



# Мобильная реклама в кейсах

# Plus1 WapStart – с чего все начиналось?

Видение 2005:

Интернет будет мобильным

+

Реклама необходима бизнесу

=

Реклама в мобильном Интернете

Наша задача – обеспечить доступ к каждому потребителю в любое время через его мобильный

# Мобильный рынок сегодня

1. В мире 1,5 млрд. Интернет-пользователей, а владельцев мобильных телефонов – 4,5 млрд.
2. Проникновение сотовой связи в России – 148%
3. 10 000 000 мобильных Интернет-пользователей в России  
(4 000 000 в 2005 году)
4. Глубина просмотра мобильных сайтов – 15 страниц  
(2 страницы в 2005 году)
5. Драйверы мобильного интернета:
  - Привлекательные тарифы
  - Скорость передачи данных
  - Новое поколение телефонов

# Почему мобильная реклама?

Персонально – индивидуальный доступ к потребителю

Интерактивно – возможность кликнуть, получить скидку, найти на карте и множество других типов взаимодействия

Заметно – размер мобильного баннера до 30% экрана телефона

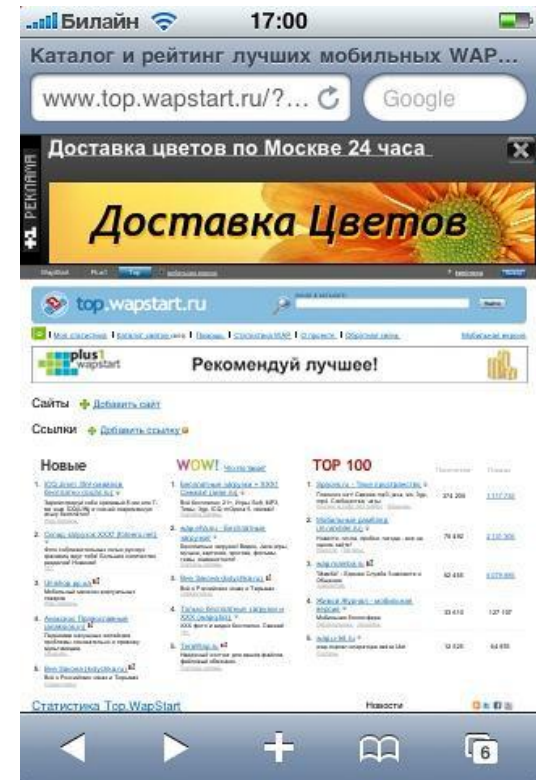
Доступно – низкий «порог входа», цена определяется рекламодателем

# Где транслируется мобильная реклама?

- мобильные сайты
- мобильные приложения
- интернет-сайты с мобильными посетителями

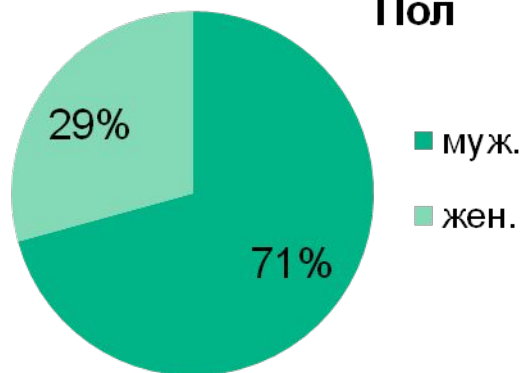
Технология масштабирования баннера в зависимости от размера экрана позволит эффективно монетизировать мобильный трафик

# Как это выглядит?

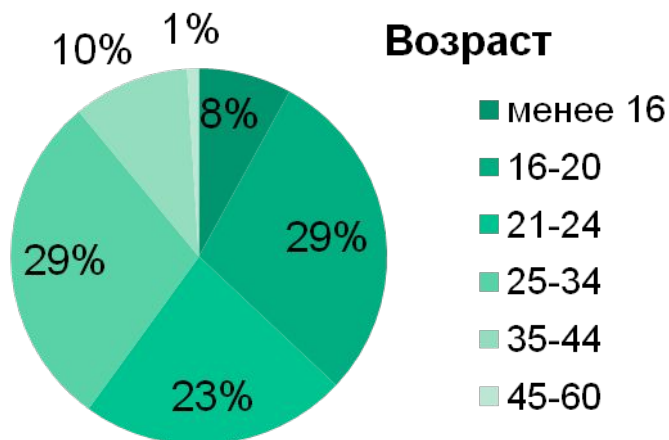


# Какая она, аудитория мобильной рекламной сети?

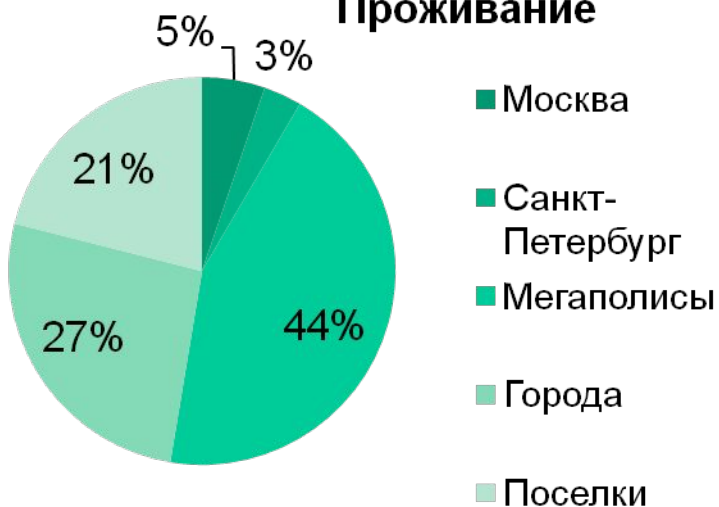
## Пол



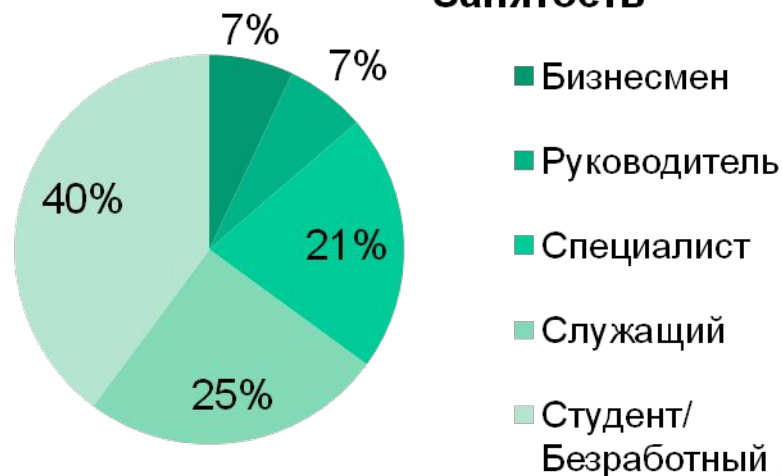
## Возраст



## Проживание

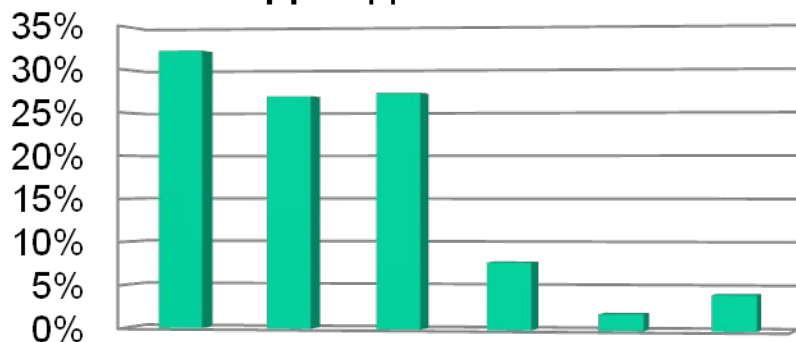


## Занятость



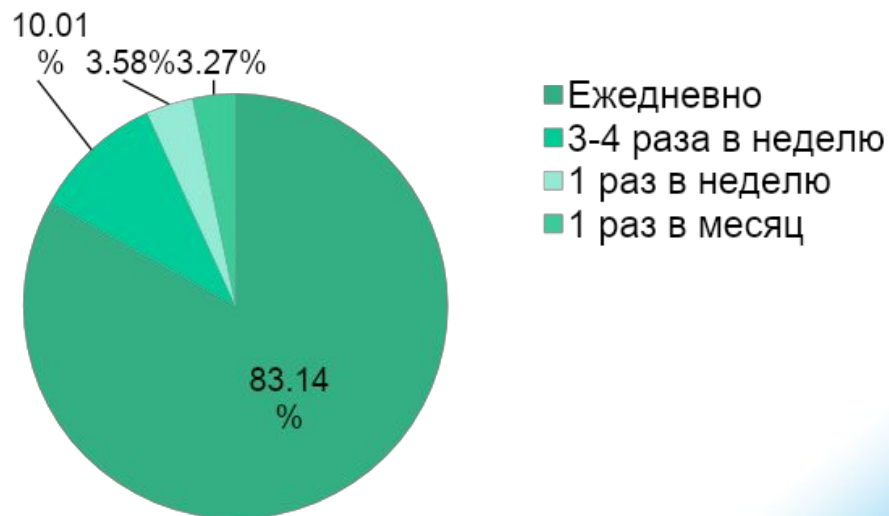
# Какова она, аудитория мобильной рекламной сети?

## Доходы



Студент/ Безработный  
Менее 10000 р.  
11000 – 30000 р.  
31000 – 50000 р.  
51000 – 70000 р.  
Более 70000 р.

## Как часто используется мобинет









- Ежедневно
- 3-4 раза в неделю
- 1 раз в неделю
- 1 раз в месяц



# Типы взаимодействия рекламодателя с потребителем

Интерактивность мобильной рекламы – одно из ее важнейших преимуществ. Существует множество типов интеракции с пользователем. Вот некоторые из них:

-  click-to-web
-  click-to-call
-  click-to-SMS
-  click-to-video
-  click-to-download
-  click-to-map

и многие другие!

# Продвижение мобильного приложения MTTalk

**МТТ** — российский оператор междугородной и международной связи.



## Цель рекламной кампании

Привлечение новых пользователей мобильного приложения MTTalk, позволяющего осуществлять междугородные и международные звонки по низким ценам.

Основная задача – повышение уровня скачивания приложения на **15-20%**.

## Метод

Размещение в сети Plus1 WapStart мобильных баннеров со ссылкой на сайт сервиса.

Вид рекламных объявлений – рекламный текст + графический баннер

Таргетинг рекламной кампании: территория России без ограничения по моделям телефонов.

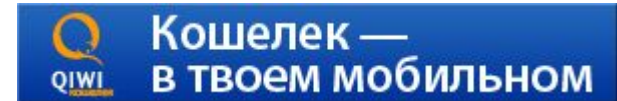
## Результат

В результате проведенной рекламной кампании рекламодатель получил **50 000** переходов на промо-сайт услуги, а уровень скачивания приложения вырос более чем на **40%**.

# Продвижение iPhone-приложения Qiwi

**Qiwi** — российский платежный сервис.

## Цель рекламной кампании



Привлечение новых пользователей мобильного приложения Qiwi-кошелек для платформы iPhone, позволяющего осуществлять платежи с мобильного телефона.

Основная задача — повышение уровня скачивания приложения.

## Метод

Размещение в сети Plus1 WapStart мобильных баннеров со ссылкой на Apple App Store.

Вид рекламных объявлений — рекламный текст + графический баннер.

Таргетинг рекламной кампании: все пользователи телефонов Apple iPhone.

## Результат

В результате проведенной рекламной кампании за 12 дней рекламодатель получил более **6 500** переходов на страницу приложения в App Store, а уровень скачивания приложения вырос более чем на **10%**.

# Продвижение мобильных VAS с оплатой по подписке

**Tim W.E.** — португальская компания, оказывающая услуги сотовым пользователям по всему миру.



## Цель рекламной кампании

Привлечение потребителей нового мобильного сервиса с тарификацией по подписке в некоторых странах СНГ.

Основная задача — добиться конверсии кликов в подписки **2-2,5%**.

## Метод

Размещение в сети Plus1 WapStart мобильных баннеров со ссылкой на сайт сервиса.

Вид рекламных объявлений — графический баннер

Таргетинг рекламной кампании: территория выбранных стран с определенными операторами.

## Результат

Рекламная кампания проходит с CTR **1,2%** и конверсией более **3%**!

# Продвижение offline-продукта в мобильном интернете

**Garnier** – французская косметическая компания.

## Цель рекламной кампании

Продвижение продукта Pure Active на российском рынке..

Основная задача – **6 000 000** показов рекламы при уровне CTR не ниже **0,2%**.

## Метод

Разработка мобильного промо-сайта продукта Pure Active от Garnier.

Размещение в сети Plus1 WapStart мобильных баннеров со ссылкой на подготовленный мобильный ресурс.

Вид рекламных объявлений – рекламный текст + графический баннер.

Таргетинг рекламной кампании: территория России, без трансляции на площадках категории 18+.

## Результат

В результате проведенной рекламной кампании за неделю реклама Garnier Pure Active была показана **6 000 000** раз при уровне CTR **0,25%**.



Гарньер Чистая Кожа Актив ЭксфоПро

Инновация в борьбе с прыщами

ЭксфоПро обеспечивает профессиональную технику очищения благодаря насадке с 170 экстремальными и экстраэластичными щетинками и формуле, обогащенной натуральными ингредиентами.





Спасибо за внимание!



**Компания WapStart – крупнейшая сеть  
мобильной  
рекламы в России!**

Связаться с нами!

Тел.: +7 (495) 223-06-14

E-mail: [sales@co.wapstart.ru](mailto:sales@co.wapstart.ru)

[www.wapstart.ru](http://www.wapstart.ru)

[www.plus1.wapstart.ru](http://www.plus1.wapstart.ru)

Всегда рады сотрудничеству!