

# Из интернета – в мобильную среду. Интерактивная реклама в мобильном интернете



Михаил Гетманов Генеральный директор MobileDirect 2008



# Из интернета – в мобильную среду. Интерактивная реклама в мобильном интернете

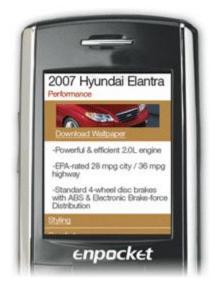
# Содержание:

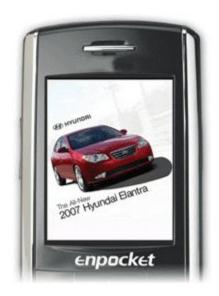
- 1. Case studies
- 2. Форматы мобильной рекламы
- 3. Эффективность мобильной рекламы
- 4. Ценообразование
- 5. Доступный инвентарь
- 6. Игроки рынка



# **Case study: Hyundai**







# Hyundai

Мобильная кампания марки Hyundai Elantra. Размещение – баннерная реклама на Sprint Mobile Media Network. Отклик рекламы – 9% СТR. Промо-сайт включает информацию об автомобиле и загружаемые заставки с изображением автомобиля.



# **Case study: Smirnoff**













# **Smirnoff**

Мобильная кампания водки Smirnoff. Размещение – мобильные порталы операторов Vodafone и Orange, другие мобильные порталы и сайты. Промо-сайт включает "карманного бармена", "водкапедию", гид по ночной жизни и др.



# **Case study: Land Rover**



## **Land Rover**

Мобильная кампания марки Range Rover Sport.

Размещение — более 2.5 млн. баннерных показов в системе AdMob с таргетингом на аппараты Apple iPhone, Blackberry, Treo. Промо-сайт содержит ссылку click-to-call для записи на тест-драйв, поиск ближайшего дилера и 15-сек. видеоролик. Из всех зашедших на сайт 23% посетителей воспользовались хотя бы одной из этих возможностей.



# Case study: Coca-Cola



Cick below to watch a Bottle
Films short!

Play Video
Download Video
Share as MMS
Video by mywaves

2007 The Coca-Cola Company. All
rights reserved

**Mobile Landing Page** 

## Coca-Cola

Мобильная кампания бренда Coca-Cola. Размещение – баннерные показы в рекламной системе AdMob в 160 странах с таргетингом на телефоны с видеовозможностями. Промо-сайт содержит ссылки на загружаемые видеоролики, а также возможность отправки mms с роликами друзьям.



# **Case study: MINI Cooper**







# **MINI** Cooper

Мобильная кампания автомобильного бренда MINI Cooper.

Размещение – мобильный портал оператора Sprint, мобильные сайты сети AdInfuse. Формат: 5-сек. видео-реклама динамически встраивается в бесплатно загружаемые мобильные видео-ролики.



# Case study: российские примеры



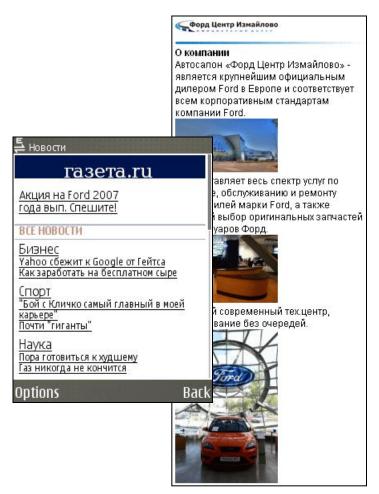
**Уралсиб** Nokia.mobi, сентябрь 2007 года



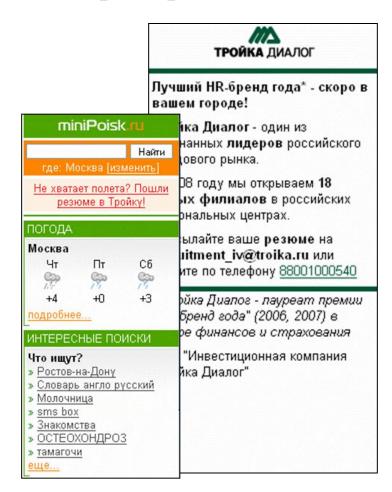
"Моё мобильное телевидение" Nokia.mobi, декабрь 2007 года



# Case study: российские примеры



**Ford** m.gazeta.ru, февраль 2008 года



**Тройка Диалог** m.minipoisk.ru, февраль 2008 года



# **Case study: Super Million Hair**







тел. <u>(495) 631-1100</u>, <u>(495)</u> <u>608-5924</u>, <u>(495) 631-4105</u>, <u>(495) 631-1755</u>

Главная Подробнее о системе Вопрос-ответ Цвета пудры Где купить / как заказать





# **Super Million Hair**

Мобильная кампания косметического средства для редких волос Super Million Hair. Исполнитель – компания MobileDirect. Размещение – баннерная реклама на портале мобильного общения Wazzap.ru с таргетингом по анкетным данным (впервые в России). Промо-сайт включает подробную информацию о продукте, видеоролики с демонстрацией использования продукта, ссылки прямого звонка в call-центр для заказа продукта.



# Форматы и каналы мобильной рекламы

# Мобильный интернет

- графические баннеры и текстовые ссылки на wap-сайтах

## Реклама во время звонка

- графические баннеры или видео-ролики

## Реклама на спящем экране

- текстовые сообщения

## Реклама в mms- и sms- рассылках

- графические баннеры и текстовые сообщения

# Реклама в играх

- графические баннеры

## Реклама в мобильном видео

- видео-ролики

# Bluetooth-реклама

- мультимедийные сообщения

| интернет-реклама                | Степень сходства | Отличия  |  |  |
|---------------------------------|------------------|--|--|--|
| vs.<br><b>мобильная реклама</b> | реклама ★★★☆☆    | Более широкое техническое разнообразие каналов доставки мобильной рекламы. |  |  |



# Эффективность мобильной рекламы



**Исследователь:** Агентство мобильного маркетинга Aerodeon совместно с независимым исследовательским агентством Millward Brown

Клиент: Глобальный мужской бренд

Кампания: Баннерная реклама на мобильном портале

**Результат:** Узнаваемость бренда выросла более чем на 30%. Вероятность покупки выросла на 23% среди пользующихся

брендом и на 11% среди не пользующихся.





Исследователь: Third Screen Media – специализированная

компания в области мобильной рекламы

**Клиент:** Lenovo

Кампания: Баннерная реклама на нескольких мобильных

порталах

Результат: Узнаваемость бренда выросла на 188%. Вероятность

покупки выросла на 15%.

Респонденты: Около 1500 мужчин и женщин.

| интернет-реклама<br>vs.<br>мобильная реклама | Степень сходства | Отличия   |  |  |
|--|------------------|---|--|--|
|  | ***              | Более высокая эффективность мобильной рекламы, меньшее количество проведенных исследований. |  |  |



# Доступный инвентарь в России

#### Сети:

MultiClick, MobileAds, Plus1: в сумме **10-15 тыс.** кликов в сутки

Сайты:

Nokia: **200 тыс.** показов в сутки (очень высокий CTR)

Jamango:1 млн. показов в суткиMail.ru:1.8 млн. показов в суткиwap.rambler.ru:100 тыс. показов в суткиwap.rbc.ru:300 тыс. показов в суткиTHT-TB:100 тыс. показов в сутки

Веб-издания: **до 300 тыс.** показов в сутки (pda.lenta.ru, m.gazeta.ru,

m.lj.ru, wap.afisha.ru, wap.newsru.com и др. - суммарно)

#### Операторы:

Wap-порталы - каждый прибл. 1 млн. показов в сутки

Рассылки МТС - более 250 тыс. абонентов

Спящий экран Билайн (Хамелеон) – 17 млн. абонентов

#### "Недоступный" крупный инвентарь

Контент-провайдеры (сосредоточены на продаже контента) Любительские сайты (большой трафик, но "грязный" контент)

| интернет-реклама<br>vs.<br>мобильная реклама | Степень сходства | Отличия   |
|--|------------------|---|
|  | ***              | Емкость рынка мобильной рекламы пока намного ниже, разнообразие доступных площадок невелико. Структура доступного инвентаря значительно отличается. |



# Модели ценообразования

# Механизмы ценообразования

## За время размещения

- wap-сайты с очень широкой аудиторией

#### За клики

- позиции внизу страниц wap-сайтов
- реклама в сетях wap-сайтов

#### За показы

- верхние позиции wap-сайтов (top-line) в мобильном интернете
- все остальные мобильные каналы ("спящий" экран, реклама во время звонка, mmsрассылки, реклама в играх)

# Структура стоимости

#### Размещение через агентства

- клиентская скидка, агентская комиссия, комиссия медиа-селлера, выплата площадке

## Онлайн-размещение в сети

- выплата площадке, комиссия сети

| интернет-реклама                | Степень сходства | Отличия                           |  |
|---------------------------------|------------------|-----------------------------------|--|
| vs.<br><b>мобильная реклама</b> | ****             | Существенные отличия отсутствуют. |  |



# Уровень цен

#### Премиум-площадки

Nokia Media Network 880 p. CPM

Jamango.ru 6.26 р. СРС, 12.50 СРС (с таргетингом по анкетам)

m.gazeta.ru 750 p. CPM

m.kommersant.ru 1000 p. CPM

m.sports.ru 500 p. CPM minipoisk.ru 250 p. CPM m.LiveJournal.ru 270 p. CPM Билайн 614 p. CPM 6000 p. CPM

## Рекламные системы в мобильном интернете

MultiClick, MobileAds, Plus1: аукционная система с ценой клика от 0.04 у.е., которая может доходить до 0.25 у.е., с таргетингом – до 0.50 у.е.

| интернет-реклама                | Степень сходства | Отличия   |  |  |
|---------------------------------|------------------|---|--|--|
| vs.<br><b>мобильная реклама</b> | ****             | Стоимость эффективного контакта в мобильной рекламе несколько ниже, чем в интернет-рекламе (высокий CTR). |  |  |



# Таргетинг (фокусировка рекламы)

## Простейший

- Время
- Объем рекламы
- Частота показов

#### Технический

- Операторы
- Модель телефона
- Географический регион

### Каналы аудитории

- Тематика сайтов
- Группы моделей телефонов

## Анкетные данные (в социальных сервисах)

- Демография
- Географический регион

| интернет-реклама                | Степень сходства | Отличия  |
|---------------------------------|------------------|--|
| vs.<br><b>мобильная реклама</b> | ****             | Есть дополнительные возможности таргетинга по параметрам телефона абонента, отсутствует контекстный таргетинг. |



# Игроки рынка мобильной рекламы

# Медиа-селлеры:









# Клиентские агентства:













































| интернет-ן | реклама |
|------------|---------|
| VS.        |         |
| мобильная  | реклама |

| 4 | 4 | 4            | 4            | - |
|---|---|--------------|--------------|---|
| X | X | $\mathbf{x}$ | $\mathbf{x}$ | W |
|   |   |              | _            |   |

Степень сходства

Отличия

Медиа-селлеры представляют собой специализированные компании в области мобильной рекламы.



# Мобильная реклама с MobileDirect

# Направления деятельности:

## Клиентский сервис

📫 планирование, закупка, размещение рекламы в российских мобильных каналах

#### Медиа-селлинг

взаимодействие с владельцами рекламных каналов; управление рекламной сетью
 wap-сайтов MultiClick; продажа рекламы на индивидуальных ресурсах разной тематики

#### Технология

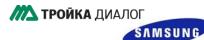
первая в России технология планирования и управления размещением рекламы в мобильных каналах Mobile Direct Advertising Platform (MDAP)

# Стратегия:

- Агрегация мобильных каналов для централизованного размещения рекламы
- Единая точка входа рекламодателей и агентств во все мобильные каналы



















# Будущее мобильной рекламы

"...В ближайшие годы оборот рекламы в мобильном интернете достигнет современных показателей продаж Google в обычном интернете и составит 10 миллиардов долларов..."

Эрик Шмидт, исполнительный директор Google





# Давайте работать вместе!



Михаил Гетманов Агентство мобильной рекламы MobileDirect

www.mobiledirect.ru

тел.: +7 (495) 945-0177 e-mail: <u>info@mobiledirect.ru</u>