Нестандартные инструменты
мобильного маркетинга

Подход

1. *То что хочет сказать бренд, важнее того, как он это говорит*
2. Коммуникация во всех каналах должна отвечать Идее бренда и идее рекламной кампании
3. Мы считаем, что рекламная кампания должна содержать факты и ярко описывать выгоды продукта или услуги - маркетинг должен продавать
4. Мы считаем, что Digital каналы коммуникации значительно отличаются от традиционных медиа и требуют особого подхода

Agenda

1. Bluetooth Marketing

2. Mobile Tagging

Bluetooth Marketing

Bluetooth маркетинг. Как работает

1. Пользователь оказывается в зоне действия Jami

2. Jami передает сигнал по Bluetooth

3. Потребитель получает бесплатный контент с рекламой

Bluetooth кейс. Вирус

Bluetooth кейс. Купон

Bluetooth кейс. Полезная инфо

Bluetooth кейс. Промо персонал

Чему мы научились

1. Важна правильная коммуникация

2. Релевантность сервиса

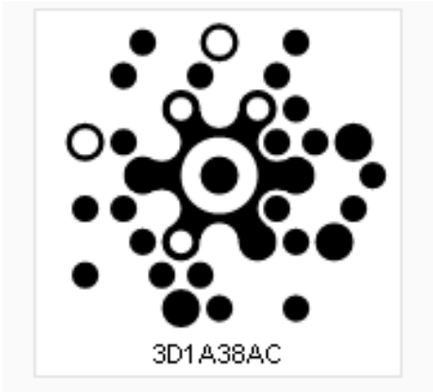
3. Важен контент

Mobile Tagging

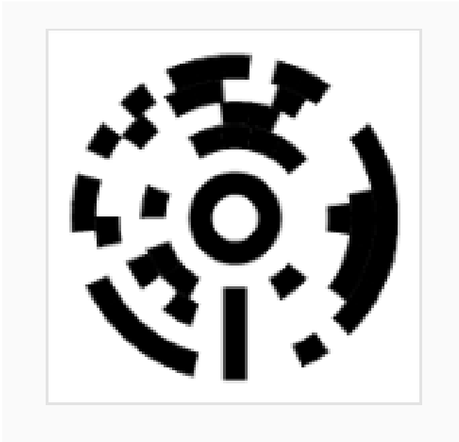
Mobile tagging. Что это?

QR Code

DataMatrix



Blotcode



Dandelion

Watermark

Mobile tagging. Как работает

Mobile Tagging. Широкие возможности

- **Просмотреть текстовую информацию, видео, аудио**
- **Просмотреть изображение;**
- **Осуществить переход по указанной ссылке;**
- **Совершить звонок, отправить SMS, e-mail**
- **Воспроизвести видоролик в YouTube-приложении;**
- **Открыть карту с указанным местоположением;**
- **Осуществить переход по указанной ссылке во внешнем браузере;**
- **Просмотреть контактную информацию.**

Mobile tagging. Варианты использования

Кейс 1
Как сварить кофе?

Ситуация:
Человек купил кофе и хочет его приготовить, но не знает как это делается.

Mobile tagging. Варианты использования

Решение: Рецепт приготовления напитка

Человек считывает код на упаковке.

**На экране телефона информация об уровне давления и температуре,
необходимых для получения той или иной разновидности напитка.**

Как можно было действовать по другому?
Можно поискать в интернете, прочитать в поваренной книге или спросить у знакомых

Mobile tagging. Варианты использования

Кейс 2

Где купить телевизор дешевле?

Ситуация

Человеку понравилась модель телевизора на полке супермаркета и он хочет узнать, где будет дешевле его приобрести.

Mobile tagging. Варианты использования

Решение: Сравнение цен на товар

Человек считывает код на упаковке

**Человек переходит сразу на страницу сравнения цен на нужный товар в Яндекс.Маркете и видит,
в каком магазине купить будет выгоднее.**

Как можно было действовать по другому?
Можно зайти на Яндекс.Маркет с компьютера и ввести название товара вручную.

Mobile tagging. Варианты использования

Кейс 3
Хочу посмотреть трейлер

Ситуация:
Человек заинтересовался в магазине DVD-диском с незнакомым фильмом и хотел бы просмотреть его фрагмент.

Mobile tagging. Варианты использования

Решение: Просмотр видео-ролика

Человек фотографирует код на упаковке с DVD-диском

На экране телефона начинает проигрываться трейлер соответствующего фильма.

Как можно было действовать по другому?

Зайти в интернет, найти ролик и просмотреть трейлер к фильму через традиционный плеер.

Mobile Tagging

Макс Снигирёв
123458 Москва, ул. Твардовского, дом 8 с.1
оф.216
+7 (495) 649 6529
+7 (985) 992 1942
max@jami.ru
www.jami.ru