

SMS Media Solutions

РАБОТАЕМ В ВАШЕЙ СРЕДЕ



Среда подвижной связи (Mobile Media)

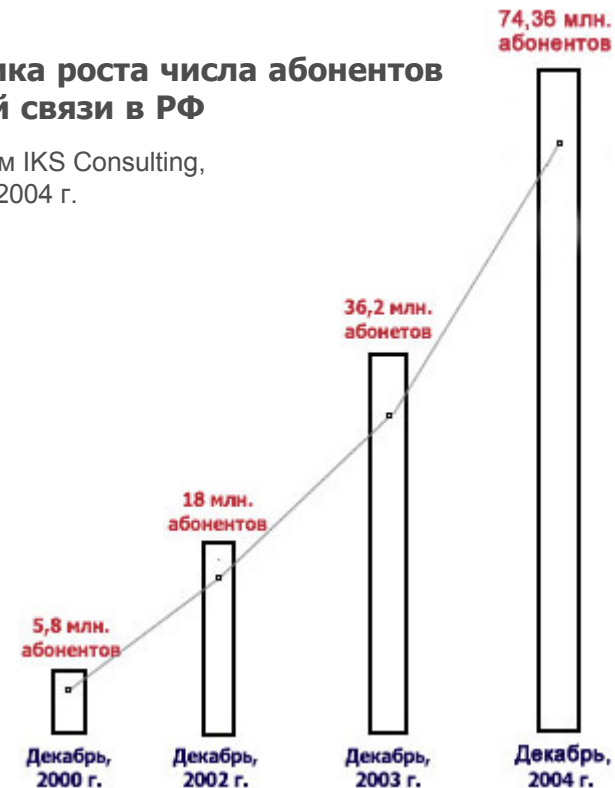
Аудитория мобильного маркетинга – аудитория новой, формирующейся быстрыми темпами, мобильной среды. В России – это **74,36 млн. владельцев сотовых телефонов**.

Уровень проникновения сотовой связи в России возрос до 51,2%. Всего с начала 2004 года число абонентов сотовой связи в России выросло на 37.91 млн. Известно, что 15 млн. москвичей и 5 млн. жителей Ст.-Петербурга, активно пользуются мобильной связью.

Около 95 % абонентов сотовой связи пользуются форматами связи, поддерживающими SMS, и могут принимать и отправлять SMS – около 70 млн. россиян.

Динамика роста числа абонентов сотовой связи в РФ

По данным IKS Consulting, Декабрь 2004 г.



Мобильная среда обладает большими **интеграционными возможностями** по сравнению с другими медиа благодаря физической компактности телефона и эмоциональной привлекательности его содержания.

Интерактивное пространство mobile media охватывает почти все сферы жизни и обусловлено наличием сотовой связи: улицы, дома, транспорт.

Приемы мобильного маркетинга базируются на использовании сервисов сотовой связи.

Большинство пользователей сотовой связи предпочитают SMS телефонным звонкам, с каждым днем популярность коротких сообщений растет.

Обусловлен этот рост, на наш взгляд, следующими факторами:

- дешевизна сообщения;
- физическая компактность (во времени и пространстве);
- необязательность мгновенной реакции;
- беззвучность sms-общения;
- относительная анонимность.

Сервис, долгое время существовавший как средство общения между парой абонентов, превращается в мощный инструмент бизнеса:

- возможность непосредственного общения с потенциальными потребителями;
- высокий уровень отклика 30-40%, что значительно превышает отклик от любого другого общения с потребителем.



1. Интерактивность

Возможность непосредственного общения с клиентами в любое время и в любом месте при помощи мобильных технологий обеспечивает эффективную двустороннюю связь потребителя с производителем. Это позволяет повысить продуктивность бизнеса с использованием новых эффективных методов общения.

Медиаинтерактивность

Особо значимой интерактивностью становится в работе теле и радиоканалов, где обратная связь становится обязательным требованием при создании передач нового формата. Интерактивность привлекает аудиторию как возможность проявить себя и принять участие в формировании эфира.

Интерактивный маркетинг

Позволяет использовать базы данных, собранные во время промоакций. При этом активно развиваются системы по взаимодействию с потребителями товаров. Имеется возможность сбора мнения потребителей в любой области: мнение о теме, индивидуальный вкус, отношение к рекламе.

Исследование аудитории

SMS позволит:

- установить мгновенную связь с целевой аудиторией и оперативное реагирование;
- с высоким процентом достичь нужной целевой аудитории;
- создать у владельца телефона ассоциацию личного общения.

2. Прибыль

Как показывает опыт последних лет, получать прибыль от использования мобильных технологий могут не только телекоммуникационные компании.

Отдельной статьей доходов телевизионных, рекламных и др. компаний становится использование возможностей мобильной среды. Все компании, использующие мобильный канал связи, могут на этом зарабатывать и смело считать себя прогрессивными и конкурентоспособными.

3. Популярность

Увеличение уровня знания марки и лояльности потребителей

Теперь рекламу выгодно размещать не только в традиционных СМИ. Мобильные технологии превышают эффективность всех средств рекламы, устанавливая личный контакт с вашими клиентами.

Использование SMS повышает значение интерактивности (обратной связи), вовлекая клиента в диалог и создавая за счёт этого предпосылки к увеличению популярности компании.

4. Информирование

Широкий охват абонентской базы позволяет максимально эффективно информировать потенциальных клиентов. Использование мобильных технологий дает гарантию, что информация будет доставлена адресатам.

Использование баз данных

Базы данных, собранные в течение sms-промоакций, позволяют адресно информировать потребителей о розыгрышах призов (электронных купонах), специальных программах в эфире, концертах, и т.д. Возможны тематические рассылки для абонента (программа передач, регулярные напоминания о началах программ и т.п.)

Экономика и география

Количество абонентов сотовой связи, которые принимают участие в sms-сервисах SMS Media Solutions, к концу 2004 года достигло 69, 624 млн. человек, что составляет 94, 2% от объема российского мобильного рынка*.

Из существующих 89 регионов России мы работаем с 86-ю, остальные находятся на стадии подключения и готовятся принять участие в sms-сервисах. Мы пристально следим за развитием возможностей операторов сотовой связи в удаленных регионах страны.



Статистические данные

69 624 000 абонентов активно участвуют в сервисах;

2 281 000 абонентов участвуют в тестовом режиме (стадия заключения договоров);

2 371 000 абонентов будут подключены в течение 1-2 месяцев по мере технической готовности операторов.

* Суммарное количество абонентов сотовой связи в РФ – 73,9 млн. чел.

Мощность оборудования – высокий трафик

Собственный высокопроизводительный sms-центр (SMSC) обладает высокой пропускной способностью и способен принять любую нагрузку. SMSC способен принять более 1000 сообщений в секунду. Наш опыт в обеспечении участия России в голосовании на конкурсе «Евровидение 2004» показал, что платформа работает стабильно и обладает высоким техническим потенциалом.

База коротких четырехзначных номеров

1. Для работы сервисов по всей России предоставляется единый короткий номер, что позволяет абоненту, не задумываясь о своем месте нахождения, принимать участие в sms-интерактиве.
2. Основой наших четырехзначных номеров является цифра 7, которая почти во всех культурах почитается как счастливая, короткий и эмоционально привлекательный номер легко запомнить и часто использовать.

Графическая станция - опыт синхронизации

Графическая станция является базовым компонентом работы с телеканалами. В системе с SMS-центром они обеспечивают основу интерактивности телевизионных программ. Получившаяся динамическая картинка на экране, в совместимом с форматом передач качестве, отображает данные SMS.

Широкий охват вещания – это задача синхронизации сигнала по часовым поясам. Возможности графической станции позволяют работать с пятью спутниковыми орбитами одновременно и обеспечивать выход сервисов в эфир по локальному времени.

Преимущества партнерства

Сотрудничество с нами позволит:

- в кратчайшие сроки создать sms-проект в интересующей области СМИ или рекламы;
- работать с широким кругом наших партнеров: ТВ-каналов, рекламных агентств, операторов сотовой связи;
- получить надежную поддержку сервиса и развивать его в соответствии с поставленными задачами;
- эффективно использовать рекламные возможности sms-сервисов.

Ориентированный подход – основной принцип нашей работы.

Каждый проект ориентирован на особую отрасль бизнеса. Идет строгий учет специфики области его реализации.

Собственная технология ведения проектов позволяет нам качественно реализовывать sms-сервисы любого уровня сложности: от долгосрочных sms-сопровождений передач на телевидении до компактных офлайн-рекламных акций.

Системный подход, который мы применяем к разработке наших проектов, проявляется в четкой структуре налаженных связей с бизнес-партнерами, отработанной схеме взаимодействия участников проекта.

SMS-TV

SMS-Радио

SMS-Интернет

SMS-Промо

Международное SMS-голосование на конкурсе песни «Евровидение 2004»

Сжатые сроки - высокая активность!

Голосование проводилось в финале конкурса 15 мая 2004 г.

Телевизионная трансляция конкурса длилась 4 часа, после нее состоялось 10-минутное голосование.

В результате обработки голосов были объявлены победители среди финалистов.

Кратковременность голосования и интенсивность - операторы сотовой связи испытывают технические трудности, SMS-центры не выдерживают суммарную нагрузку.

За 10 минут голосования нами был собран трафик эквивалентный более 100 тыс. голосов.



«Успех на «Евровидении» стал главным и значимым событием для Digame. Не потому что он был у нас первым, а потому, что удалось объединиться с более сотни телекоммуникационных партнеров по всей Европе и создать понятную и надежную общую систему телеголосования. Система обработала интенсивный синхронный поток телеголосов из 36 стран», - сообщает Вернер Клотш, управляющий директор компании Digame.





Международное SMS-голосование на конкурсе красоты «Мисс мира - 2004»

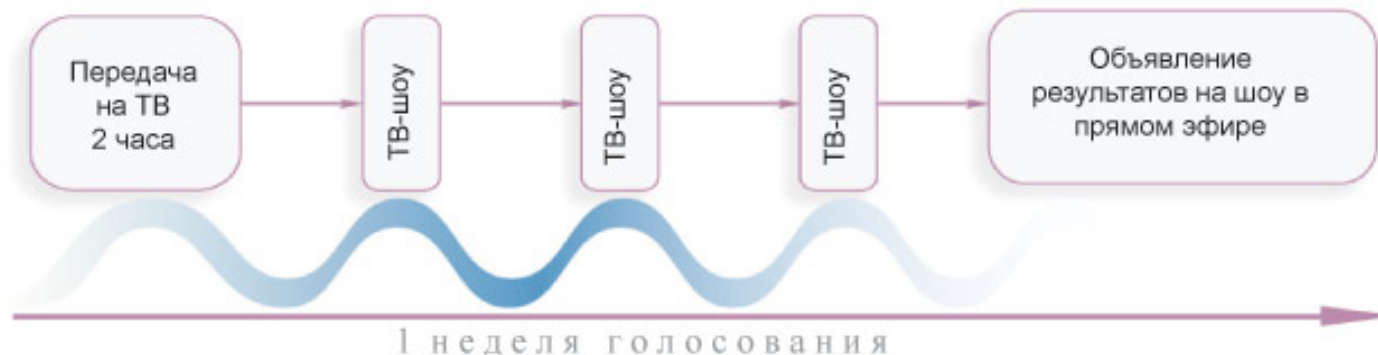
Голосование длится в течение недели, поток сообщений распределяется неравномерно и растянут во времени.

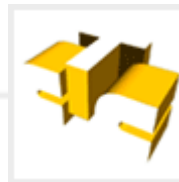
Интенсивность трафика поддерживается интересом к конкурсу.

Аудитория конкурса красоты «Мисс Мира», одного из популярнейших телевизионных событий в мире, составляет **2 млрд.** телезрителей. В случае реализации потенциала может считаться самым крупномасштабным голосованием на планете. Такой популярностью пользуются церемония открытия Олимпиады и финал Кубка мира FIFA.



Марк Роулэнд главный администратор компании «Ред Фиг»: «Мисс Мира» и интерактивность – отличное сочетание, которое выводит известный мировой бренд в новое измерение и позволяет расширить пределы интерактивного телевидения. Мы с удовольствием работаем с организацией «Мисс Мира» и компанией TWI в ожидании решающего испытания».





Первый российский развлекательный телеканал.

Потенциальная аудитория канала – 100,6 млн. человек.

SMS-интерактив в передаче «Спасите ремонт»

Шоу «Спасите, ремонт» на развлекательном канале СТС не только учит делать ремонт самостоятельно, но и развлекает телезрителей, ведь в роли ведущего – звезда О.С.П.-студии Сергей Белоголовцев.

SMS-голосование

При помощи голосования телезрители выбирают семью, которая примет участие в телешоу.

Строительная sms-викторина

Этот познавательный сервис основан на знании телезрителей предмета передачи. Накопительная система виртуальных баллов приводит зрителей к победе, победители награждаются призами.



SMS в шоу «Снимите это немедленно»

«Снимите это немедленно!» — это новое шоу на канале СТС, которое служит бескомпромиссным детектором безвкусицы и доказывает: каждая женщина может выглядеть РОСКОШНО, независимо от возраста, веса и уровня дохода!

SMS-интерактив

Пользуясь sms-сообщениями, телезрители имеют возможность участвовать в процессе выбора, выражая свое отношение к событиям, комментируя действия ведущих или присылая свои собственные советы. Самые интересные и оригинальные сообщения появляются в эфире.

SMS-интерактив в программе «Это любовь»

«Это любовь» - новый проект канала СТС. Программа для тех, кому безразличны такие слова, как любовь и дружба. Счастливый конец гарантирован.

Отображение sms-на экране

Телезрители, которым знакомы и безразличны чувства героев программы, отправляют sms-сообщения со словами сопереживания и поддержки. Самые оригинальные сообщения показывают в эфире.

SMS-знакомство

Зрители могут познакомиться с участниками передачи, прислав его имя и информацию о себе, все сообщения гарантированно передаются адресату.





Интерактивная база для телевизионных легенд, лидеров зрительских рейтингов

Дом 2

Долгосрочное sms-участие с разветвленной и постоянно обновляющейся системой сервисов – шоу длится около полугода, в его сервисах уже приняло участие свыше 400 тыс. абонентов. Шоу организовано в несколько сезонов, с каждым новым сезоном происходят обновления как логики передачи, так и интерактивных сервисов.

На данный момент в передаче реализовано 8 сервисов: sms-магазин, sms-сервис «Хочешь 5000 рублей», sms-иммунитет, сервис «Отправь им SMS», Фотографии на мобильный телефон, sms-чат, sms-викторина, sms-розыгрыш «Приз месяца»



Голод

Рейтинги передачи с первого же дня превысили все прогнозы. Высокая популярность среди зрителей была обусловлена радикальностью эксперимента, уникальностью обещанного приза, непредсказуемостью реакции людей и неожиданным развитием событий.

В программу интегрированы следующие SMS-сервисы: sms-голосование за спасение участника, sms-поддержка участника, sms-чат для поклонников программы, sms-игра «Голод».

SMS-игра «Голод» - первая на российском телевидении игра, содержательно привязанная к шоу. В ней телезрители могут преодолеть испытания, аналогичные тем, с которыми сталкиваются герои шоу, но не в реальных условиях, а посредством отправки SMS-сообщений.

12 негритят

Грандиозный приз и задумка продюсеров реалити-шоу «12 негритят» сделали шоу непростой задачей для его участников. Сложную логику передачи повторил ключевой sms-сервис в передаче «SMS-квест». Этот уникальный жанр с его сложной логикой был внедрен впервые.

SMS-игра «12 негритят» представляет собой SMS-вариант реалити-шоу, это 12 этапов - полноценных SMS-квестов, путь к победе, полный приключений и насыщенный разнообразными ситуациями с несколькими вариантами действия.





«Времечко» на ТВЦ

Программа народных новостей «Времечко» более 8 лет выходит в прямом эфире и основана на постоянной связи со зрителем. Передача насыщена интерактивными акциями.

«Времечко» приобрело свой круг зрителей, интересующихся актуальными социокультурными вопросами. Аудитория шоу – активные граждане среднего возраста.

Программа имеет региональное значение и транслируется на местных телеканалах в Саратове, Костроме, Екатеринбурге, Великом Новгороде, Кирове, Мурманске, Сургуте, Челябинске.

Формат передачи – ежедневный и прямой эфир – требует от нас быстроты реакции на смену логики sms-сервисов программы. Оперативность – главное для новостей.

SMS-TV: телеканал «ДТВ-Viasat»



SMS-поздравления на телеканале ДТВ-Viasat

В Новый год, День святого Валентина и другие праздничные дни телезрителям канала ДТВ-Viasat предоставляется возможность поздравить своих друзей и близких в эфире. Для этого необходимо отправить sms-поздравление на номер, указанный на экране. С утра и до поздней ночи в программах канала размещается строка с поздравлениями, обновляемая в режиме реального времени.

В г. Томск телезрители поздравляют друг-друга ежедневно с 19.30 до 20.00 по местному времени.

Передача «Счастливая тележка» — полностью авторский проект SMS-TV

Первая интерактивная телевизионная игра «Счастливая тележка»

Передача «Счастливая тележка» - полностью авторский проект SMS-TV – не имеет аналогов на российском и зарубежном телерынках. В основу программы заложен интерактив, она построена на уникальной sms-логике «больше-меньше». Проект SMS-TV создает передачу самостоятельно: съемки, интерактив, менеджмент и т.д. «Счастливая тележка» обещает выйти на международный уровень – к передаче проявляют интерес зарубежные медиа партнеры.

Привлекательная творческая составляющая программы подкреплена ее коммерческими возможностями: спонсорство, product placement, интерактив.



SMS-TV – партнер первого в России интерактивного музыкального телеканала

Сервисы на интерактивном телеканале Music Box

SMS-TV – партнер первого в России интерактивного музыкального спутникового круглосуточного телеканала. Российский телеканал является частью международной интерактивной телевизионной сети Music Box. Формат канала Music Box - музыка для самых молодых среди состоявшихся людей (25-45 лет). В банке данных международной телесети содержатся более 20 тысяч музыкальных видеоклипов, выпущенных ведущими мировыми брендами шоу-бизнеса.

Music Box – это новый принцип наполнения музыкального канала и управления им: зритель при помощи SMS-сообщений сам выбирает для просмотра именно те клипы, которые ему нравятся.

Для управление телеэфиром на канале реализованы сервисы:

- sms-каталог;
- sms-голосование за видеоклип;
- sms-сообщения личного характера.

SMS-TV: «Московия», «Русский Иллюзион»

SMS-TV активно сотрудничает с молодыми и развивающимися телеканалами

«Встреча со звездой» на телеканале «Московия»

В короткометражных роликах звезды шоу-бизнеса приглашают телезрителей на встречу. Это может быть приглашение на VIP-концерт, приглашение домой или на встречу после концерта. Каждый телезритель имеет возможность осуществить давнюю мечту, приняв участие в sms-игре.

За время работы sms-сервиса были организованы встречи поклонников с Надеждой Бабкиной, группами «Премьер-министр» и «На-На», Евгением Осиним, Аленой Свиридовой, Катей Лель.



SMS-викторина на телеканале «Русский Иллюзион»

Телеканал «Русский Иллюзион» начал свое вещание летом, география его вещания увеличилась с тех пор до 84 городов СНГ. В октябре канал включает в свой эфир интерактивный блок, sms-игру «Кадротека».

Каждый день канал предлагает новый вопрос для участников игры и проводит розыгрыш призов среди наиболее активных участников. Победителям игры вручаются призы.

Путем включения интерактива формируется привлекательный образ телеканала, формируется и расширяется постоянная аудитория.

Активное использование sms-сервиса в эфире передач стало одной из причин роста популярности в Европе многих радиокompаний. На сегодняшний день множество шоу используют SMS как одно из средств взаимодействия с аудиторией, которое способствует к тому же росту доходов.

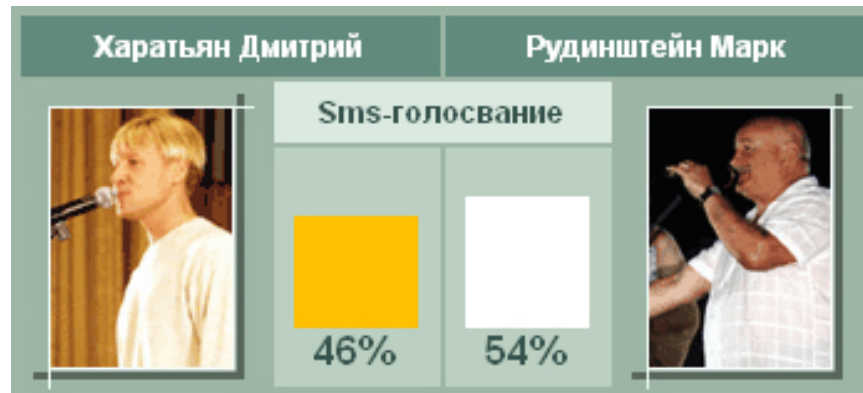
Внедрение sms-технологии выгодно по следующим показателям:

- дополнительная прибыль от sms-трафика;
- общая аудитория охвата;
- удержание аудитории на радиоволне;
- возможность создания баз данных для тематических рассылок;
- возможность исследования аудитории;
- удержание рекламодателя на радиочастоте – предпосылка к увеличению рекламного бюджета.



SMS-голосование на радио «Шансон»

Программа, выходящая в эфире Радио «Шансон» на частоте 103,0 FM уже в течение 3 лет, представляет собой музыкальный поединок двух исполнителей. Победителя дуэли теперь выбирает «народное жюри Радио Шансон». Мнение народного жюри формируется голосованием (в частности, при помощи sms-сообщений) радиослушателей во время программы. Слушатели пишут sms-сообщения с пожеланиями участникам программы, самые интересные послания зачитываются в прямом эфире.



SMS-ИНТЕРНЕТ – интеграция sms-интерактива в интернет-проекты. SMS-интерактив дополняет интернет-возможности, позволяя пользователям быть более мобильными. Участие в такого рода акциях не привязывает пользователей к компьютеру, позволяет принимать участие в них в режиме «офлайн», одновременно удерживая аудиторию сайта.

Массовые мероприятия

В рамках сотрудничества с интернет-порталами организуются массовые мероприятия, которые могут носить как развлекательный, так и образовательный характер.

Преимущества:

- создание резервного денежного фонда на развитие интернет-ресурса;
- формирование призового фонда, которым можно заинтересовать пользователей

SMS-деньги

Возможность удаленной оплаты доступа к коммерческим услугам сайта.

SMS-олимпиада по русскому языку

[Грамота.Ру](http://Gramota.Ru)

«SMS-Интернет» обеспечил интерактивную платформу первой в мире sms-олимпиаде по русскому языку.

Организатором Олимпиады выступил справочно-информационный портал при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям.

Цель мероприятия— привлечь внимание пользователей мобильной связи к родному языку, призвать говорить по-русски правильно..В олимпиаде приняло участие свыше 2932 посетителя портала.

SMS-голосование в конкурсе «Мисс Работа 2004»

Работа.Ру

Впервые на конкурсе организовано sms-голосование, сформировавшее свой особый рейтинг участниц. Совмещение возможностей SMS и Интернета позволило расширить аудиторию конкурса за счет абонентов сотовой связи, разнообразить формы представленного интерактива.

SMS-ПРОМО: Miller, MasterCard

SMS-Промо – внедрение sms-интерактива в рекламу марки. Новый технологичный подход к рекламе предусматривает активное использование элементов интерактива. Мобильный интерактив удобен и эффективен, так как телефон – постоянный спутник представителя нашей аудитории.

Уже на рекламной стадии, еще не общавшись непосредственно с рекламируемым продуктом, человек получает привлекательный результат, будь то приз, удовлетворение любопытства или моральное удовлетворение.

Высокий отклик аудитории на проведенные промоакции еще раз подтверждает эффективность sms-интерактива.



Развитие sms-интерактива в рекламе Miller

Несколько последовательно организованных акций Miller за период с февраля по ноябрь 2004 г.

Первый этап «Miller Music Tour 2004»

Покупая пиво, участники получают уникальный код. Победителем становится отправивший наибольшее число кодов. Приз - поездка в США на двоих на 6 дней.

Второй этап «50 лет в одном ритме».

Акция посвящена 50-летию юбилею создания легендарной гитары Fender Stratocaster.

Покупая пиво в клубах-участниках акции, участники находят промоярлыки с уникальными кодами и отправляют их для участия в акции. Затем голосуют за музыкальные коллективы, самые активные – попадают на Jam Session Miller Fender Fest, где разыгрывают поездку на Jam Session в Лондон или Дублин.

Третий этап «Твой клубный маршрут» ММТ 2005

При помощи SMS участники узнают адреса магазинов и клубов - партнеров акции. Далее, следуя логике мероприятия, они выигрывают призы, проходят отборочные туры, в результате попадая на Pre Party «Москва - Питер». Только четверо отправляются в музыкальный тур в США.

MasterCard

Исследование клиентской аудитории

В рамках кампании Mastercard было организовано 2 sms-акции: «MasterCard Euro 2004» и «В отпуск на Занзибар с MasterCard». Участники акции расплачиваются за покупки при помощи своих карт MasterCard и Maestro и присылают информацию о покупке в sms-сообщениях.

Победитель, зарегистрировавший наибольшее количество покупок, отправляется в поездку за границу.

В результате кампании была собрана необходимая информация о приоритетах владельцев карт, географии проживания и возрастной категории.

По опыту проведения первой акции логика последующей кампании была усовершенствована, что говорит о широких возможностях адаптации проводимых sms-сервисов.



Спорт и искусство: подвижность мобильной среды

SMS-голосование «Составь свою сборную». Кубок Ростелекома по футболу

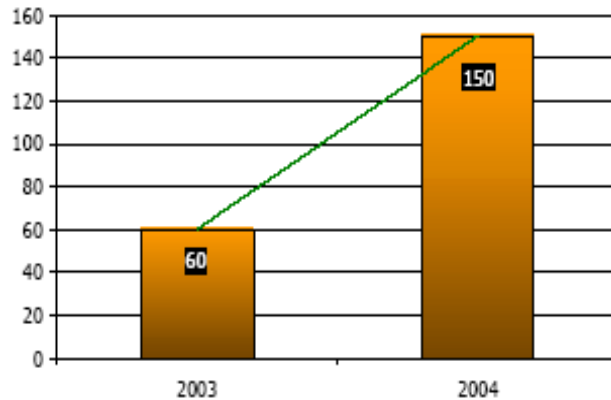
2-го июня на московском стадионе «Локомотив» состоялся футбольный Матч всех звезд на кубок Ростелекома между национальной сборной России и сборной легионеров Российской футбольной премьер-лиги, посвященный 100-летию ФИФА и 50-летию УЕФА. Сборная легионеров была сформирована болельщиками с помощью телефонного и SMS-голосования. Матч завершился со счетом 3:1 в пользу национальной команды России. Десять наиболее активных участников голосования получили приз – футболку сборной РФ по футболу. Во время матча на стадионе среди болельщиков был разыгран главный приз – поездка на Чемпионат Европы по футболу в Португалии. Подробности матча читайте на сайте компании Ростелеком.

SMS-голосование на Грушинском фестивале в Самаре

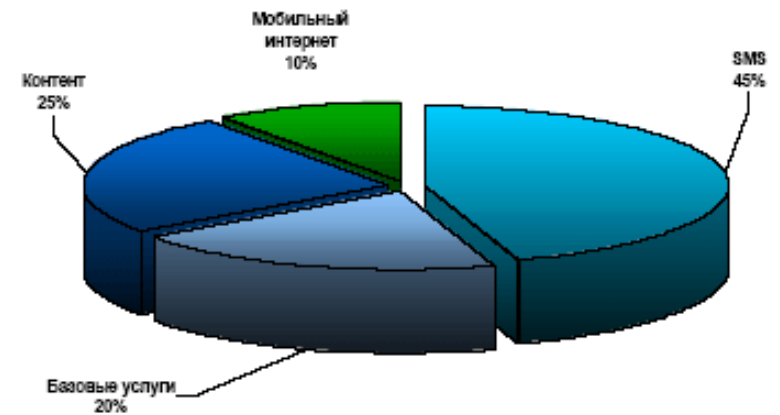
Ежегодно, начиная с 1968 года, на территории Самарской области проходят фестивали авторской песни имени Валерия Грушина. В 2004 году компания «Ростелеком» совместно с компанией «СМС Медиа Солюшн» стали организаторами телефонного и SMS-голосования для зрителей, приехавших в Самарскую область на фестиваль и наблюдавших за событиями с помощью телеканала НТВ-Плюс. Количество телефонных и SMS-голосов, поданных от одного абонента за участников фестиваля, не было ограничено.

Обзор рынка дополнительных услуг сотовой связи

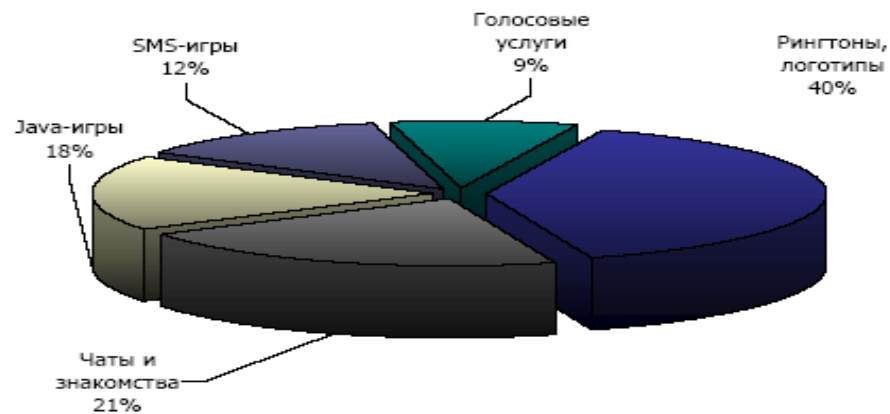
Рост доли VAS в России, ARPU 14\$



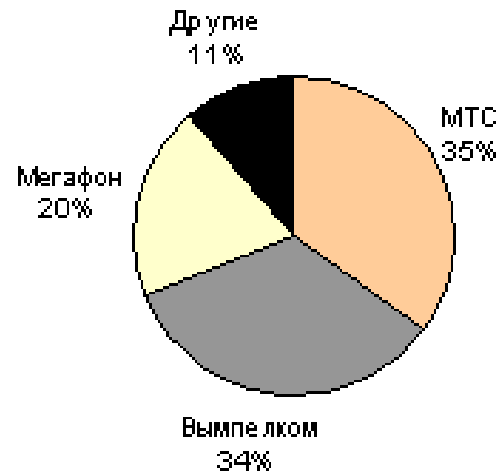
Распределение дополнительных услуг в России



Российский рынок мобильного контента



Соотношение участия операторов на российском рынке сотовой связи на 31 октября 2004 г.



По данным J'son & Partners, сентябрь 2004

Современные форматы и технологии передачи информации в сетях сотовой связи

- текстовая информация (SMS),
- голосовая информация (iVR, например),
- графическая информация (EMS, SmartMessaging),
- фото и видеоинформация (MMS),
- технологии, позволяющие реализовывать неголосовые интерактивные коммуникации (Java, WAP).

ЗАО «СМС Медиа Солюшнс»

Адрес: 107078, г. Москва, Б. Харитоньевский пер., 21/6, стр. 1

Тел./факс: (095) 788-62-20

Web: <http://www.sms-tv.ru>

E-mail: sms@sms-tv.ru