

# Мобильный маркетинг: реальные возможности и надежды на будущее

Деловой Интернет  
5-6 октября 2006  
СОК «Загорье»

# Содержание

- Internet & Mobile media
- Мобильный маркетинг: инструментарий и возможности
- Практическое использование и эффективность
- Перспективные направления

## Internet & Mobile media

- Из всех медиа только два могут на сегодняшний день называться интерактивными. С одной стороны - это Internet, с присущими ему достоинствами: возможностью быстрого получения и воспроизведения нужной информации и самых свежих новостей, обмена сообщениями «всех со всеми», ведения «оперативного» бизнеса и эффективных рекламных кампаний
- С другой стороны - Mobile media (мобильная медиа среда), основу которой составляют современные форматы и технологии передачи информации в сетях сотовой связи: голосовая информация (iVR, например), текстовая информация (SMS), фотоинформация и видеоинформация (MMS), а также технологии, позволяющие реализовывать неголосовые интерактивные коммуникации (Java, WAP)

# Internet & Mobile media

<b>Сравнение возможностей Internet и Mobile media</b>		
<b>Экран</b>	<b>Средний</b>	<b>Маленький</b>
<b>Доступность</b>	Дома и в офисе	24x7, в любом месте (города, крупные населенные пункты)
<b>Использование</b>	Несколько часов в день	Несколько раз в день по несколько минут
<b>Скорость передачи данных</b>	Высокая	Средняя
<b>Поддержка мультимедиа</b>	Богатая	Ограниченная
<b>Стоимость использования</b>	Дорогое устройство, не очень дорогой доступ	Не очень дорогое устройство, не очень дорогой доступ
<b>Необходимая квалификация потребителя</b>	Средняя	Низкая
<b>Распространенность</b>	Не более 2.5 млн. (РБ)	Более 5 млн. (РБ)

## Мобильный маркетинг: инструментарий и ВОЗМОЖНОСТИ

Самым традиционным форматом мобильного маркетинга являются различные SMS-акции, которые активно используют FMCG-компании. На упаковке продукта размещается информация о том, что прислав SMS по указанному номеру, можно получить бонусы: участвовать в розыгрыше, в конкурсе, получить бесплатный мобильный контент и т.д. Если производитель товара может разместить на упаковке (или внутри) уникальный код, такие акции становятся способом прямого стимулирования продаж. Сегодня наиболее широкое применение мобильного маркетинга – такие «упаковочные» SMS-акции.

# Мобильный маркетинг: инструментарий и ВОЗМОЖНОСТИ

## Инструменты:

- Маркетинговые промо-акции (VTL-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.)
- Адресная рассылка
- Социальные проекты

## Мобильный маркетинг: инструментарий и ВОЗМОЖНОСТИ

Инструменты мобильного маркетинга могут служить для решения следующих маркетинговых задач:

- продвижение продуктов и услуг;
- стимулирование продаж/информационная поддержка;
- коммуникации с целевыми группами, организация обратной связи;
- поддержка клиентов, создание сообществ потребителей, усиление лояльности;
- создание баз клиентов и даже осуществление продаж.

# Практическое использование и эффективность

## **Теле-интерактив:**

Возможность заказа аудиоконтента (4242) и текстовых услуг (6969) в эфире телеканала и SMS-голосования в программе «Электриков вызывали», «VJ MTV-Минск»

## **Радио-интерактив:**

«Альфа Радио» и «Радио Мир» - SMS-заказ песен, SMS-поздравления, SMS-голосования, SMS-Чат

## **Проект «Развлекайся с Речицким!»:**

Предложение специализированного/брендированного медиа-контента on-pack пива «Речицкое»

## **Internet-проект TUT.BY**

SMS-подъем объявлений, резюме, вакансий ...

## **SMS-голосования**

## **SMS-объявления**



## Практическое использование и эффективность

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 и Беларуси от 5% до 20%)
- Стоимость рекламной кампании в России с привлечением инструментов мобильного маркетинга варьируется в диапазоне от 10 до 200 тыс. долларов, в Беларуси – от 2 тыс. долларов
- Общемировые обороты мобильного маркетинга в 2006г. составят 12 млрд. долларов (в России 10-15 млн. долларов)

## Перспективные направления

- Рынок контента стремится к новым направлениям развития. Одним из качественно новых решений на западном рынке контент-услуг выступает модель мобильной рекламы Wallet sharing через мобильное видео.
- По оценкам экспертов, потенциал рекламного рынка в мобильных Java-приложениях огромен (Java-игры, Java-каталоги, Java-книги).
- При оказании мобильных рекламных услуг найдут достойное применение war-версии всевозможных медиа-ресурсов.

# Благодарю за интерес к перспективам и развитию

Таня Турец

Агентство мобильного маркетинга "Стримлайн"

ведущий специалист

Mobile: +375 296 83 41 59

e-mail: [product@333.by](mailto:product@333.by)

