

brand  
mobile  
play

Мобильный маркетинг и  
реклама как интегратор  
медиамикса

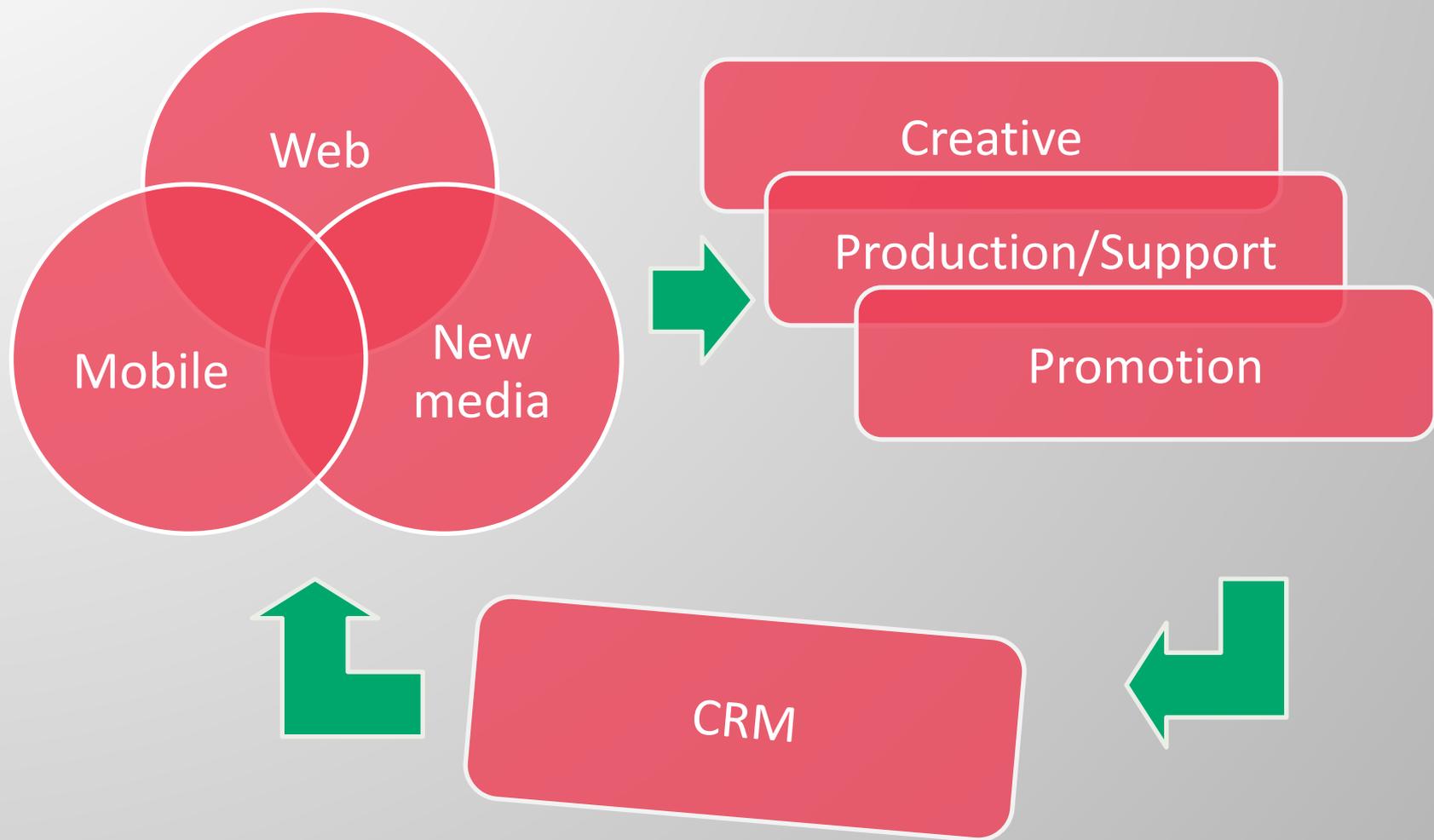
# Brand Mobile

**Brand Mobile** - агентство интерактивного маркетинга  
Основано в 2003 году в Москве.

Наша специализация – комплексная реализация digital-кампаний, CRM и кросс-медийные решения, повышающие эффективность маркетинговых коммуникаций.

**150 проектов**  
для  
международных  
брендов за 7 лет

# Услуги | Что мы делаем



# Маркетинг

- Маркетинг — управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации как единым комплексным процессом. (Википедия)
- Реклама. Много каналов, мобильник – интегратор
- CRM. Управление жизненным циклом потребителя
- Ко-маркетинг. Использование чужих бюджетов
- Private Label. B2B монетизация

# Интерактивный маркетинг: 6 в 1

- Базы данных потребителей: CRM, DM, лояльность - прямой контакт с потребителем, получение и накопление информации;
- Аналитический инструмент:
  - Статистика и география продаж в режиме on-line;
  - Соц-дем. поведенческий портрет потребителя;
  - Возможность сегментировать базу по различным параметрам;
- Исследовательский инструмент:
  - Опросы, в том числе в игровой форме, преквалификация;
- Промо-инструмент: ATL/BTL, Event, HoReCa, Trade, Интернет
- Рекламный канал: Широкие возможности и многообразие форматов
- Инструмент для мониторинга промо- и рекламных проектов:

# Мобильный канал – интегратор медиамикса

Мобильный канал – «склейка» медиафрагментированной коммуникации

Однозначная персональная идентификация в разных медиа-каналах

В т.ч. использование обратного канала

Мобильник – всегда включенный альтернативный канал

Заполняет ниши в медиапотреблении

Используется в том числе казульно, ситуативно, спонтанно

«Удлинитель» медийной коммуникации

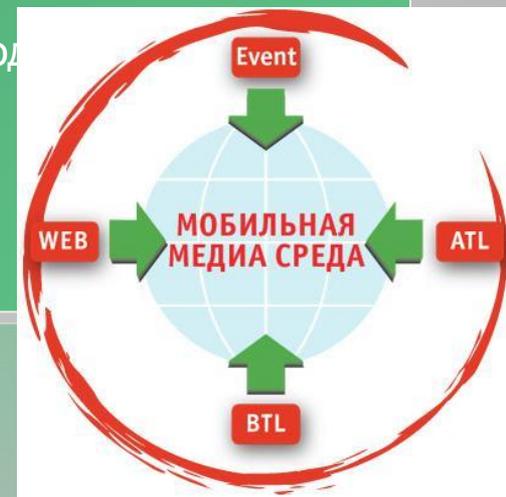
В т.ч. – из интернета в «реал», например в точку продаж

Двунаправленная one2one коммуникация

Способ органичной интеграции ATL+BTL

Уникальные характеристики

носителя



# Мультиканальный e-CRM

Рост потребления в лояльном сегменте

Увеличение количества пробных/первых покупок

    Дальнейшее выведение на регулярное потребление

Контроль эффективности рекламных кампаний

    Конверсия / регистрации

    Дальнейшее потребление

    Быстрый старт новых маркетинговых инициатив

    Эффективное управление ПФ и мотивацией

Адресный маркетинг

    Сегментирование базы по потреблению, динамика

    Подготовка и низко-затратная коммуникация адресных маркетинговых программ на сегменты

Работа с потребителями

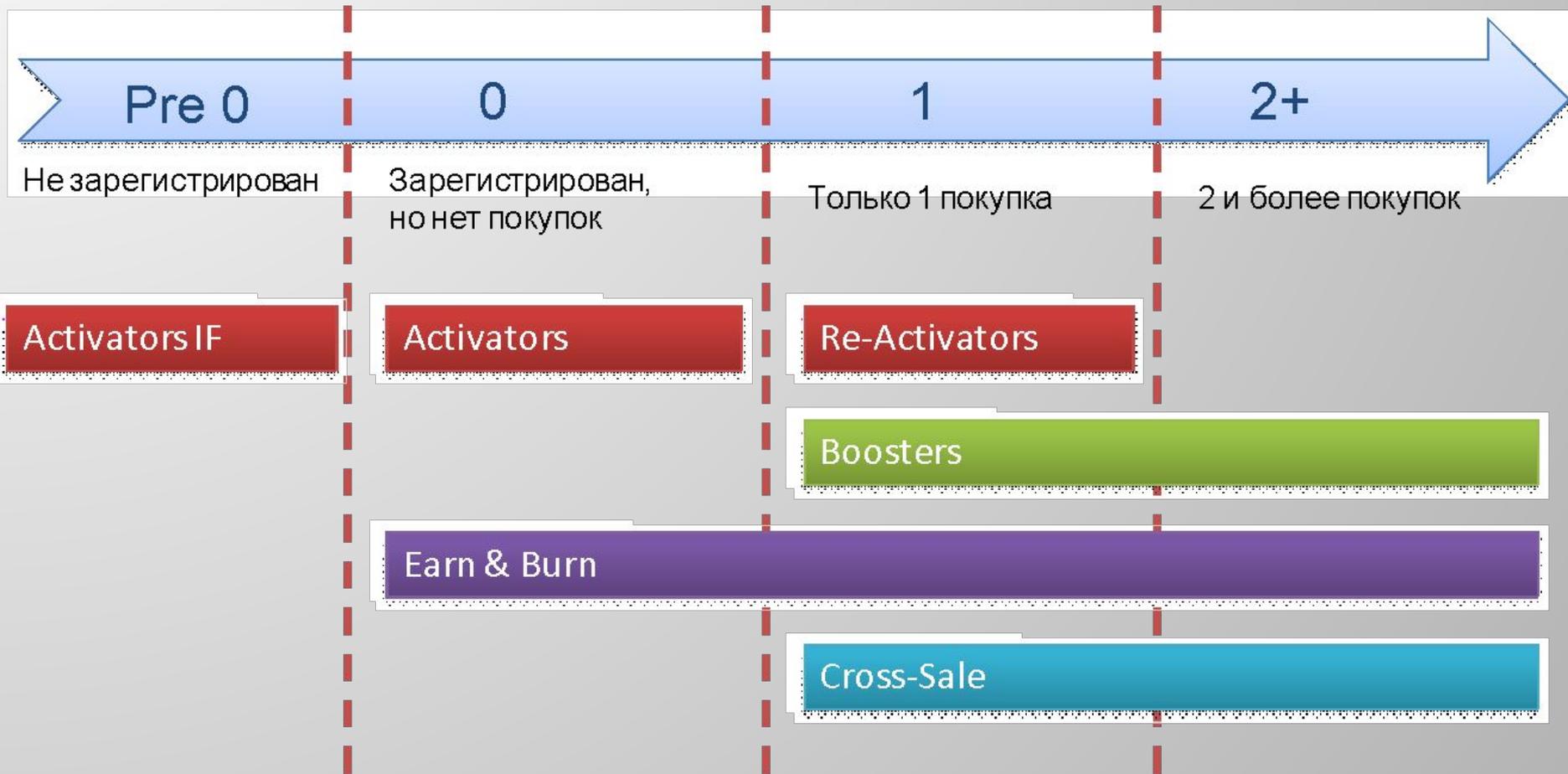
    Управление жизненным циклом

    Исследования / анкетирование

Web, wap, SMS, Java, IVR, терминалы

# E-CRM | конверсия сегментов

В зависимости от стадии, используются разные механики активации



# Ко-маркетинг & private label

## Ко-маркетинг

Размер имеет значение

Бесплатно (userbase, try&buy) vs платно (education)

Не бояться потенциальной конкуренции

## Private label

Дешево и сердито или

Уникальные технологии

## B2B интеграция

Как часть масштабируемой бизнес-модели

Value для потребителя или скрытая реклама?

# Интегрируе М Маркетинг

**WWW.BRANDMOBILE.RU**

**+7 (495) 225-2206**

**INFO@BRANDMOBILE.RU**