

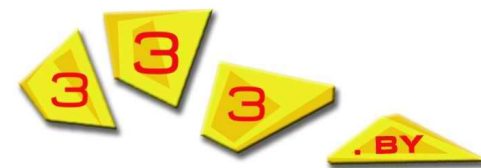


# Мобильный маркетинг: от теории к практике

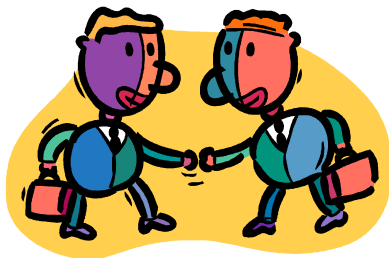
Минск Сентябрь – 2005г. Первый мобильный конгресс:  
"Мобильная связь: тенденции и перспективы развития в Республике Беларусь"



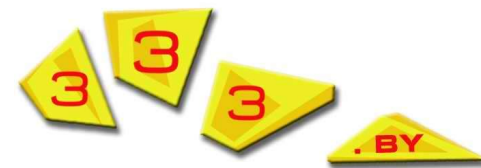
## Кто мы



- Мы – первый белорусский агрегатор, сервис- и контент-провайдер услуг для абонентов мобильной связи
- Мы разрабатываем и предоставляем мобильные сервисы с мая 2002 года
- Предлагаемые нами решения, сервисы и их контент востребованы
- У нас есть подготовленный штат высококвалифицированных специалистов
- Мы обладаем современной технической базой
- Мы обладаем гибким ПО, позволяющим вводить и поддерживать различного рода VAS-сервисы на базе технологий SMS, MMS, IVR, USSD, WAP, BREW



## Кто мы



- Мы **единственный** провайдер, сотрудничающий с **тремя** операторами мобильной связи в РБ

– СП ООО «МЦС» торговая марка – **VELCOM**  
GSM

– СООО «МТС» торговая марка – **MTC**  
GSM

– ООО СП «БелСел» торговая марка – **diallog**  
cdma



# Сервисы компании



SMS-ИНФО



MMS-ИНФО



SMS-Голосования



SMS-Викторины

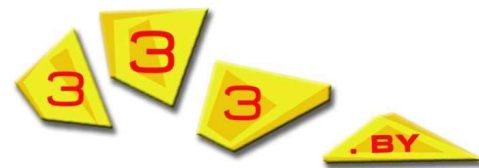


ИнформБюро (IVR-Сервис)





# Сервисы компании



Логотипы, мелодии и авторские открытки



Цветные картинки, анимация



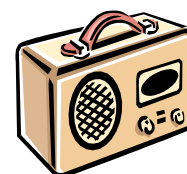
Полифония, REMIXы, SuperТоны



Java-Игры, Темы

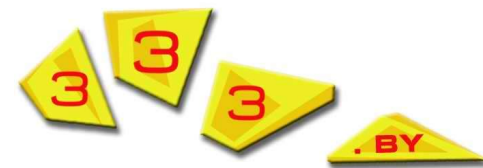


Теле- и радио-проекты



Социальные проекты

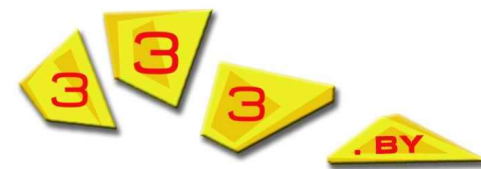
# Мобильный маркетинг: ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ



- Слово "мобильный" по отношению к маркетингу, прежде всего, значит "подвижный", "оперативный". А умение увидеть движение рынка и определяет успех
- Мобильный маркетинг - технологии сверхоперативного использования рыночных возможностей на конкурентных рынках (создание ажиотажного спроса, повышенного внимания к определенному продукту)
- SMS-маркетинг – комплекс мероприятий стимулирующих продажи с помощью технологии SMS
- Появление новых технологий: MMS, IVR, WAP и т.п.
- Мобильный маркетинг - интерактивный маркетинговый инструмент, маркетинговые коммуникации, в реализации которых задействован мобильный телефон



# Решаемые задачи



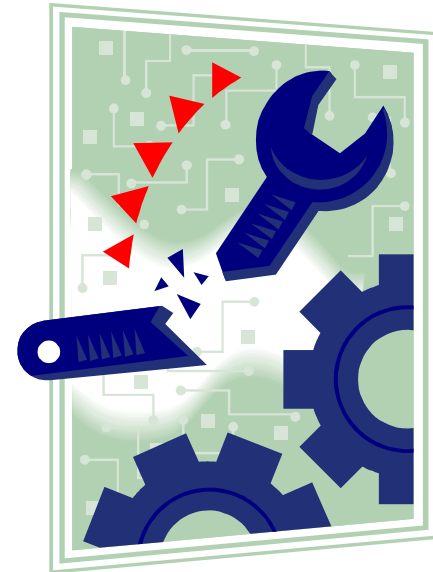
- Маркетинговые задачи, которые можно решать с использованием мобильных технологий:
  - Продвижение продуктов и услуг (интерактивная реклама на ТВ, радио, прессе и т.п.), поддержка основной рекламной кампании
  - Стимулирование продаж
  - Коммуникация с целевыми группами, организация обратной связи (получение маркетинговой информации и характеристик эффективности различных рекламных каналов (сбор маркетинговой статистики))
  - Поддержка клиентов, создание сообществ потребителей (community), усиление лояльности, поддержка бренда
  - Осуществление продаж (m-commerce)
  - Новые услуги, новые рынки



# Применяемые мобильные технологии



- SMS (Short Message Service)
- STK (Sim Tool Kit)
- WAP (Wireless Application Protocol)
- Мелодии / Картинки / Темы и т.п.
- MMS (Multimedia Messaging System)
- IVR (Interactive Voice Response)
- PRBT (Personal Ring Back Tone)
- BREW (Binary Runtime Environment for Wireless)
- LBS (Local Base System)
- USSD (Unstructured Supplementary Service Data)
- Cell Broad Cast





# Отличительные черты мобильного маркетинга



- **Product:**

Наделяет продукт принципиально новыми свойствами

- **Price:**

Позволяет реализовать оригинальные программы скидок, купонов и бонусов

- **Place:**

Оповещает о ближайших точках продаж, «заманивает» проходящих рядом потенциальных покупателей

- **Promotion:**

Предоставляет целый арсенал мобильных маркетинговых коммуникаций

- **People:**

Формирует «горячие» базы клиентов с подтвержденной покупательной способностью; осуществляет поддержку продавцов; создает виртуальные сообщества

Основное достоинство мобильного маркетинга - он легко и непринужденно интегрируется в традиционную рекламную кампанию. Он дружелюбен по отношению к остальным медиа: не конкурирует с ними за рекламный бюджет, а ненавязчиво расширяет их рекламные и медийные возможности

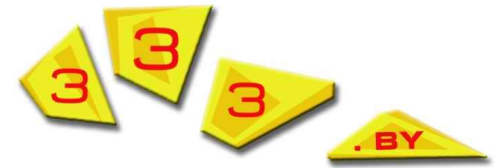
# Классификация мобильного маркетинга



- Маркетинговые промо-акции
- BTL-мероприятия
- Интерактивные рекламные маркетинговые мероприятия - игры, конкурсы, тесты, викторины
- Информационная поддержка потребителей
- Обратная связь с потребителем (рейтинги продуктов, свойства продукта, удовлетворенность продуктом и т.д.)
- SMS/MMS/IVR/WAP и т.д. – шлюзы
- Благотворительные акции



# Промо-акции



- Маркетинговые цели: стимулирование продаж, имиджевая реклама, повышение лояльности.  
Характеристика мобильных акций:
  - Оригинальность
  - Краткосрочность (как правило, разрабатываются и проводятся не более чем за 10 дней)
  - Направленность на возникновение эффекта «сарафанного радио» (распространение четко разработанного мобильного сообщения в среде целевых потребителей)
  - Стимулирование немедленной покупки



# ВТL-мероприятия



- ВТL-мероприятия (концерты, спортивные мероприятия и т.п.):
  - Игры с аудиторией
  - Голосования
  - Участие в событии и самовыражение (экраны)
  - Заказ контента, связанного с событием
  - SMS/MMS-чат

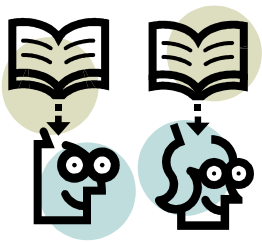




# Игры, конкурсы, тесты, викторины



- Рекламно-маркетинговые акции с использованием игр, конкурсов и викторин - это наиболее заметная часть мобильного маркетинга:
  - SMS/MMS/IVR и т.д. - игры активно упоминаются в СМИ
  - О них стараются донести информацию сами заказчики по каналам сбыта своих товаров и услуг
  - Дополнительная реклама
  - Формирование и поддержка имиджа компании, как компании, использующей передовые технологии в работе с клиентами
  - Инициация процессов "вирусного маркетинга" (инициация распространения положительных отзывов о компании среди окружения игроков-участников акции)
  - Формирование базы пользователей для последующего обращения с помощью SMS



# Информационная поддержка потребителей

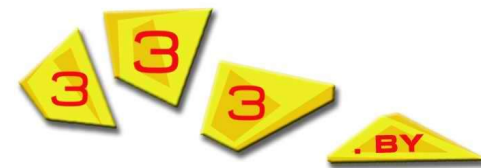


- Информационная поддержка потребителей предоставляет мгновенную связь с целевой аудиторией, а также возможность мгновенного реагирования для целевой аудитории.

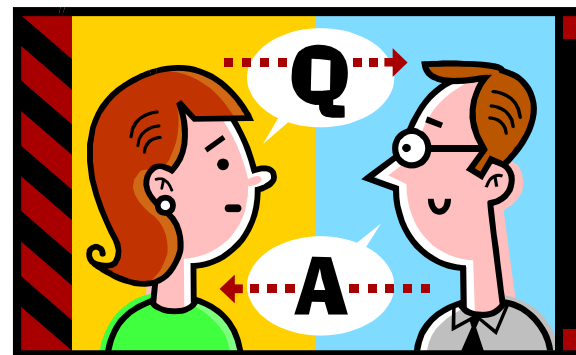
Составные части:

- SMS (MMS, IVR, WAP) - info center — предоставьте Вашим клиентам информацию о новой продукции, услугах, акциях непосредственно на мобильный телефон клиента в наиболее подходящее время
- SMS (MMS, IVR) – взаимодействие — воспользуйтесь интерактивным каналом для общения с клиентами на базе SMS (MMS, IVR) - диалога для лучшего понимания пожеланий, предпочтений и поведения клиента
- SMS (MMS, IVR) - брендинг — Используйте SMS (MMS, IVR) - контент — мелодии для звонков и логотипы для большего узнавания имени Вашей компании среди целевой аудитории

# Обратная связь с потребителем



- Маркетинговые опросы целевой группы – один из наиболее важных интерактивных форматов взаимодействия с аудиторией:
  - Выявление потребительских предпочтений
  - Анкетирование
  - Выявление отношения к бренду, его оценки
  - Информирование о потреблении
  - Формирование БД
  - «Книга жалоб и предложений»
  - Интерактивное размещение заказов



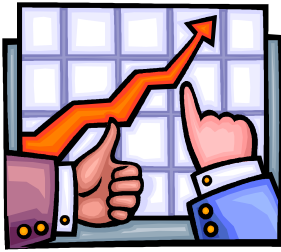
# Шлюзы



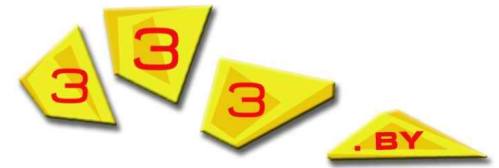
- Шлюзы:
  - Корпоративные SMS-шлюзы – организация мобильного доступа сотрудников компании к корпоративной информации
  - SMS - Banking
  - SMS + служебная информация







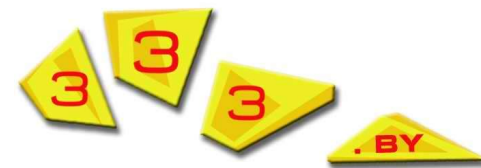
# Эффективность мобильного маркетинга



- Мобильный маркетинг - та редкая технология, которая позволяет достаточно точно измерять эффективность ее использования:
  - Эффективность мобильного маркетинга на 50% выше чем продвижение продукта посредством ТВ, и на 130% выше чем на радио
  - Границы эффективности мобильного маркетинга – отклик составляет 8-45% (в России от 5% до 20%)
  - Стоимость рекламной кампании в России с привлечением инструментов мобильного маркетинга варьируется в диапазоне от 10 до 200 тыс. долларов
  - Общемировые обороты мобильного маркетинга в 2006г. составят 12 млрд. долларов (в России 10-15 млн. долларов)

информация взята с аналитических сайтов

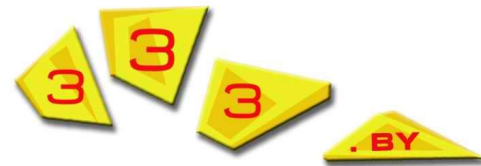
# Участники рынка мобильного маркетинга



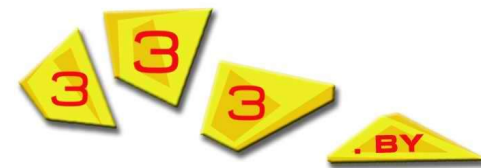
- **Контент** - медиаэлементы и информация (картинки, музыкальные файлы, текстовая информация (SMS, MMS, IVR, WAP-страницы и т.п.)), информация о местоположении, видеоролики, видеопоток, речевые сообщения. У контента всегда есть правообладатель.
- **Контент-провайдер** - компания или частное лицо - правообладатель какого-либо контента.
- **Сервис-провайдер** - компания, предоставляющая услуги абонентам мобильной связи через оператора мобильной связи, либо через агрегатора. Зачастую это понятие считают тождественным понятию контент-провайдер.
- **Программа медиартнерства** - схема работы контент-провайдера и рекламной площадки, подразумевающее получение рекламной площадкой части дохода контент-провайдера, пропорционально объему продаж, состоявшихся благодаря использованию данной площадки.
- **Провайдеры бренда** - физическое или юридическое лицо, являющееся обладателем бренда. Бренды гораздо проще продвигать на рынок контента, поскольку значительно выше их распознаваемость для конечных потребителей - для абонентов.
- **Правообладатель** - физическое или юридическое лицо, являющееся обладателем прав на тот или иной контент, например, на музыкальную композицию.
- **Пираты** - юридические или физические лица, нарушающие права правообладателей в процессе реализации за деньги или бесплатного (условно-бесплатного) предоставления желающим доступа к контенту, не получив соответствующего разрешения на пользование (переработку) от правообладателей.

информация взята с сайта [www.mforum.ru](http://www.mforum.ru)

# Взаимодействие участников рынка мобильного маркетинга



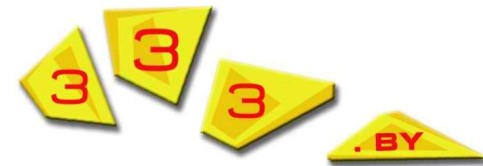
# Новый участник рынка мобильного маркетинга: агрегатор



- **Агрегатор** - компания, занимающаяся установлением множественных договорных отношений с отдельными участниками рынка мобильного маркетинга (контент- и сервис-провайдерами, медиа-каналами, операторами, правообладателями, провайдерами брендов, рекламными агентствами и т.п.) для упрощения и ускорения процессов взаимодействия и расчетов между участниками рынка мобильного маркетинга.

**STREAMLINE® = АГРЕГАТОР**

# Новый участник рынка мобильного маркетинга: агрегатор



Медиа-партнеры (рекламные площадки, медиа-провайдеры)



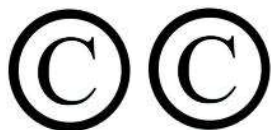
Провайдер бренда



Сервис-провайдеры

**STREAMLINE**

Агрегатор



Правообладатели

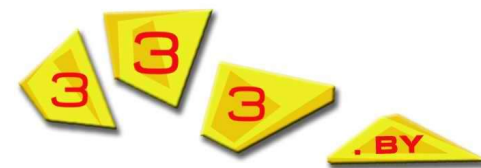


Контент-провайдеры

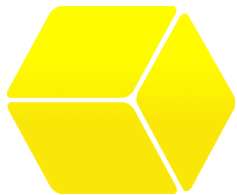




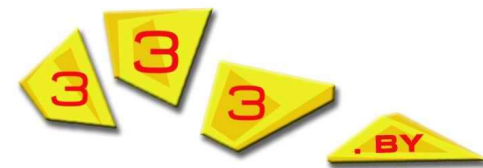
## Выгоды работы с агрегатором



- Для сервис и контент-провайдеров (любых других участников рынка мобильного маркетинга):
  - Быстрый старт:
    - выход на **ВСЕХ** операторов
    - программа медиапартнерства
    - готовое техническое решение
    - собственный контент / лицензированный контент
    - сервисные номера
    - консультирование
    - сбор и анализ всевозможных статистических данных
  - Решение юридических вопросов
  - Минимум финансовых рисков
  - Скорый возврат инвестиций
  - Техническая поддержка 24x7



# Выгоды работы с агрегатором



- Для оператора:
  - Экономит технические ресурсы и время на подключение множества мелких контент и сервис-провайдеров
  - Оптимизирует организационную работу (договора, взаиморасчеты, контроль за качеством услуг)
  - Защищает оператора от взаимодействия с новыми, не всегда компетентными, поставщиками услуг
  - Предоставляет новым провайдерам набор готовых и обкатанных инструментов для организации услуг
  - Непрерывный ввод новых услуг
  - Повышение ARPU



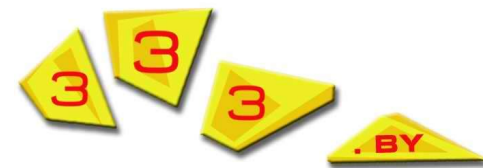
## Выгоды работы с агрегатором



- Для правообладателей:
  - Гарантированные лицензионные отчисления
  - Вытеснение пиратского контента
  - Оптимизация организационной работы (договора, взаиморасчеты, контроль)



# Проекты с участием контент-провайдеров



- Новости и обзоры рынка мобильной связи
- Новостная лента, программа передач
- Прогноз погоды
- Информация о курсах валют, индексах и т.д.



Агентство Владимира Грезцова  
информационно • издательская компания

# Проекты с участием сервис-провайдеров



- Возможность заказа контента (логотипы, мелодии, Java-игры, и т.п.) из ведущих российских журналов:

- Russian Mobile
- Russian Digital
- Rolling Stone
- Pro Телефон
- Риалити-шоу ДОМ-2
- 5 Колесо

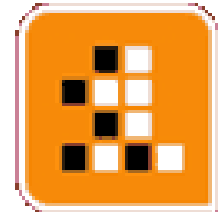




# Телевизионные проекты

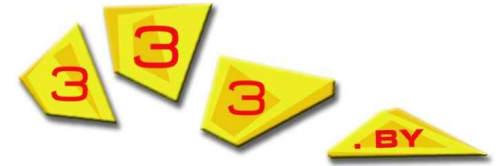


- Возможность заказа моно- и полифонических мелодий в эфире «Первого Музыкального» телеканала
- Возможность заказа моно- и полифонических мелодий в эфире кабельного телевидения «Космос ТВ»





# Телевизионные проекты

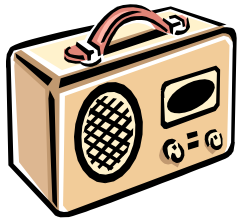


- SMS-Голосование в проекте «Хит-момент» на телеканале «СТВ»



- SMS-Голосование в проекте «Звездный Дилижанс» на телеканалах «СТВ» и «Россия»

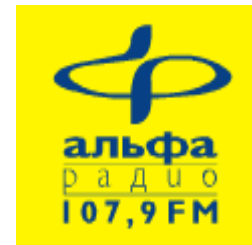




# Радио проекты



- Интерактивный SMS-формат для слушателей «Альфа Радио»:
  - Заказ песен
  - Поздравления
  - Голосования
  - SMS-chat
- Интерактивный SMS-формат для слушателей «Радио МИР»:
  - Заказ песен
  - Поздравления
  - Голосования
  - SMS-chat





# Социальные проекты



- Молодежный проект «Раби. Сябе. Сам.-2: ЭКШН!»:
  - Информационно-техническая поддержка
  - Организационная поддержка
  - SMS-голосование

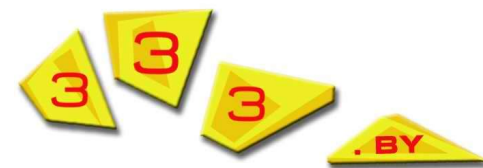


# SMS-трансляции, голосования, партнерство

- SMS-голосование на конкурсе «Мисс LG Беларусь 2004»
- Действующая на постоянной основе интеллектуальная SMS-Викторина
- Организация SMS-трансляций

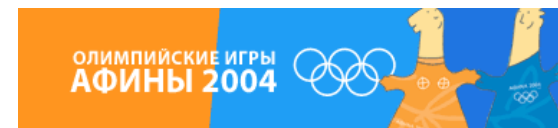
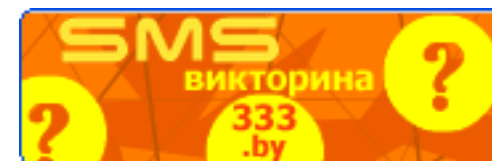


- SMS-голосование за лучшего DJ на празднике города в Бресте (Июль 2005г.)
- Действующая программа медиапартнерства на коротком номере 3355



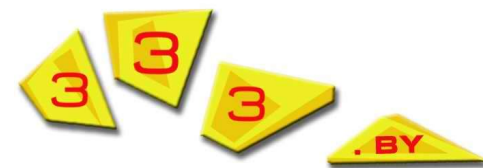
Мисс LG 2004  
Беларусь.

Финал конкурса 11 сентября 2004





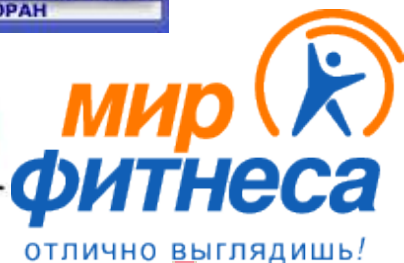
# Информационные проекты



- Актуальная информация о местах отдыха и развлечений (клубы, рестораны, бары, спорткомплексы, салоны красоты, туристические фирмы, специализированные магазины и т.д.) в г. Минске и областных центрах (более 1000 мест)



IL Патико



Планета суши



Испанский уголок



Мока-лока



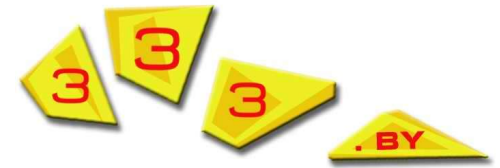
Печки лавочки



Ростик'с



# Наши партнеры



Агентство Владимира Гревцова  
информационно + издательская компания



радио "Мир 107.1"  
самое мирное радио



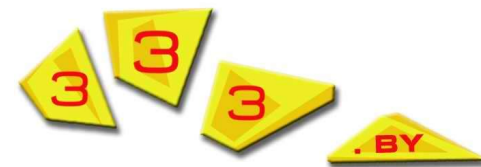
телевидение для всей семьи



МОБИЛЬНЫЙ МИР Из рук в руки

АЙЧИНА.com  
Провайдер Интернет Услуг

## Присоединяйтесь ... ;-)



# СПАСИБО

**Евтеев Владислав**  
**Заместитель директора**  
**ООО «Стримлайн»**  
**Тел./факс: +375 17 234-59-88**  
**Моб +375 29 625-0-625**  
**E-mail: [vlad\\_e@333.by](mailto:vlad_e@333.by)**