

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

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

