других акциях; о поступлении товара, готовности заказа, завершении работ; напоминания о записи на прием, об очередных платежах или продлении договора.

Функционал сервиса «Корпоративные рассылки SMS-сообщений»

- Это одно из наиболее эффективных средств быстрого информирования. Сервис позволяет оперативно оповещать большое количество сотрудников, клиентов или партнеров одновременно. Скорость отправки и доставки сообщений на порядок выше скорости рассылки SMS каждому получателю индивидуально – например, отправка 100 тыс. SMS займет не больше часа.
- Отправитель имеет возможность получать отчёты о доставке сообщений.
- Сервис обеспечивает индивидуальный подход к получателям, что позволяет снизить вероятность негативного восприятия ими получаемых сообщений. Отправитель может бесплатно установить индивидуальную подпись (альфанумерический номер²), которая будет отображаться в поле «Отправитель» вместо телефонного номера. Текст сообщения может содержать персонализированную информацию и обращение к адресату. Отправитель может установить время рассылки, чтобы сообщения были доставлены в удобное получателю время.
- «Корпоративная рассылка SMS-сообщений» - это удобный способ массовой рассылки SMS-сообщений:
 - Воспользоваться новым сервисом «Корпоративные рассылки SMS-сообщений» может каждый корпоративный абонент MTC, имеющий доступ в сеть Интернет;
 - Дополнительное оборудование и программное обеспечение не требуется;
 - Управление рассылками осуществляется через WEB-интерфейс ответственным сотрудником компании-корпоративного абонента (администратором). Это позволяет гибко и оперативно контролировать процесс.
- Кампания-клиент может самостоятельно управлять сервисом:
 - Вносить и редактировать данные рассылки через WEB-интерфейс. Данные могут быть внесены вручную или импортированы из базы рекламодателя;
 - Формировать группы рассылки исходя из оценки целевых аудиторий;
 - Назначать индивидуальный график рассылок;
 - Задавать время начала рассылки;
 - Включать персонализированный текст и обращение к адресату в SMS-сообщение;
 - Приостанавливать рассылку в случае необходимости.

Порядок предоставления сервиса «Корпоративные рассылки SMS-сообщений»

Сервис «Корпоративные рассылки SMS-сообщений» предоставляется техническим партнером MTC - компанией ЗАО «Мобильный Интернет» - только для корпоративных абонентов MTC.

¹ Рекламодатель обязан предоставить подтверждение письменного согласия каждого потребителя на получение рекламно-информационных материалов от рекламодателя.

² Можно установить только название компании, при этом не превышающее 11 символов на латинице.

Чтобы воспользоваться сервисом «Корпоративные рассылки SMS-сообщений» необходимо:

1. Обратиться к персональному менеджеру или оставить заявку на сайте www.corp.mts.ru.
2. Заполнить электронную форму заказа сервиса <http://www.corp.mts.ru/advertisingrequest/> или www.corpsms.ru.
3. Заключить стандартный Договор с техническим партнером МТС - компанией ЗАО «Мобильный интернет».
4. Получить логин и пароль для организации доступа к WEB-интерфейсу управления SMS-рассылками.
5. Выбрать и приобрести один из пакетов SMS-сообщений для рассылки.

Более подробную информацию можно получить у персонального менеджера МТС или на сайте www.corp.mts.ru в разделе «Мобильная реклама».

Пользователи сервиса «Корпоративные рассылки SMS-сообщений» от МТС не ограничены по срокам и могут гибко планировать свои рекламные кампании: приобретенный пакет SMS можно использовать частями и в любое удобное время.

Тарифы предоставление сервиса «Корпоративные рассылки SMS-сообщений»³

Количество SMS-сообщений	Стоимость одного SMS – сообщения (руб.) с учетом НДС
0-3000	1,35
3001-5000	1,15
5001-10000	1,00
10001-50000	0,95
50001-100000	0,65
100001-300000	0,55
300001 и более	0,45

Плата за подключение и абонентская плата за сервис не взимаются.

Преимущества рассылки SMS-сообщений как формата рекламы

- SMS-сообщение напрямую контактирует с потребителем через персональный терминал - сотовый телефон. Уровень проникновения мобильной связи в России (по последним данным AC&M-Consulting) достиг 149,1%, это означает, что массовая рассылка SMS-сообщений потенциально имеет больший, чем традиционные рекламные носители, охват целевой аудитории, - практически все население России. У рассылки SMS-сообщений есть важное отличие от традиционных СМИ – SMS-сообщение попадает к потребителю, минуя рекламный «шум». SMS-сообщение доставляет на мобильные устройства абонентов единичные и таргетированные, то есть ориентированные на конкретную целевую аудиторию, рекламные сообщения.
- Сервис «Корпоративные рассылки SMS-сообщений» позволяет гарантированно донести информацию до получателя, где бы он ни находился, если у него с собой мобильный телефон, – отправитель получает подтверждение о доставке SMS-сообщения. К тому же сообщение сохраняется в памяти мобильного телефона, и получатель может обратиться к SMS не один раз, воспользоваться контактной информацией, тогда как при использовании других рекламных каналов это не всегда возможно.
- CTR⁴ рекламы в мобильных терминалах заметно выше, чем у ставшей традиционной интернет-рекламы. Сегодня средний уровень CTR мобильной рекламы может достигать 13% (по сравнению с 0,01-10% у интернет-рекламы).

Предложения других российских операторов

Сервис массовой рассылки SMS-сообщений своим корпоративным клиентам предоставляет «Мегафон» («SMS-информ») и «Билайн» («Корпоративные SMS-сервисы»⁵).

- В рамках сервиса МТС абонентская плата и плата за подключение не взимается, а «скрытые» траты отсутствуют.
 - В то же время «Мегафон» взимает плату за смену «Пакета услуги» - 295 рублей (учитывая расценки «Мегафона»⁶, за эти деньги можно отправить более 300 sms).

³ Все параметры приведены для Московского региона. Цены указаны с учётом НДС.

⁴ Click-through rate – показатель отклика аудитории

⁵ Данные приведены по информации официальных сайтов операторов по Московскому региону.

⁶ Рассматривается вариант «Столица», пакет 1000 SMS.

- «Мегафон» также взимает плату при подключении, если пользователь выбирает короткий локальный или короткий федеральный номер, с которых будет производиться рассылка и которые будут указаны в поле «Отправитель». При этом абонентская плата в первом случае составляет 12 000 руб. в год (стоимость более 12,5 тыс. SMS), а во втором – определяется особыми договоренностями.

Пользователи сервиса «Корпоративные рассылки SMS-сообщений» от МТС не ограничены по срокам и могут более гибко планировать свои рекламные кампании: приобретенный пакет SMS можно использовать частями и в любое удобное время. При этом, чем больше SMS рассылается, тем дешевле стоит каждое из них.

- И «SMS-информ» и «Корпоративные SMS-сервисы» предполагают ежемесячную абонентскую плату, за которую предоставляются пакеты SMS. Это не всегда удобно: например, «Билайн» на сайте указывает только один пакет – 500 sms, а все сообщения свыше стоят одинаково – 1,2 руб. вне зависимости от объема рассылки. Пользователи сервиса «Корпоративные рассылки SMS-сообщений» могут выбирать из 7 пакетов, возможен и гибкий подход к формированию пакета в зависимости от объема рассылки.

В каждом пакете сервиса МТС «Корпоративные рассылки SMS-сообщений» стоимость SMS одинакова по всей России.

- В половину пакетов «SMS-информ» «Мегафона» входят только SMS на номера Московского региона, тогда как SMS на номера других регионов РФ стоит от 2 до 6 раз дороже.
- МТС бесплатно предоставляет рекламодателям возможность назначить альфанумерический номер (текст в поле «Отправитель» вместо номера).
 - «Билайн» предлагает своим корпоративным клиентам возможность выбрать «красивый» короткий номер, с которого будет производиться рассылка SMS. За эту услугу взимается от 25 до 150 тыс. рублей: исходя из расценок «Билайна»⁷ это эквивалентно рассылке от 20 тыс. до 125 тыс. SMS.
 - Пользователи сервиса «Мегафона» также могут выбрать «подпись» отправителя, но в случае смены такой «подписи» должны будут заплатить 1000 руб. (в пересчете на SMS – более 1000 сообщений).

Сервис МТС «Мобильная реклама». Форматы и площадки

МТС представила сервис «Мобильная реклама» для корпоративных клиентов в августе 2010 года. Это комплекс возможностей, позволяющий клиентам МТС повысить эффективность рекламных и маркетинговых инициатив. Услуга позволяет осуществлять адресную и персонализированную рассылку информационных сообщений и рекламы корпоративного клиента на мобильные телефоны пользователей.

МТС предлагает компаниям-клиентам размещение рекламных материалов в различных форматах на 9 рекламных площадках. Ниже в таблице приведены данные⁸ о каналах распространения мобильной рекламы, форматах рекламных сообщений и потенциальной аудитории сервиса МТС «Мобильная реклама».

Канал мобильной рекламы	Формат рекламного сообщения	Аудитория
«Корпоративные рассылки SMS-сообщений»	Текстовое сообщение (160 символов при наборе латиницей, 70 – кириллицей). До 250 000 сообщений в день.	в зависимости от параметров рекламной кампании
SMS-газета	Текстовое сообщение (134 символа). До 100 000 сообщений в день	> 0,1 млн
SMS рассылка по пользователям MMS-портала	Текстовое сообщение (134 символа). До 250 000 сообщений в день	> 3 млн
SMS рассылка по пользователям wap.mts.ru	Текстовое сообщение (134 символа). До 250 000 сообщений в день.	> 3 млн
MMS-газета	Текст 300 символов + баннер: 300x120	> 0,1 млн
МТС Новости (ICB)	Текст 400 символов + баннер: 500x500.	> 1,5 млн
WAP MTS	Баннер (коллаж), динамика	> 3 млн
WEB OMLET	Баннер-растяжка, динамика	> 0,6 млн
Корпоративный GOOD`OK	Голосовая информация, например, о режиме работы, услугах и пр.	все позвонившие

Реклама, рассылаемая по каналам SMS, MMS и МТС-Новости, может быть таргетирована по полу, возрасту, местонахождению, а также по категориям интересов подписчиков. В каналах WAP MTS, Omlet.ru, MMS, МТСНовости может быть размещена баннерная реклама. Кроме того, на web-портале Omlet.ru возможны специальные проекты: текстовые блоки, pre-roll (видеоанонсы перед

⁷ Рассматривается стоимость SMS в пакете 500 SMS.

⁸ Данные приведены по России.

просмотром роликов), баннеры для стоп-кадра, брендированные разделы (например, «Музыка», «Игры», «Видео», «Общение»), конкурсы, продакт-плейсмент.

Крупные рекламодатели и мобильная реклама, рекламные кампании МТС

В 2009 году МТС провела около 40 пилотных рекламных кампаний для крупных брендов, среди них Сбербанк, Nokia, BMW, Toyota, Citroën, Procter&Gamble, Unilever (Lipton). По трем полномасштабным кампаниям, проведенным для Pepsi, Coca-Cola и Citroën, объем доходов превысил 3 млн рублей. По некоторым рекламным кампаниям МТС показатель CTR составил порядка 11%, при этом почти половина из заинтересовавшихся абонентов в результате приобрели рекламируемый товар или начали пользоваться предлагаемой услугой.

Зарубежные проекты в области мобильной рекламы

Vodafone: этот ведущий европейский сотовый оператор в 2007 году запустил в Великобритании мобильную поисковую рекламу на своем портале Live совместно с поисковым сервисом Yahoo! Этим каналом мобильной рекламы, в частности, активно пользуются Mazda и Samsung.

Orange France Telecom Group: в качестве носителей мобильной рекламы предлагает баннеры на портале и спонсированные ссылки. Стоимость - от 10 до 60 евро за 1000 показов. Оператор также развивает рекламу в MMS, видео, играх, RBT, экранных заставках, сервисах на базе LBS. Среди заказчиков MMS-рассылок по подписке - «Макдоналдс». В Англии и Франции оператор также запустил рекламу в мобильном видео и в играх.

O2 (Великобритания): предлагает SMS-рассылки по сегментам по цене 10-25 фунтов за 1000 контактов. Несмотря на то, что рассылки производятся без подписок, абоненты, в целом, позитивно относятся к такой рекламе, поскольку воспринимают ее как полезную информацию.

Мировой и российский рынки мобильной рекламы

Исследовательская компания Berg Insight в ноябре 2009 года распространила исследование, в котором прогнозирует совокупный среднегодовой темп роста (CAGR) мирового рынка мобильной рекламы на уровне 43% в период до 2014 года. По оценке Berg Insight, в 2014 году объем мирового рынка мобильной рекламы составит около 8,7 млрд евро. К этому времени на долю мобильной рекламы, считают аналитики Berg Insight, будет приходиться примерно 12% рынка электронной рекламы.

На текущий момент рынок мобильной рекламы в России составляет незначительную часть общего рынка рекламы в стране. По нашим оценкам, по итогам 2009 года объем российского рынка мобильной рекламы составил 0,2 млрд рублей. Но по оценкам МТС, вследствие высоких темпов роста объем этого сегмента рынка увеличится до 2,85 млрд руб. к 2013 году (по реалистичному сценарию развития, по оптимистичному сценарию он достигнет 3,84 млрд руб.). Мы исходим из того, что начиная с 2011 года, рынок мобильной рекламы в РФ войдет в фазу взрывного развития, для которой характерен совокупный среднегодовой темп роста (CAGR) до 2013 года на уровне 70-100%. Мы полагаем, что уже в 2010 году российский рынок мобильной рекламы составит 0,5 млрд рублей, в 2011 году — до 0,9 млрд рублей, в 2012 году — до 1,8 млрд рублей. Высокие темпы роста мобильной рекламы связаны с переходом рекламодателей от традиционных рекламных носителей к новым медиа-носителям, позволяющим доставлять персонифицированные сообщения целевой аудитории

МТС прогнозирует, что:

- На первом этапе, до 2011 года, рынок будет расти главным образом за счет SMS/MMS рекламы. За счет четкой таргетации абоненты сотовых операторов будут получать рекламные предложения только по интересующим их сферам жизнедеятельности.
- На втором этапе, в 2011-2013 годах, рост рынка будет происходить, в основном, за счет развития мобильного Интернета. К 2012 году отклик (CTR, click-through rate) по мобильной рекламе более чем в 10 раз превысит отклик по другим медиа-каналам: ТВ, наружной рекламе, прессе, радио, Интернет.
- К 2013 году Интернет-сайты и прочие игроки займут около 60% рынка за счет развития мобильных версий своих продуктов. Остальные 40% рынка будут приходиться на мобильных операторов. На этом этапе вполне возможно некоторые тарифные планы и услуги за счет рекламных средств уже будут предоставляться мобильными операторами бесплатно.