



**GIGAFONE™**

**Реклама в сетях мобильной связи  
«Вам звонят – мы платим»**

**Москва, август 2006**



## О компании

---

Российская компания **ЗАО «ГДМ Групп»** первая в мире предложила уникальную услугу, подключаясь к которой, абонент получает деньги за входящий звонок и SMS и начинает зарабатывать на связи.

**Суть услуги:** реклама в мобильных сетях. Абонент соглашается получать на свой номер рекламу (в виде рекламного баннера на экран своего мобильного телефона, в момент входящего звонка), рекламодатель платит абоненту деньги за просмотр рекламного баннера, отображающегося в момент входящего звонка или SMS.

**ЗАО «ГДМ Групп»** владеет мировым патентом на новую технологию, благодаря которой стало возможным реализовать данную услугу. Выгоду получают все: абоненты (платят меньше за связь), рекламодатели (гарантированный контакт с конечным потребителем), операторы мобильной связи (увеличивается доход с абонента, за счет дополнительных средств от рекламодателя), производители телефонов (увеличиваются продажи трубок), салоны сотовой связи (становятся крупнейшими распространителями данной услуги), банки (возможность оплачивать абонентом кредит за счет денег рекламодателя) - связь становится более доступной, если вообще не бесплатной.



## О компании

На сегодняшний день компания **ЗАО «ГДМ Групп»** заключила договоры с ведущими операторами мобильной связи: МТС, БиЛайн, Мегафон. Также ведутся переговоры со всеми региональными операторами России. Уже заключен договор с одним из ведущих региональным оператором Уралсвязьинформ.

Услуга уже представлена в **35** офисах продаж **Мобайл Центра**, **146** офисах **Цифрограда**, в **67** офисах **Диксис**, в **36** офисах **Евросеть**. Заключен договор с компанией **Связной**. Так же услугу можно подключить и в региональных салонах связи: Рустел (Саратов), Навигатор (Екатеринбург), Мир связи (Барнаул), ДСМП (Дагестан), РТС (Омск), Весттелеком (Санкт Петербург). К концу 2006 года наша услуга будет представлена в 12000 салонах России. Ведутся переговоры по открытию представительств в Республике Беларусь, на Украине. Также планируется запуск услуги в других странах СНГ.

Компания **ЗАО «ГДМ Групп»** ведет переговоры с ведущими сотовыми операторами мира о подключении данной услуги в США, Латинской Америке, Европе, Азии, Африке и Австралии, в более чем 190 странах мира.

Технологии мобильного маркетинга, предлагаемые компанией **ЗАО «ГДМ Групп»** вызывают неизменный интерес на выставках и других профильных мероприятиях российского и мирового уровня. В 2006 году сервис GIGAFONE был успешно представлен на международном саммите - Mformobile Gambling Summit (Лондон, январь 2006), на выставках: 3GSM World Congress (Барселона, февраль 2006), СВЯЗЬ-ЭКСПОКОММ-2006 (Москва, май 2006), CommunicAsia 2006 (Сингапур, июнь 2006).



## Текущая ситуация на рекламном рынке

Рекламный рынок России характеризуется высокими и стабильными темпами роста.

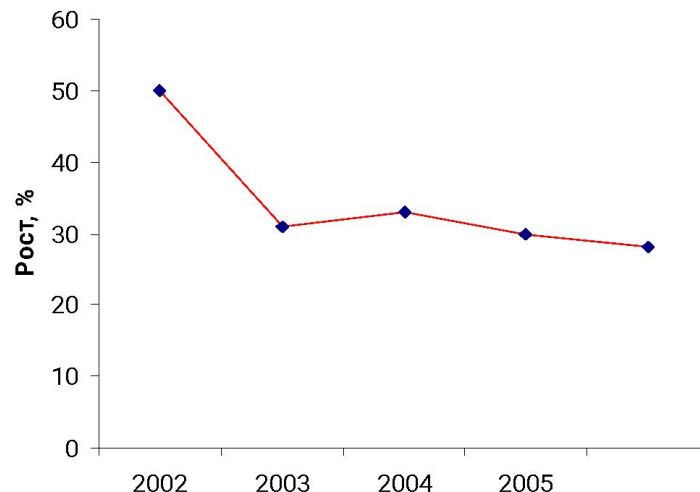
На настоящий момент, все основные медиа, такие как ТВ, пресса, наружная реклама и радио, близки к достижению планки своей максимальной емкости.

Значительное превышение спроса над предложением находит свое выражение в высоком уровне медиаинфляции – на уровне 20-30% в год.

Переполненность каналов коммуникации рекламой создает высокий уровень «рекламного шума» и вызывает значительное падение ее эффективности.

Законодательные ограничения объема рекламного времени и пространства в СМИ, а также ограничения на возможность рекламы для ряда товарных групп только усугубляют ситуацию.

Динамика рынка рекламы в России



Доли каналов коммуникации, %





# Основные проблемы рекламного рынка России

---

## Медиаинфляция

Медиаинфляция Российского рекламного рынка имеет выраженную тенденцию к динамичному росту. Этот факт находит свое выражение в постоянном повышении медиа-селлерами стоимости рекламного времени и площади, и росту показателя CPT (Cost Per Thousand) для всех основных медиа, что в свою очередь приводит к увеличению затрат рекламодателей на коммуникацию с потребителями при неизменном покрытии

## Падение эффективности

Возрастающий уровень «рекламного шума» мешает эффективному усваиванию рекламной информации потребителями, что вызывает необходимость использования нестандартных подходов в коммуникации

## Законодательные ограничения

Постепенное ужесточение рекламного законодательства все больше ограничивают рекламодателей определенных товарных групп в использовании массовых каналов коммуникации



# Обзор рынка сотовой связи

МТС – 66 млн. абонентов на июль 2006, проникновение в Москве – 43,5%, В Санкт - Петербурге - 31,9%

Билайн – 50 млн. абонентов, проникновение в Москве – 20,6%, В Санкт - Петербурге – 23%

Мегафон – 26 млн. абонентов, проникновение в Москве – 34,7%, В Санкт - Петербурге – 36,8%

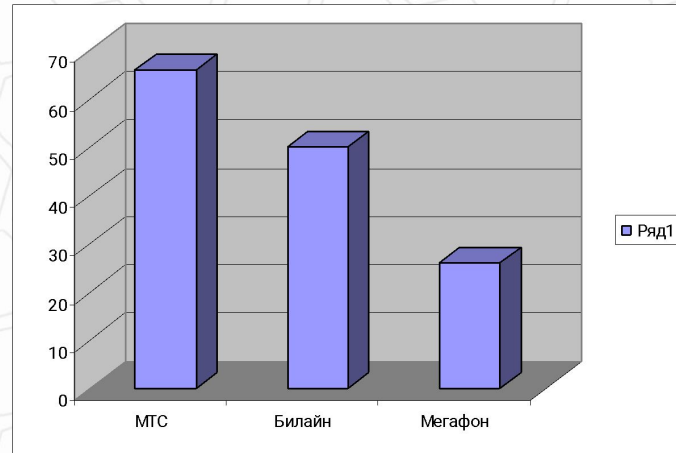
Зарегистрировано более 2 млрд. пользователей мобильной связи, из них 1,7 млрд. пользователей стандарта GSM

Среднее количество ежемесячных подключений всех сотовых операторов России в 2006 году – 1,95 млн. абонентов

Средний ежемесячный объем продаж сотовых телефонов в России в 2005 году – 1,2 млн. новых аппаратов.

27% всех продаваемых мобильных телефонов в России составляют аппараты стоимостью от \$200

Количество пользователей мобильной связи в России по операторам, млн.



Данные	Июль 2006
Кол-во абонентов в России	Более 140 млн. абонентов
Проникновение в России	96,6%
Кол-во абонентов в Москве	24 926 428
Проникновение в Москве	146,8%
Кол-во абонентов в Санкт Петербурге	8 108 471
Проникновение в Санкт Петербурге	127,9%
Кол-во абонентов в регионах	107 235 101
Проникновение в регионах	88,0%



## Наши партнеры



4000 салонов



1500 салонов



66 млн. абонентов



Билайн™

50 млн. абонентов



39 салонов



30 салонов



1104 салонов



26 млн. абонентов



3,5 млн. абонентов





## Новый канал коммуникации с потребителями

В настоящее время существует объективная необходимость в изыскании новых нестандартных и инновационных возможностей для коммуникации с потребителями

Новые возможности, тем не менее, должны удовлетворять базовым требованиям к возможностям размещения:

- ✓ Обеспечивать максимально возможный охват аудитории
- ✓ Предоставлять возможность настройки размещения
- ✓ Иметь сравнимую стоимость контакта





## Фундаментальные преимущества нового носителя

1. Гарантированный контакт
2. Отсутствие негативной реакции абонента на получение рекламных сообщений – абонент получает за просмотр деньги
3. Адресность – сообщения доставляются представителям целевой аудитории, давшим согласие на получение рекламы
4. Интегрированный канал коммуникаций – прямая рассылка, интерактив, интеграция в ВТL, исследование аудитории
5. Отсутствие законодательных ограничений для данного канала коммуникации



## Дополнительные преимущества рекламного носителя

---

Отсутствие задержек во времени доставки рекламного сообщения потребителю, что дает рекламодателю возможность срочного планирования и оперативного управления кампанией

Возможность коммуникации с узким сегментом целевой аудитории, весь объем характеристик которой уже собран и хранится в базе данных подключенных абонентов

Возможность оплаты только за осуществленный контакт, фиксация которого происходит строго в момент просмотра сообщения

Предоставляется обратная связь с абонентом (клиентом рекламодателя)

Гарантированная отчетность по размещению рекламы (через биллинг-систему оператора и процессинг-центр системы управления доставкой сообщений)



## Момент доставки – входящий вызов





# Анкетирование аудитории на этапе подключения

При подключении услуги GIGAFONE в салоне сотовой связи или удаленно каждый абонент в обязательном порядке заполняет анкету

## Обязательная информация

Город (Москва, СПб, другой)  
Дата рождения (день, месяц, год)  
Пол (м, ж)  
Семейное положение (холост, женат/замужем, не замужем)  
Наличие работы (работаю, не работаю, другой)  
Наличие детей (1, более 2-х, нет)  
Доход (ниже среднего, средний, выше среднего)  
Наличие автомобиля (есть, нет)  
Наличие Интернета (есть, нет)  
Способ проведения отпуска (активный, другой)  
Способ проведения свободного времени (дома, в клубе, спорт, кино, другое)  
Наличие животных (да, нет)  
Покупка товаров для дома (часто, иногда, нет)  
Покупка косметики (часто, иногда, нет)  
Покупка товаров женской гигиены (часто, иногда, нет)  
Покупка медикаментов и товаров для здоровья (часто, иногда, нет)  
Курение (часто, иногда, нет)  
Подтверждение согласия на рекламу табака  
Согласен(на), не согласен (на)  
Алкоголь (употребляю, не употребляю, редко)  
Подтверждение согласия на рекламу алкоголя  
Согласен(на), не согласен (на)

## Дополнительная Информация

ФИО  
  
Организация, специализация  
Возраст, количество  
  
Марка, возраст  
Периодичность использования  
Расходы  
Расходы  
Расходы  
Расходы  
Ассортимент, расходы  
Ассортимент, расходы  
Ассортимент, расходы  
Ассортимент, расходы  
  
Тип сигарет, количество, марка  
  
Тип, расходы



### Целевая Аудитория

- Аудитория с ограниченным бюджетом
- Бизнес Реклама
- Реклама для различных социальных групп

### Целевая Реклама по Интересам

- Товары для женщин
- Товары для мужчин
- Услуги
- Региональная/локальная информация



### Определение целевой аудитории

- Доходы
- Пол
- Регион
- Возраст
- Хобби

### Оценка уровня заинтересованности

- Обратная связь (информация от абонента)
- Время реакции



## Настройки размещения

Сбор только обязательной части сведений о каждом из абонентов позволяет удовлетворить большую часть требований рекламодателя к настройкам показа по целевой аудитории – по полу, возрасту, доходу, региону

Базовая предоставляемая абонентом информация позволяет выделять группы аудиторий для коммуникации отдельных категорий товаров – алкоголь, табак, медикаменты, товары для детей, товары для дома, туристические услуги и т.д., что в сочетании с использованием общих социально-демографических характеристик позволяет рекламодателю точно подстроить рекламную кампанию под нужды конкретного бренда

Использование расширенной информации об аудитории, дает рекламодателю беспрецедентные возможности в индивидуализации рекламной кампании, а также прямой доступ к тем узким сегментам ЦА, выделение и значительный охват которой зачастую невозможен

Система управления кампанией рекламодателя позволяет не только напрямую обратиться к аудитории, но и точно определить время, когда такая коммуникация произойдет (день недели, точное время в течение дня)



## Применяемые технологии

**Видео-реклама.** Наша компания закончила разработку приложения, показывающую последовательность изображений, складывающуюся в рекламный видеоролик. Теперь у рекламодателя есть не только статичный и динамичный баннер. Мы готовы показать вам как это работает. В случае, Вашей заинтересованности, предоставьте нам видеоролик в формате 177x144, размер до 100 кб, 3 гр (или в любом другом формате, мы сами его адаптируем) и мы продемонстрируем как это работает в привязке к Вашей компании

**GIGAFONE. Вы звоните - Мы платим**

**Технологии прямых продаж.** Данная идея включает в себя расширенные возможности для подписчиков рекламной системы. Абонент, получает рекламу определенного товара или услуги. Разговаривает, после чего, находит сохраненную рекламу у себя в телефоне, смотрит связанную с этой рекламой информацию (текстовое описание, адреса и прочее) плюс адрес страницы в Интернет (WEB или WAP-страницы), на которой есть более полная информация о товаре или услуги плюс возможность купить этот товар или заказать услугу. Переход на указанный адрес Интернет (WAP или WEB) осуществляется по одному клику. Оплата в этом случае может быть проведена из денег, которые зачислены абоненту за показ рекламы.





## Применяемые технологии

**Мобильный кошелек:** В меню GIGAFONE есть функция мой GIGAFONE где абонент может создать и использовать свой «Мобильный кошелек» и пополнять его деньгами, заработанными в программе GIGAFONE.

Мобильный кошелек позволяет абоненту переводить деньги на другие счета (например: оплата коммунальных платежей,).

Мобильный кошелек позволяет оплачивать абонентом любую покупку или услугу, переводить деньги на другие счета (оплата любых счетов (например: коммунальные услуги, возможность перечисления денег между абонентами сотовой связи по всему миру), которые могут быть оплачены посредством электронных платежей). Мобильный кошелек можно пополнять как средствами с кредитной карты, так и наличными через кассы партнеров программы. При этом механизм поступления денежных средств от GIGAFONE в Мобильный кошелек абонента работает по следующей схеме:

**Вариант 1.** 100% средств сначала поступают от GIGAFONE на Мобильный кошелек абонента, и уже оттуда зачисляются при необходимости пополнить счет на мобильный счет абонента или совершаются покупки только с мобильного кошелька.

**Вариант 2.** 50% средств поступают от GIGAFONE на Мобильный кошелек (для совершения покупок) и одновременно с этим оставшиеся 50% средств поступают на мобильный счет абонента (для пополнения счета).

Также данная услуга позволяет абонентам сотовой связи перечислять деньги между собой. Аналог Western Union, только через мобильный телефон.



## Применяемые технологии

**Реклама на исходящих звонках.** Идея заключается в показе рекламы (статичная картинка, текст или видео) в момент нажатия на кнопку SEND телефона. Вся остальная концепция полностью повторяется с рекламой на входящих звонках.

**Технологии онлайн голосования.** Данная идея заключается в анонсе проектов голосования через рекламную систему. То есть, абонент получает информацию о проведении голосования. Абонент переходит по анонсируемой ссылке, отвечает на вопросы анкеты. За каждую заполненную анкету абонент получает деньги на свой счет у оператора или отдельный счет (электронная система расчетов).

**Технологии анализа информации.** При показе рекламной информации формируются различные целевые группы абонентов. Попадание абонента в ту или иную группу зависит от следующих факторов:

- Ответы на вопросы анкеты, которая встроена в приложение
- Типичное поведение абонента (в какое время осуществляются звонки, продолжительность звонков, средний размер счета и др.)



## Применяемые технологии

### Контент программа

При получении баннера на телефон с рекламой ринг/реалтона абонент заходит в раздел «Моя реклама», находит баннер с рекламой ринг/реалтона, нажимает «Функции», находит кнопку «скачай ринг/реалтон» и скачивает рекламу (в виде рингтонов, реалтонов или видеотонов/видеоклипов) в этом случае деньги не списываются со счета абонента, а удерживаются с будущих платежей, перечисляемых абоненту от GIGAFONE (и/или с его мобильного кошелька GIGAFONE PAYMENTS), который либо независим от кредитной карты, либо связан напрямую (по желанию абонента), либо со счета абонента (через wap сайт оператора, когда абоненту приходит информация от оператора через wap сайт, о том "не возражает ли абонент", что у него будут списаны средства с его телефонного счета).

Все же предпочтение будет отдаваться списанию денег с будущих поступлений от GIGAFONE, т.е по сути GIGAFONE сам оплачивает данную услугу за счет удержания определенных средств, которые подлежат перечислению абоненту. Идея в данном случае состоит в том, что ты расплачиваешься не своими деньгами (самостоятельно положенными на счет (мобильный, банковский), а расплачиваешься будущими поступлениями от GIGAFONE. А также в том, что для закачивания, например, рингтона тебе не придется проходить через сложную для тебя многоступенчатую технологию скачивания объекта (как правило загрузка происходит не корректно, и в следствии не успешно), а требуется всего лишь зайти в свое меню на телефоне, выбрать секцию «Моя реклама», найти баннер и скачать объект (от 3 до 5 нажатий кнопок).

**GIGAFONE. Вы скачиваете - Мы платим**



## Применяемые технологии

### Информационная программа

При входящем звонке на телефон поступает не реклама, а некоторая новость (например, спорт новость, полит. новость, культ. новость, ЧП оповещение и т.п.) На данную услугу по рассылке новостей абонент может подписаться (через заполнение анкеты) и за это также получать деньги от GIGAFONE.

В настоящий момент нами разрабатывается механизм определения входящих новостей для абонента, например, через его анкетирование на предмет предпочитаемых для получения новостей.

В меню телефона абонента закладывается программа, которая позволяет абоненту самому выбрать на дисплее своего телефона по предлагаемым рубрикам новостей, какую новость он хотел бы прочитать или увидеть (например, просмотреть данную новость целиком или например просмотреть ее в виде видеоролика (фрагмент футбольного матча с повтором гола или др.). Если абонент решает более подробно прочитать или увидеть выбранную им новость, он оплачивает данную услугу.

Механизм оплаты предполагается сделать такой же как и в GIGAFONE контент - абонент платит не из своих денег, а из денег перечисляемых ему от GIGAFONE.

**GIGAFONE. Вы получаете - Мы платим**



## Применяемые технологии

### МИР GIGAFONE

Использовать систему Меню GIGAFONE на телефоне как ретранслятор любого контента (телевизионных и радио каналов, а также Интернет порталов, мобильных печатных изданий и новых мобильных СМИ, о которых мы еще не знаем, но обязательно будут придуманы).

При этом упрощается сам механизм доступа к данной информации, т.е. не нужно будет специально самостоятельно зачислять программы на телефон, чтобы сделать доступным воспроизведение теле- и радио каналов с мобильного телефона. Программы, которые сделают это возможным, уже будут предустановлены на мобильном телефоне в программе GIGAFONE. Абоненту потребуется лишь:

- войти в меню GIGAFONE WORLD
- выбрать интересующий его раздел контента (видео, радио, Интернет, пресса, развлечения и т.д.)
- выбрать конкретный ресурс (в случае ТВ, конкретный канал, в случае радио - конкретное радио)
- нажать ENTER

Механизм оплаты предусматривается тот же, что и в предшествующих технологиях.

**МИР GIGAFONE. From everything to anything**



## Применяемые технологии

### ПОИСКОВАЯ СИСТЕМА

Это поисковая система на мобильном телефоне, аналогичная поисковым системам в Интернете, например, [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com). При этом деньги будут сниматься за каждый «клик» абонента, если после поиска он захотел просмотреть подробнее искомую информацию. Разница данного сервиса от Интернета заключается в следующем - во-первых Интернет не всегда под рукой, а телефон - всегда, во-вторых - через телефон доступ в Интернет требует многоступенчатую авторизацию (печать страницы поиска, загрузка, печать информации и т.д.), в случае GIGAFONE, достаточно войти в меню GIGAFONE WORLD и нажав на кнопку "Функции" выбрать поле "Найти" и задать искомый объект. Далее, система находит информацию, и если абонент на нее кликнет, то тогда с будущих платежей от GIGAFONE будет удержана некоторая сумма. С одной стороны поиск в Интернете бесплатный, но с другой стороны не всегда под рукой, а если даже и в телефоне, то не всегда работает корректно. У абонента GIGAFONE есть преимущество - в простоте доступа к информационным ресурсам. С другой стороны, этот доступ также можно считать бесплатным, т.к. деньги будут удержаны с будущих поступлений от GIGAFONE или из Мобильного кошелька

**GIGAFONE. Вы ищите - Мы платим**



## **Инструкция по подключению к сервису**

### **Чтобы подключиться к GIGAFONE:**

- **Вам нужен телефон с поддержкой Symbian, Symbian UIQ, Windows Mobile**
  - **Подключенная услуга GPRS Internet.**
- 
- ✓ Отправьте на короткий номер 9909 **БЕСПЛАТНОЕ** sms-сообщение со словом **GIGAFONE**.
  - ✓ Дождитесь ответного sms-сообщения, содержащего WAP-ссылку для загрузки приложения **GIGAFONE**.
  - ✓ Перейдите по WAP-ссылке для загрузки приложения (нажатие на ссылку подтверждает Ваше согласие на получение рекламы).
  - ✓ Дождитесь загрузки приложения.
  - ✓ Приложение содержит правила и условия предоставления сервиса. Перед стартом работы приложения будет запрошено согласие с данными условиями.
  - ✓ Приложение так же содержит обязательную для заполнения анкету.

**Подключить услугу GIGAFONE Вы можете в салонах связи Мобайл Центр, Цифроград, Диксис, Евросеть, Связной, а также в офисах обслуживания компаний Максимус, Сим Мастер.**



## Механика привлечения абонентов

Начиная с 15 декабря 2005 г. консультанты Мобайл Центров рекомендуют всем покупателям мобильных телефонов стоимостью \$250 и выше загрузить программное обеспечение, позволяющее принимать рекламные сообщения при входящих звонках, и заполнить специальную анкету. Также нашу услугу уже предлагают в салонах DIXIS, Цифроград, Евросеть.

Консультант салона связи получает бонус за каждого абонента, загрузившего такое программное обеспечение и заполнившего анкету. Одновременно, абоненту будет сообщено, что при просмотре рекламного баннера, на его счет автоматически будут зачислены деньги.

Проводится рекламная кампания в метро (радио-ролики, полиграфия), в лифтах, проводятся промоакции. Абоненты GIGAFONE могут подключать к услуге своих друзей и знакомых и получать вознаграждение за каждого нового абонента. Чтобы подключить друга к услуге GIGAFONE:

Вы отправляете с мобильного телефона друга SMS с текстом D<пробел> Номер Вашего мобильного телефона ( Пример: D 89163409909) на номер 9909;

На телефон Вашего друга приходит ответное сообщение с WAP ссылкой для загрузки приложения GIGAFONE;

Друг загружает приложение GIGAFONE (оно привязано к его номеру телефона, т.е. к тому, с которого было послано SMS сообщение);

За отправку SMS сообщения с аппарата друга с Вашим номером Вы получаете 10 рублей на свой абонентский счет;

Далее на Ваш счет в течении 3-х месяцев будет перечислено до 100 рублей. (10 рублей сразу, далее до 90 рублей (проценты от начисления другу)).





## Дополнительные факторы в привлечении абонентов

GIGAFONE делает связь значительно дешевле, если не бесплатной.

После отмены платы за входящие звонки в июле 2006 года, абонент получает средства на оплату исходящих вызовов и прочих сервисов оператора

Размещение рекламы не мешает разговору или приему вызова, но обеспечивает полное к себе внимание

Это не раздражающий телемаркетинг или SPAM – абонент сам инициирует получение рекламных сообщений и имеет с этого свою собственную материальную выгоду

Подписка только с согласия абонента (согласие абонента происходит в момента перехода абонентом по WAP-ссылке для загрузки софта – самостоятельно или при помощи консультанта)



## Прогноз роста абонентской базы

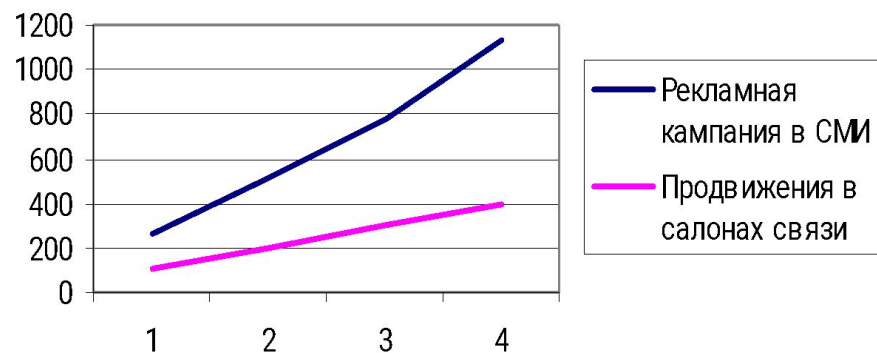
Суммарный ежемесячный объем продаж салонов связи в 2005 году – 1,2 млн. трубок.

20% данного числа (около 240 000) телефонов составляют дорогостоящие аппараты, стоимостью свыше \$250, поддерживающие трансляцию рекламных баннеров

По нашим предположениям, каждый десятый покупатель мобильного телефона данной ценовой категории становится нашим абонентом. Что предполагает динамику в 25 000 новых абонентов ежемесячно

Рекламная кампания, проводимая в СМИ на протяжении всего 2006 года, по ожидаемым прогнозам, будет приносить дополнительно до 65 000 абонентов ежемесячно

Прогноз роста абонентской базы в 2006 г. по кварталам, тыс.





## Дополнительные возможности

---

### **Поддержка BTL-мероприятий**

- В среде целевой аудитории
- Возможность поддержки краткосрочных акций just in time
- Интеграция системы в механику BTL-мероприятия
- Интерактивная коммуникация с потребителем
- Информационный сервис для событийных мероприятий
- Самостоятельные BTL-проекты в рамках системы GIGAFONE

### **Исследование аудитории**

Удаленное массовое анкетирование в среде целевой аудитории  
Систематизация результатов исследования и формирования отчетов на стороне системы GIGAFONE

### **Корпоративные программы сотрудничества**

Подключение базы корпоративных мобильных телефонов к системе GIGAFONE с целью экономии издержек на мобильную связь и получения дополнительных средств на рекламу собственных продуктов/услуг компании в среде абонентов GIGAFONE



## Чем мы обладаем

---

Запатентованные бизнес-идеи

Запатентованный алгоритм работы системы

Торговые марки, авторские права лицензии на программное обеспечение

Договоренности между участниками рынка

Программно-аппаратный комплекс для рассылки сообщений, для биллинга и т.д.

Спецификации

Встроенный софт для телефона

Технология загрузки абонентом софта, поддерживающего рекламу в сетях мобильной связи

Уникальная технология использования SMS gate оператора

Разработан вариант спецификации взаимодействия (протокол)

Разработана первая версия серверной компоненты комплекса

Разработана версия мобильного приложения для платформы Symbian и Windows mobile

Разработана версия мобильного приложения для всех телефонов, поддерживающих технологию GPRS и приема-передачи графических изображений

Проработана спецификация взаимодействия с оператором сотовой связи