

**МТС оператор связи**



# Мобильная реклама с МТС



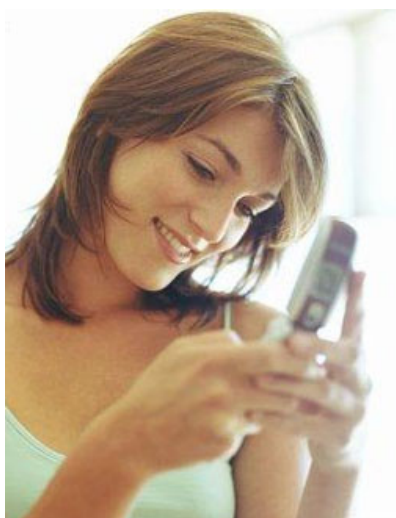
## Содержание

- Чего хотят рекламодатели: взгляд оператора.
- Единая концепция направления мобильной рекламы в МТС
- Основные показатели мобильной рекламы
- Новые каналы – новые возможности (6 площадок)
- Создание кампании: несколько шагов
- Давайте сотрудничать!



## Чего хотят рекламодатели – взгляд Оператора

- Таргетинг – возможность экономно и эффективно расходовать рекламный бюджет
- Широкий охват – возможность достигаться до всех потенциальных потребителей
- Интерактивность – возможность завязать разговор с потребителем, узнать о его интересах, предоставить подробную информацию
- Измеримость результатов – достоверная прозрачная статистика по доставке рекламы и отклику



## Оператору ВАЖНО:

### Довольный абонент

- Не получающий раздражающий СПАМ
- Получающий релевантную, интересную информацию в удобное время

## Единая концепция развития направления мобильной рекламы с МТС



## Основные показатели мобильной рекламы

### Основные показатели мобильной рекламы:

Средний CTR в Интернет: 0,09 %

Средний CTR на WAP-порталах: 1,5 %

Средний CTR в MMS рассылке: 2,4 %



### Основные кейсы МТС:

#### 1. Рекламодатель:

Procter&Gamble, MMS-рассылка

#### Достижения:

■ Охват аудитории: 54.308 человек

■ CTRU: 2,98%

#### 2. Рекламодатель: М.Видео, MMS-рассылка

#### Достижения:

■ Охват аудитории: 55.376 человек

■ CTRU: 2,25%

## Основные мобильные рекламные площадки: SMS(1)



### ■ SMS-рассылки: возможности\*

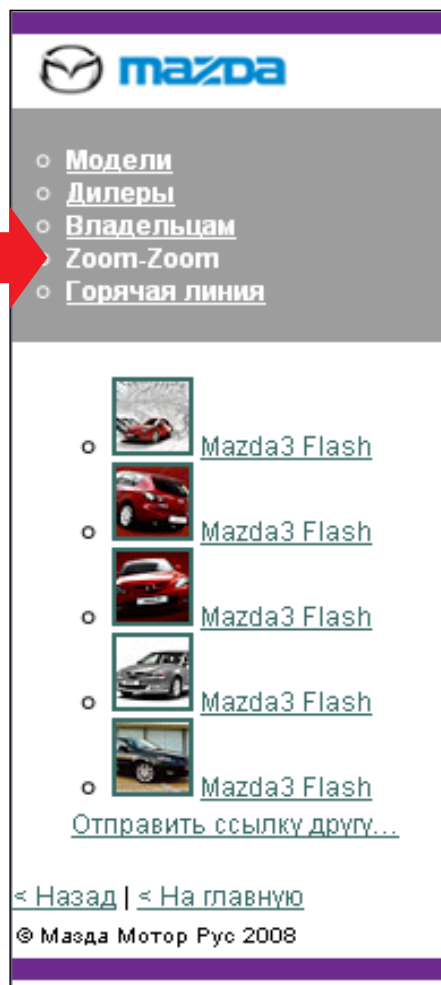
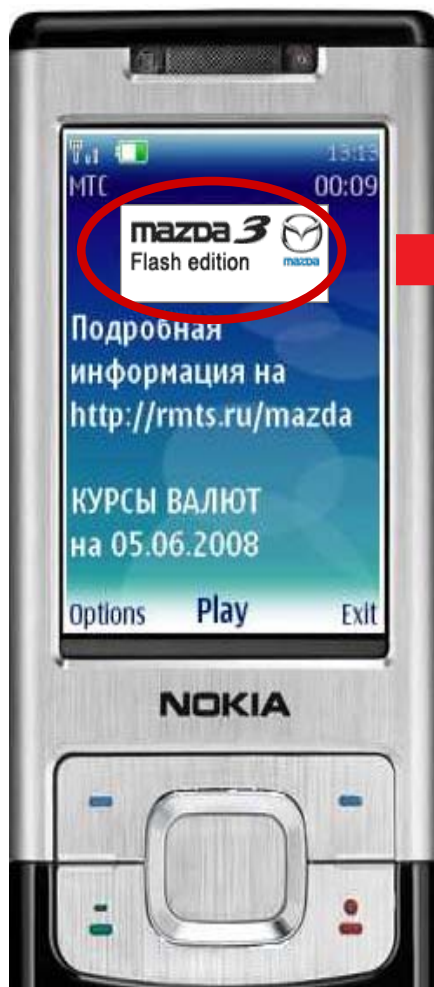
1. Проведение многофункциональных рекламных акций с различной сложностью механик
2. Проведение акций с другими операторами (интерконнект)
3. Проведение рекламных кампаний внутри пользовательских подписок по 7 категориям ЦА: Банки(Финансы), Авто+, Скидки, Совет дня, Развлечения, Туризм, Hi-tech.
4. Проведение рекламных рассылок по базе рекламодателя

\*Сейчас: 120 000 абонентов

Зоны покрытия: вся Россия

ЦА: Активные молодые люди от 16 до 35 лет, ядро 25

## Основные мобильные рекламные площадки: MMS(2)



### ■ MMS-рассылка (3000)\*: возможности

1. Проведение **акций информирования абонентов** по категориям интересов подписчиков (сейчас 100 000 подписчиков)
2. Проведение **баннерных рекламных кампаний** в тексте рассылки
3. Создание рекламных разделов внутри рассылки
4. Проведение викторин, конкурсов, опросов, неограниченные возможности анкетирования

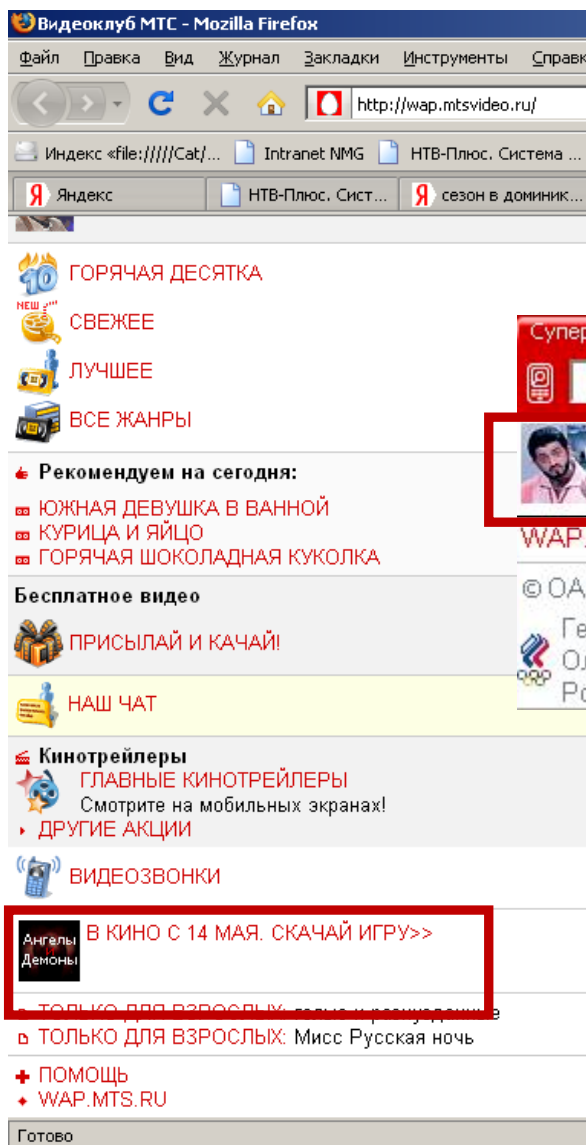
\*Сейчас: 100 000 абонентов

Зоны покрытия: вся Россия

ЦА: Активные молодые люди от 16 до 35 лет, ядро 25

ARPU: выше среднего

## Основные мобильные рекламные площадки: WAP(3)



### ■ WAP-портал МТС\*: возможности

1. Баннерная рекламная кампания на WAP-портале МТС
2. Текстовые блоки размещения рекламы
3. Контекстная реклама
4. Создание тематических спонсорских разделов на WAP-портале МТС
5. Внедрение спонсорского брендируемого контента в разделах и рубриках на WAP-портале МТС

\*Посещаемость WAP-портала МТС (wap.mts.ru):

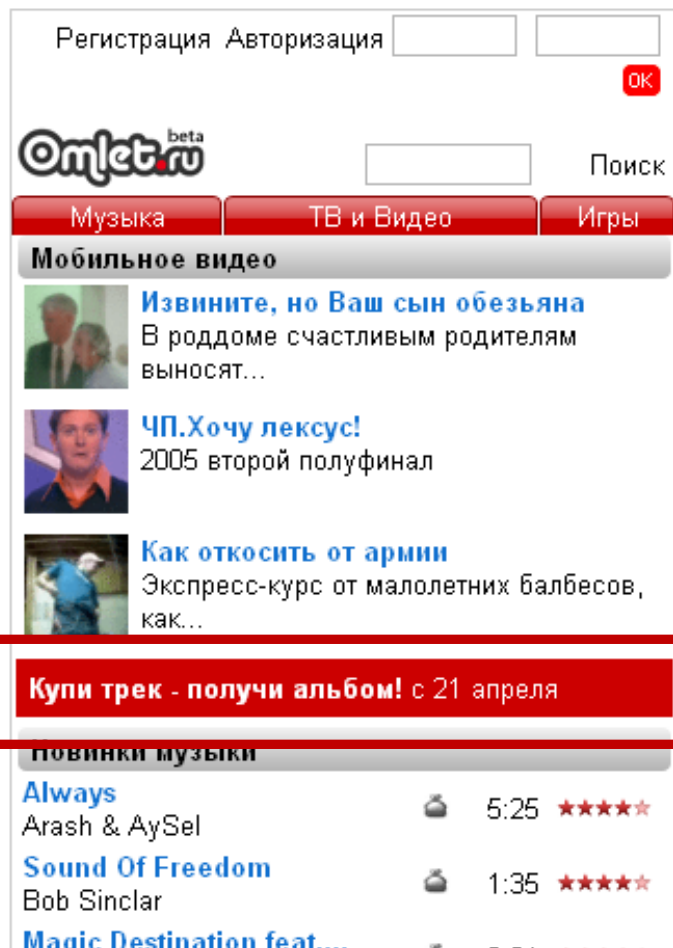
3 000 000-3 500 000 уникальных абонентов в месяц

ЦА – 12-45 лет, М+Ж.

Ядро 18-27 лет.



## Основные мобильные рекламные площадки: мобильный Омлет (4)



### ■ M.Omlet.ru\*

1. Баннерная реклама
2. Контекстная текстовая реклама
3. Создание спонсорских рубрик под рекламируемый продукт
4. Проведение интерактивных акций и РК среди пользовательской аудитории проекта
5. Проведение акций вирусного маркетинга
6. Проведение викторин, конкурсов, программ пользовательской лояльности

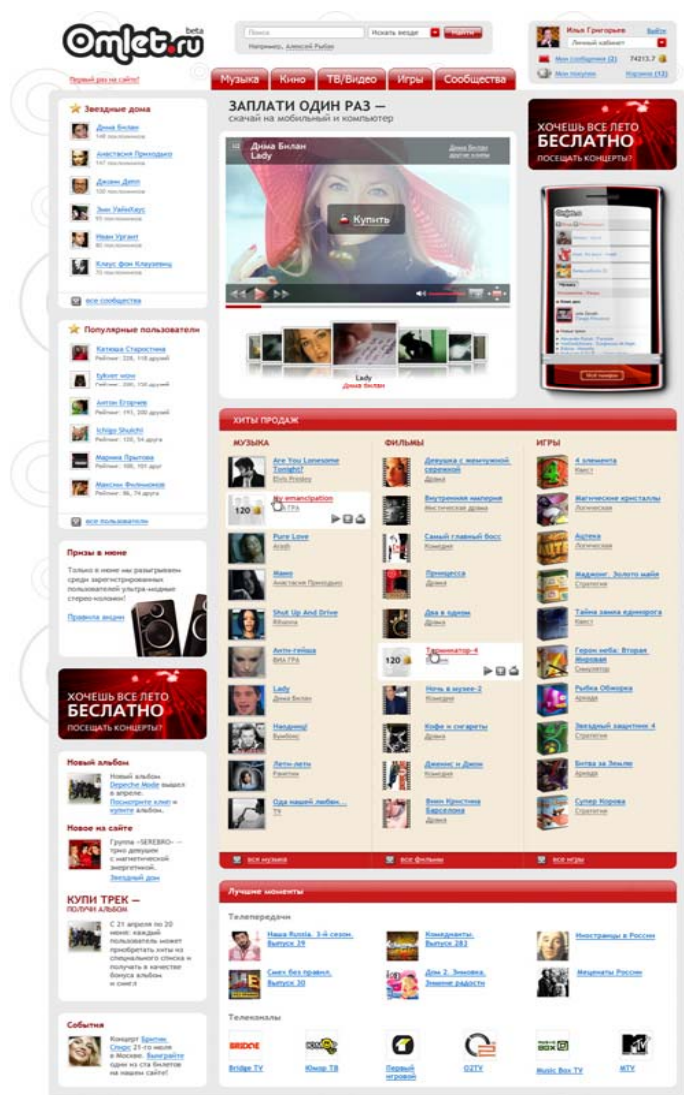
\* Посещаемость WAP-портала M.Omlet.ru:

250 000 уникальных абонентов в месяц

ЦА – 12-35 лет, М+Ж.

Ядро 18-25 лет.

## Интернет-площадка МТС: Omlet.ru (5)



### ■ Омлет.ру: рекламные возможности\*

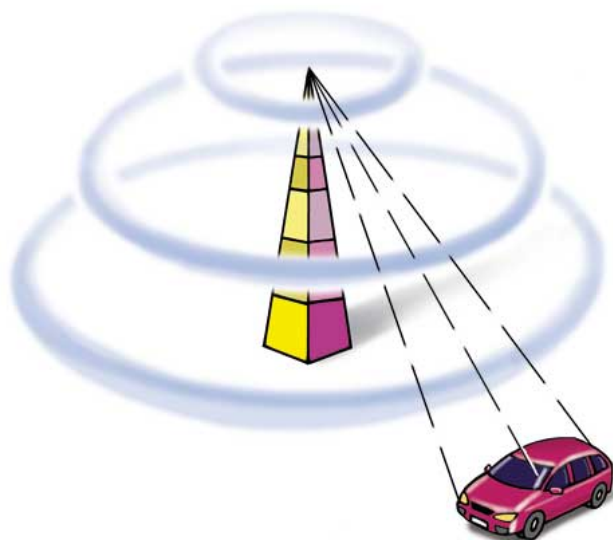
1. Баннерное размещение на портале (стандартные баннеры-растяжки (1000X60, 1000X90), пре-роллы, пост-роллы, пауза-баннеры)
2. Специальные проекты с созданием уникальной внутренней инфраструктуры
3. Проекты под социальную сеть портала

- Количество уникальных посетителей на портале – более 600 000 в месяц

ЦА – 12-35 лет, М+Ж.

Ядро 18-25 лет

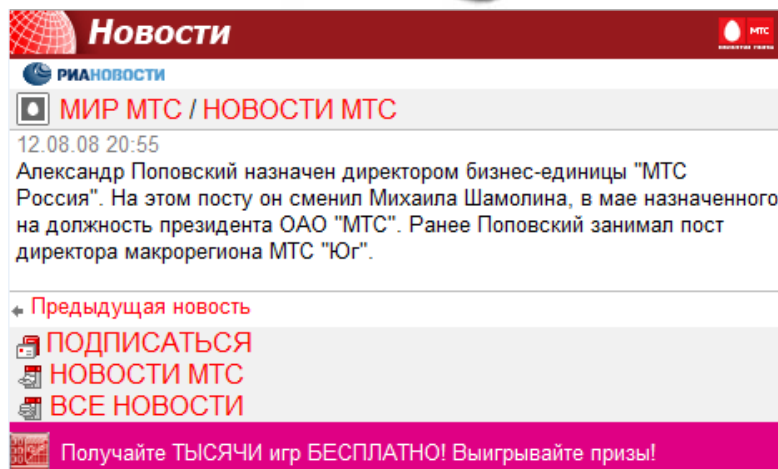
## Основные мобильные рекламные площадки: ISB(6)



- ISB-вещание (Interactive Cell Broadcast, реклама на спящих экранах) на базе МТС-Новости\*: возможности
  1. Возможности проведения геотаргетированных рассылок
  2. Проведение интерактивных акций информирования потребителя/абонента по регионам/городам/районам/точкам сот

\*Количество потенциальных пользователей сервисом МТС-Новости – все SIM-карты с сервисом МТС-Новости, сейчас активированных 2 500 000, активно пользующихся услугами подписчиков – 260 000

Основные ЦА: молодежь (12-25, ядро 17-22) и средний класс (25-40, ядро 30-35)



## Основные цифры по площадкам:

### ■ MMS-рассылка:

- Средний CTR – 2,4 %
- Проведено около 50 кампаний со следующими рекламодателями: P&G, Coca-cola, Citroen, Universal, Альфа-банк, Сбербанк.

### ■ WAP-площадка:

- Средний CTR – 1,5 %
- Проведено около 40 РК для следующих рекламодателей: Сбербанк, P&G, Coca-cola, Citroen.

### ■ ICB-рассылка

- CTR на площадке – от 0,3 до 13%
- Проведено (август-сентябрь) 17 тестовых запусков со следующими рекламодателями: Альфа-банк, Юниверсал Пикчерс, Сони Пикчерс, Coca-cola, Citroen.

**С нами работать – ЛЕГКО!**

■ **Создание кампании – простейшие шаги с МТС:**

1. Выбор целевой аудитории
2. Определение каналов доставки рекламы
3. Создание медиа-плана
4. Настройка правил показа
5. Определение бюджета РК
6. Предоставление рекламного контента
7. Согласование МТС
8. Мониторинг прохождения РК
9. Результаты РК

**МТС оператор связи** 

**Давайте сотрудничать!**

**Елена Пикунова**  
**+7916 052 72 83**  
**[pikunova@mts.ru](mailto:pikunova@mts.ru)**

**Олег Дмитриев**  
**[ogd@mts.ru](mailto:ogd@mts.ru)**