

Туристические аудио- путеводители как средство доставки локализованной и актуальной информации о вашем бизнесе

TooZla LLC

О чем мы хотим рассказать

В рекламном покрытии есть некоторый пробел, который пытается закрыть Toozla. Пробел, о котором мы говорим – возможность достичь потенциального клиента в тот момент, когда он находится в шаговой доступности от Вашей точки продаж (POS) и находится в подходящих условиях, чтобы принять спонтанное решение о посещении Вашей POS.

Мы предлагаем Вам новый рекламный носитель (канал). Этот носитель практически не подпадает под текущее законодательное регулирование, например, он не является наружной рекламой. Он в большей степени похож на прямую рекламу (direct mail), так как может быть кастомизирован под каждого конкретного человека.

Наш продукт

Toozla — это мобильный сервис, сочетающий позиционирование по GPS с аудио-турами и историями, локальной информацией и пользовательским контентом. Это приложение для мобильного телефона является инновационным направлением развития туристических гидов.

Приложение доступно на различных мобильных платформах: iOS (iPhone, iPad), Android (Samsung, HTC, Motorola и др.), bada (Samsung Wave), Symbian (Nokia), и ряде смартфонов с поддержкой Java.

Как это работает?

- 1) Пользователь запускает приложение на своём телефоне
- 2) Toozla работает везде, где есть GPS-сигнал и мобильный интернет. Она подгружает информацию, привязанную к той точке, где находится пользователь.
- 3) По мере движения пользователя, ему на телефон автоматически поступает новая информация.
- 4) Информация на телефон поступает в аудио, текстовом и графическом форматах.

Почему люди используют наш тул

Они получают полезную информацию бесплатно.

- У нас есть более 1.200.000 аудио-треков о достопримечательностях на основе википедии.
- У нас есть путеводители по 24 городам мира, сделанные профессионалами.

Пользователи платят только за интернет-трафик.

Кто наши пользователи

Туристы.

Как правило, это независимые туристы, интересующиеся жизнью города, его достопримечательностями и интересными местами. Они путешествуют самостоятельно, сами планируют свой досуг, посещение ресторанов.

Местные жители.

Это те, кто неравнодушно относится к родному городу, хочет знать про него больше, все время ищет что-нибудь новенькое. Это люди, которые готовы открывать для себя рестораны и магазины.

В любом случае, мы говорим о пользователях с высокими доходами. Ведь они используют смартфоны с GPS (стоимость от 6000 рублей).

Как мы доносим рекламу

Давайте посмотрим на ряд примеров.

Человек идёт по Невскому проспекту и слушает истории про окружающие здания. Он восхищается архитектурой улицы и тут ему на телефон приходит следующее аудио-сообщение «Как сказал современник про Невский проспект «Это первая и славнейшая из улиц Российской империи, он сам по себе уже родина, государство и судьба. Разделите эту судьбу, найдите свой уголок Невского вместе с Real Estate Company. Квартыры в этом доме для Вас на специальных условиях».

Пара молодых людей гуляет и слушает рассказы про свой любимый город через Toozla, тут девушке на телефон приходит сообщение «В блеске огней, за зеркальными стеклами, Пышно цветут дорогие цветы, Нежны и сладки их тонкие запахи, Листья и стебли полны красоты. Лучшие цветы города для Вас в это прекрасное весеннее утро за углом в магазине «Цвет жизни».

Молодой человек же в это время получает сообщение «Сделайте сюрприз Вашей любимой, угадайте её желания в этот волшебный день, самый богатый выбор цветов в городе ждёт Вас за углом в магазине «Цвет жизни».

Как мы доносим рекламу

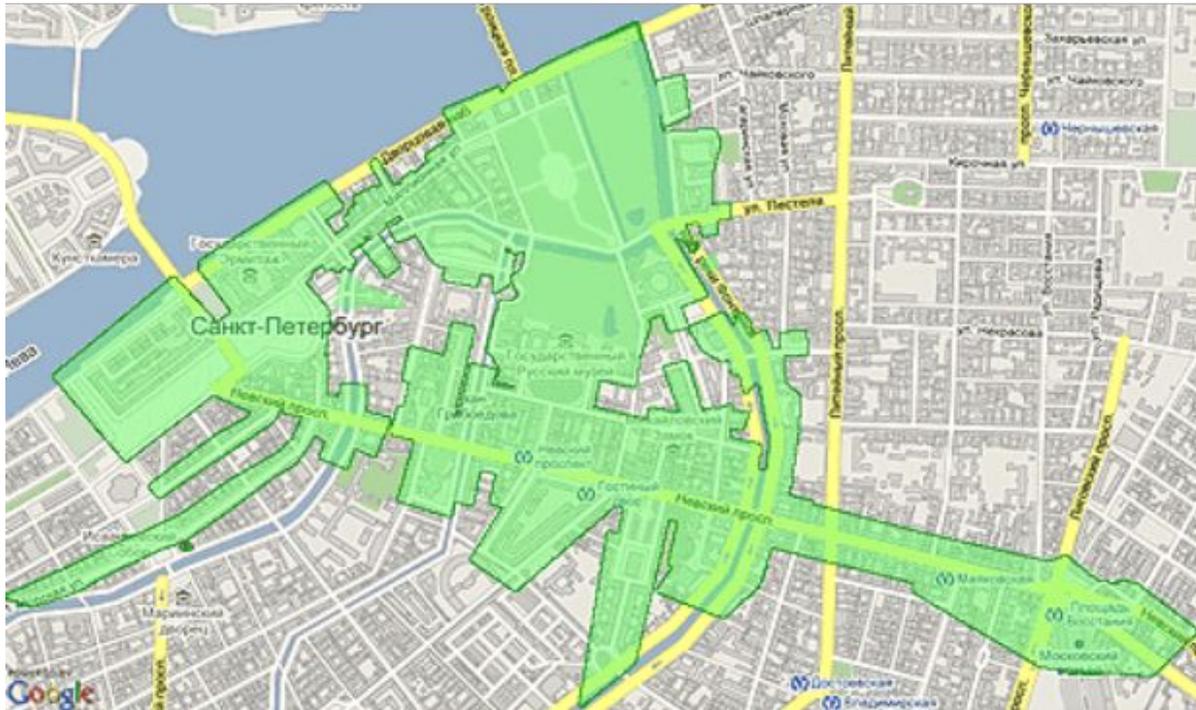
Семья туристов идёт по городу и слушает экскурсию через Toozla. Они находятся недалеко от отделения банка.

Мужчина получает сообщение на телефон «Открываете для себя город? Наш банк всегда рядом, чтобы ничто не мешало Вам и Вашим близким узнавать его вкусы, лица и истории. Для Вас банкоматы 24 часа, денежные переводы и многое другое всего в минуте ходьбы»

Женщина слышит сообщение «Ужасно вкусная витрина в этой семейной кондитерской, правда? Наши банкоматы доступны для Вас 24 часа в сутки, чтобы ничто не мешало Вам наслаждаться городом. Мы ждём Вас в соседнем здании».

Санкт-Петербург

Покрытие Санкт-Петербурга - рассказы есть практически по каждому дому в заштрихованной области



Контент нашего замечательного партнера Audiogid.ru

Наши потоки в ближайшее время

РИА Новости

WebMediaGroup (menu.ru, bank.ru, inout.ru и др.)

Wikimapia.org

Немного статистики

Общее количество пользователей - 50.000 человек
Пользователи приходят за контентом каждые 50 секунд.

Бизнес-модель:

- максимально много полезной информации бесплатно
- за сервис платят владельцы контента (мы им даем легкий выход на мобильный рынок)
- за рекламные сообщения, донесенные в рамках информационных потоков, платят рекламодатели

Уровень доставки крайне высокий – 90% пользователей получают сообщение, поскольку они интегрируются в стандартный поток вещания в случайные интервалы времени.

Как рекламироваться

интерфейс

- Используя свою персональную страницу на нашем веб-сайте, Вы можете контролировать рекламные расходы. Вы можете проверять, как много сообщений вы доставили, когда, в каких точках и кому. Вы платите за доставленные сообщения, Вы не платите за присутствие в эфире.
- Вы получаете доступ к простой онлайн-системе управления сообщениями. Простейшие сообщения можно создавать при помощи мобильного телефона

таргетирование

Вы можете таргетировать свои сообщения по следующим критериям:

- возраст и пол пользователя,
- язык, на котором он предпочитает получать сообщения,
- время суток, день недели,
- расстояние до точки продажи (Point-of-Sale).

динамические сообщения

Сообщения создаются налету, например реклама ресторана меняется в зависимости от времени суток

Как проверить эффективность

Проверка эффективности рекламной кампании может быть косвенной и прямой.

Косвенная проверка - на основе предоставляемых нами отчетов о доставке, сравнение их с ростом прибыли.

Прямая проверка осуществляется посредством использования ключевых слов и доставки расширенных рекламных сообщений.



Ключевые слова.

Вы можете предложить посетителю говорить некое ключевое слово при посещении торговой точки и получать за это что-то (кофе, месяц смс-сервиса и т.д.) бесплатно.

Купоны.

Их действие аналогично, только они доставляются в виде текстовых объявлений о специальной персональной скидке, либо в виде изображения (штрих-кода). Купоны могут быть уникальными, штрих-коды можно учитывать в кассовом аппарате, унифицировав их с другими видами промо-кампаний.

Контакты

www.toozla.com/ru

Маркетинг-менеджер

Алеся Чичинкина

alesya@toozla.com

+7-903-143-88-06

info@toozla.com