

# Как сделать мобильный контент продаваемым?

Виталий Козлов  
НИКИТА  
Июнь 2006



# Тезисы



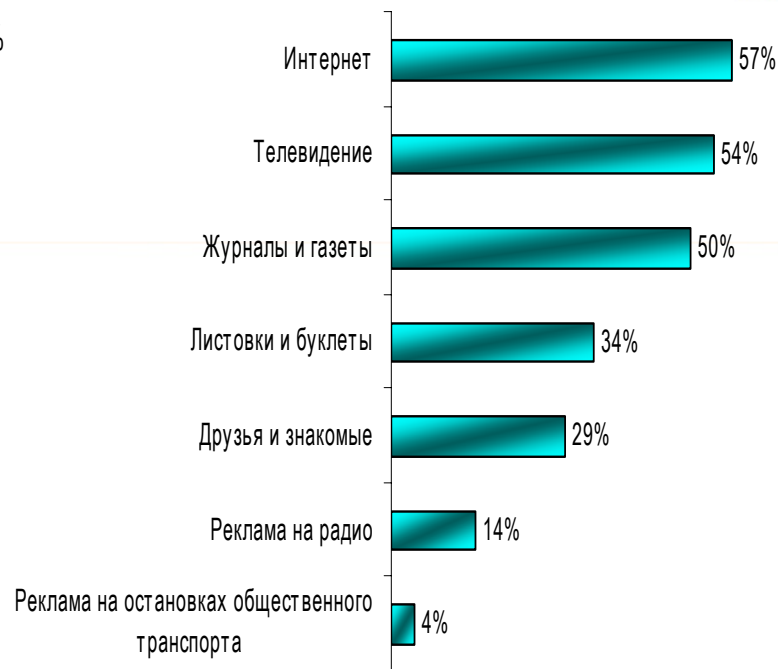
- Ситуация на Российском контент-рынке –стайный эффект/клонирование в действии
- Ситуация на западном контент-рынке – торжество брендов
- Как делают контент продаваемым в компании «НИКИТА»
- Рекламная политика российских контент-провайдеров: вчера, сегодня, завтра

# Аудитория: предпочтения к источникам информации



## МОСКВА

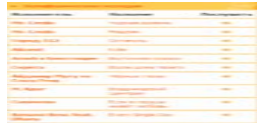
В Москве большинство респондентов получают информацию из телевидения (80%) и прессы (78%)



## САМАРА

Для респондентов Самары основной источник – Интернет (57%). Телевидение и пресса лишь на втором и третьем местах

# Как продают в России? Каждый за себя...



- **Таблицы:**
  - Контент – код  
(таблицы с музыкой)



- **WAP кошелек:**
  - Качай «бесплатно», или «почти даром»



- **IVR – голосовой портал:**
  - Послушай, проверь качество, затем скачивай
- **Прямая продажа с WAP портала:**
  - Заходи на WAP и качай без SMS



# ХИТОВЫЙ КОНТЕНТ – ОДИН НА ВСЕХ

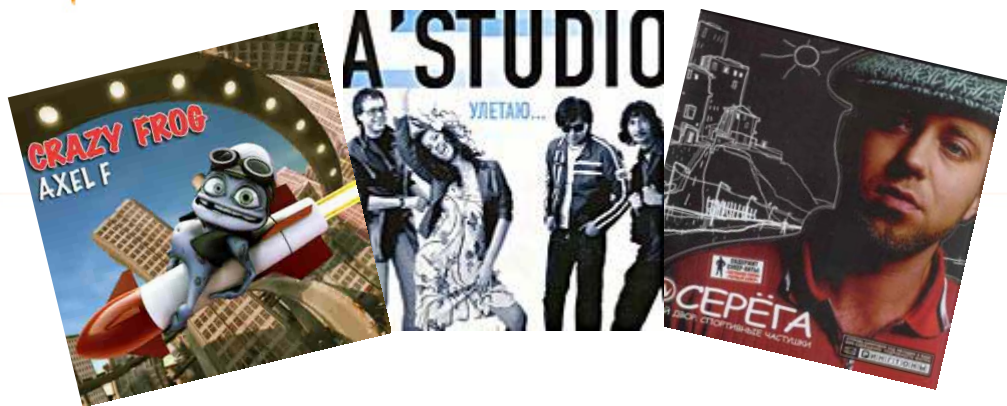
## ТОП 3

### Музыка

Сергеа – Черный бумер  
Crazy Frog – Axel F  
А Студио – Улетаю

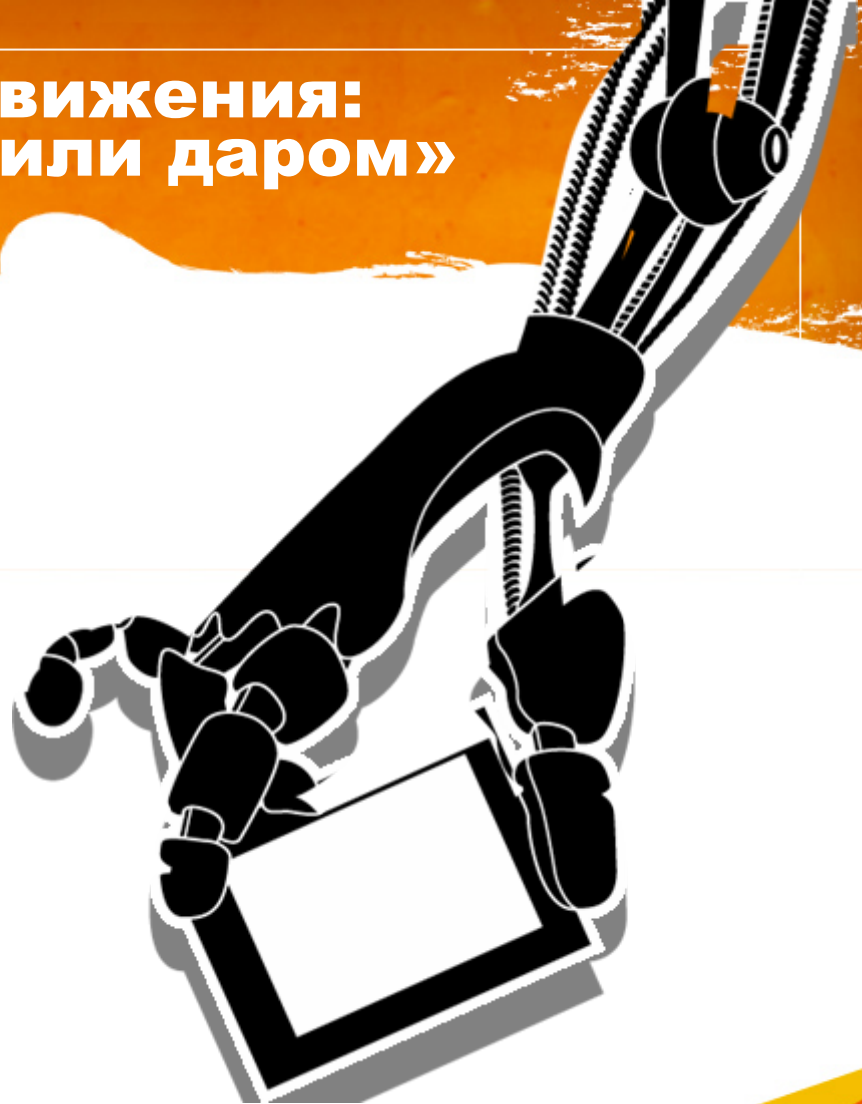
### Java Игры

Ледниковый период 2  
KING KONG  
Splinter Cell



# Слоганы продвижения: «У нас дешевле или даром»

- **Бесплатно:**  
Закачай картинки и мелодии бесплатно
- **Дешево:**  
Отправь SMS и закачай все по 0,05\$
- **Много:**  
Отправь SMS и скачай: 1000 мелодий, картинок, JAVA игр
- **Через WAP:**  
Не отправляй дорогие SMS, заходи на WAP



# IVR – слушаем за деньги

Декларируемые преимущества в рекламе:

- **Проверка качества:**  
Можно послушать качество звонка
- **Простота пользования:**  
Просто позвони, не нужно отправлять СМС
- **Возможность вовлечь друга:**  
Разыграй друга: просто набери, выбери розыгрыш и укажи его номер.





# Западный вариант



**SONY** & **BMG**  
MUSIC ENTERTAINMENT

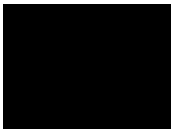
- **Продажа на порталах оператора**
  - значительно меньше рекламы
- **Совместное продвижение:**
  - оператор + контент провайдер  
+ правообладатель
- **Контент доступен для всех основных платформ**





# Комплексный подход:

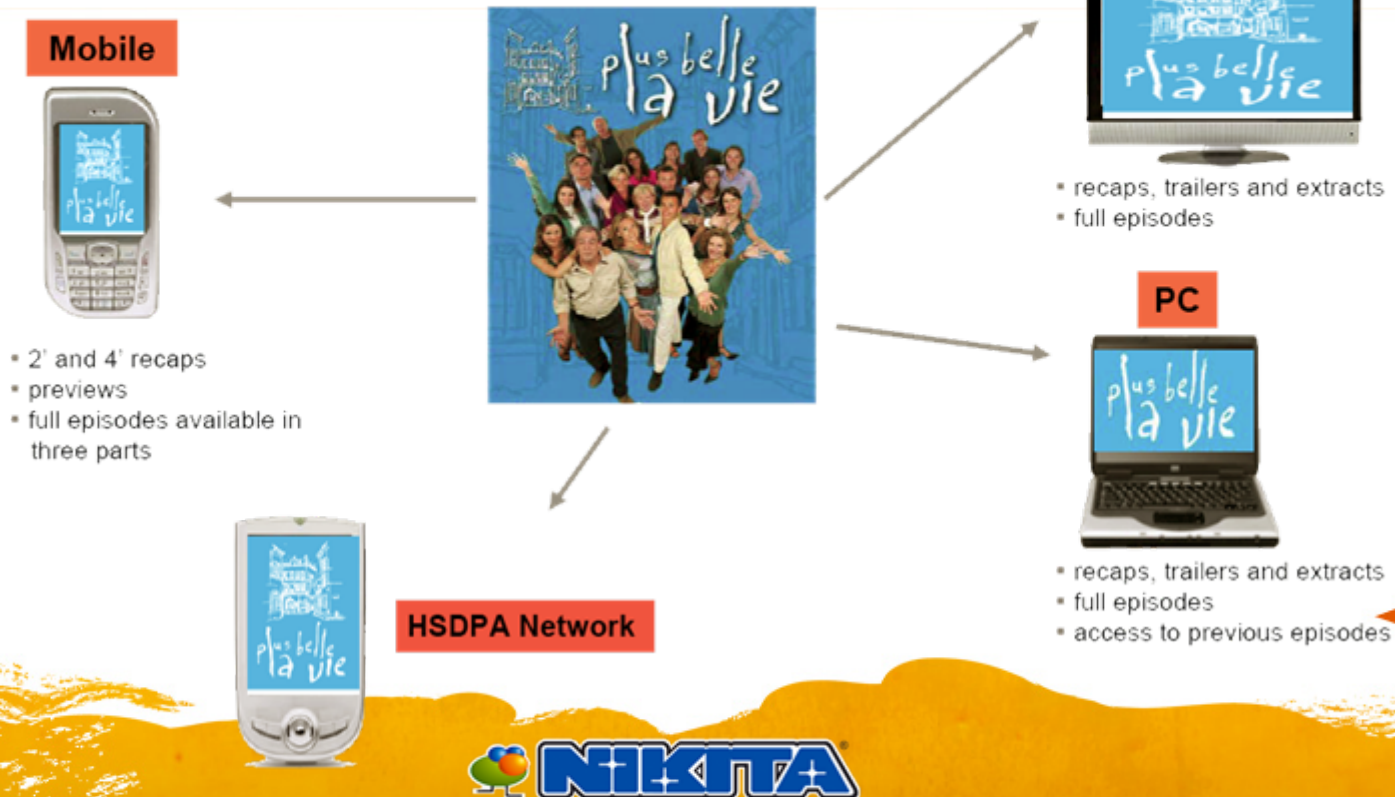
- **Сильный бренд оператора:**  
продажи через их порталы
- **Совместное продвижение:**  
оператор + (контент провайдер)+ правообладатель
- **Работа на опережение:**  
потенциальный хит – эксклюзивное комплексное, кросс платформенное продвижение



# Кросс платформенные продажи

## Plus Belle La Vie : series everywhere

- never miss an episode of the daily soap (5 M daily audience)
- episodes and recaps available few minutes after TV showing
- weekly and monthly subscription on previous episodes (PC)



# Еще примеры: Мадонна на продажу

MADONNA

*Confessions on a dance floor*





# Как делают контент продаваемым в компании «НИКИТА»



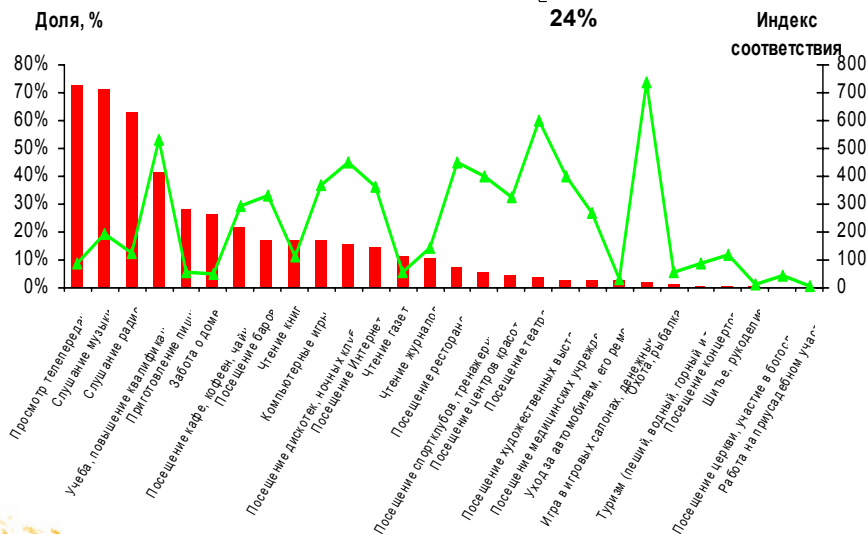
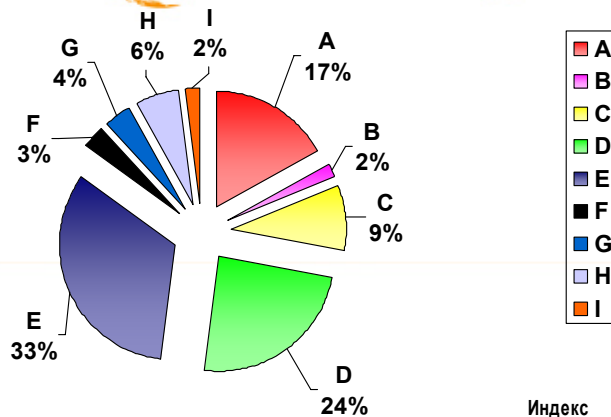
- **Исследования интересов абонентов**
- **Акцент на сильные стороны :**
  - Громкие и длинные рингтоны
  - Продажа Full треков
  - Эксклюзивный контент
  - Собственные проекты
- **Высококачественные рекламные ролики**
- **Широкий рекламный охват**
  - 14 место среди ТОП 100 рекламодателей России
- **Техническая поддержка**

# Примеры рекламы компании «НИКИТА»

Мобильные  
Знакомства



# Изучение интересов абонентов



- Регулярные исследования по направлениям
- Фокус группы
- Анализ собственных данных
- Промеры аудитории и их интересов
- Создание брендов



# Хитовый контент Как позиционируем?



**ДЛИННЫЕ И  
ГРОМКИЕ ЗВОНКИ**

Отправь код:

All my life Mustafa Sandal	<b>860</b>
Чудная долина Mr. Credo	<b>861</b>
Черные глаза A. Myry vs Crazy Frog	<b>862</b>
Медляк Mr. Credo	<b>863</b>

MP3  
MMF  
ПОЛИФОНΙΑ  
+  
ПОЛНЫЕ ВЕРСИИ

Отправь  
SMS с кодом  
на номер: **8882**



- **Уникальность и новаторство:**
  - Мы продаем «Громкие и длинные» звонки
  - Полные версии песен Full треки

## Совместное продвижение:

- Хитовые группы: Ума Турман, Город 312, Влад Топалов и т.д.
- **Единая концепция рекламных роликов**
  - Повышение узнаваемости
  - Повышение лояльности

# Собственные проекты: «ТЫ КИНОЗВЕЗДА!»



- **Новизна:**
  - Уникальный проект, нет аналогов
- **Масштаб:**
  - Вся Россия, Узбекистан
- **Супер мотивация абонента:**
  - Молодежные призы: Главные роли в кино
- **Формирование лояльной базы пользователей:**
  - Дополнительные возможности продвижения контента, кросс промоушен
  - Привлечение крупных брендов



# Партнеры в проекте:



- **«Синемафор»**
  - Крупный кинопроизводитель
  - Известный режиссер
  - Гарант съемок полнометражного фильма



- **«ПАРАДИЗ»**
  - Крупнейший прокатчик
  - Владелец сети кинотеатров «5 звезд»
  - Гарант проката будущего фильма





# Комплексный ПОДХОД



- **Создание рекламы:**
  - Сценарий Руслана Бальтцера
  - Специальная съемочная группа
  - Съемки рекламы на Ялтинской киностудии
- **Многоэтапная реклама:**
  - Первый этап: имиджевые ролики проекта
  - Второй этап: ролики с первыми участниками проекта
- **Широкий охват аудитории:**
  - ТВ
  - Радио
  - Печатные СМИ
  - Метро
  - Листовки
  - WEB и WAP ресурсы

# Скоро съемки фильма!

**ТЫ КИНОЗВЕЗДА**



- Третий этап проекта – финальный кастинг
- Старт съемок фильма уже в августе
- Много дополнительных призов:
  - Первые счастливицы уже выбраны для съемок в музыкальном клипе группы «ПРОВОДА»
- Проект был представлен на фестивале «КИНОТАВР»



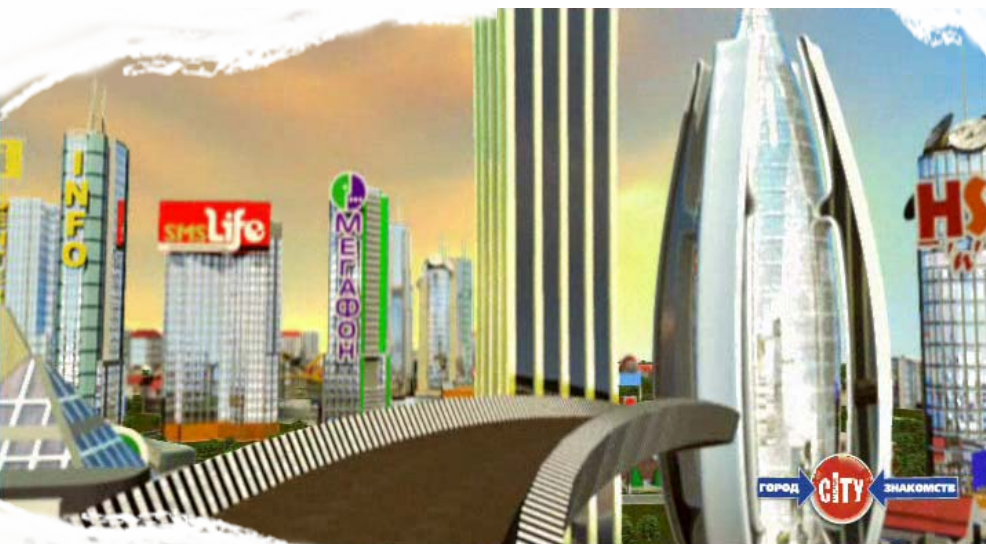
# Вчера

# Сегодня

<b>Стремительный рост</b>	→	<b>Снижение темпов роста</b>
<b>Повышенный интерес к контенту</b>	→	<b>Снижение интереса к стандартному контенту</b>
<b>Кредит доверия к контент провайдерам</b>	→	<b>Низкое доверие абонентов</b>
<b>Стандартная рекламная политика контент провайдеров</b>	→	<b>Начало дифференциации лидеров отрасли</b>
<b>Постоянный приток новых абонентов</b>	→	<b>Начало формирования базы лояльных абонентов</b>
<b>«Золотая лихорадка» - свободный рынок</b>	→	<b>Более жесткая конкуренция</b>



# Что необходимо завтра?



- Исследования рынка и потребностей абонентов
- Новые виды контента
- Новые каналы продвижения
- Кросс платформенные продажи
- База лояльных абонентов
- Совместные громкие проекты и имена - позиционирование

Спасибо за внимание!



Виталий Козлов

«НИКИТА»

[kozlov@nikita.ru](mailto:kozlov@nikita.ru)

+7 (495) 545-75-95

21 июня 2006

