



mobile marketing



1. Этапы реализации проекта
2. Кто есть кто на рынке мобильного маркетинга
3. Выбор партнера. Возможные схемы сотрудничества
4. Ключевые параметры успешной программы
5. Кейсы
6. Выводы







Кого привлекать к подобным мероприятиям?

Контент-провайдер

Это компания на коммерческой основе, занимающаяся авторизацией, разработкой и поставкой мобильного контента объектам и субъектам рынка.

Мобильный контент — цифровой контент, адресованный владельцам мобильных устройств. Как правило, специально адаптированном или даже изготовленном, с учетом технических возможностей мобильных устройств и канала беспроводного доступа. в настоящее время чаще всего картинки, (.gif или .jpg и др); звуковые файлы (.midi, mp3 и др.); видеофайлы (.avi, .mp4, .mpeg и др.) и прочие цифровые файлы, предназначенные для загрузки в мобильные устройства посредством беспроводной связи.

Агентство мобильного маркетинга

Это компания специализирующаяся именно на мобильном маркетинге как на сегменте предоставляемых услуг.

Мобильный маркетинг – процесс реализации маркетинговых активностей выраженных или ориентированных на использование в т.ч. Инструментов мобильной коммуникации.

В частности телефон – (wap, SMS, j2ME и т.д.)

Иногда в следствии обуславливающих факторов...

Агентство = бренд провайдер





Бренд FMCG – Маркетинговое агентство – Агентство мобильного маркетинга

Особенности:

- Агентство ММ выступает в роли подрядчика исполнителя.
- Агентство клиента лидирует маркетинговую составляющую.
- Высока доля возможного преимущества за счет накопленного опыта взаимодействия с клиентом





Бренд FMCG - Агентство Мобильного маркетинга

Особенности:

- Сотрудничество осуществляется напрямую между бренд командой и агентством.
- Широкий спектр взаимодействия - Маркетинговая составляющая ложится либо на бренд- группу либо на агентство (зачастую).
- Постоянное и прямое вовлечение бренд-группы в процесс реализации.





**Правильный сплав Телеком и Маркетинговой
составляющей при планировании проекта.**

=

1. Выбор наиболее соответствующей ЦА механики
2. Подбор релевантных бренду FMCG инструментов проведения
3. Эффективное продвижение и анонсирование программы

Максимизация эффективности
использования ресурсов



Маркетинг-составляющая

Коммуникация с потребителем по
средством данных технологий

Мобильный телефон

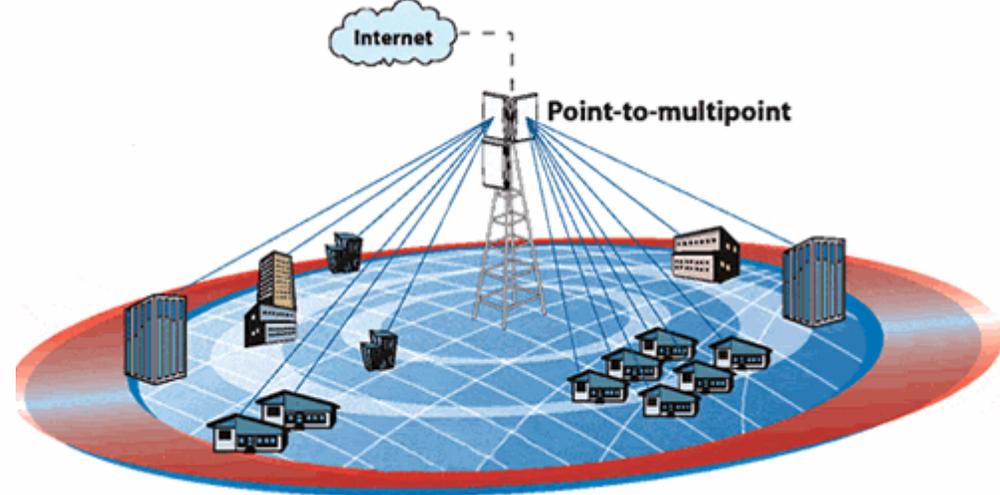
- SMS, MMS
- Bluetooth
- IVR
- J2ME
- WAP (мобильный интернет)

Интернет

- WEB сайт
- Продвижение



Телеком



Pepsi Аватаризация



- **Бренд:** Pepsi
- **Акция** «Аватаризация»
- **Сроки:** 50 дней – 10 апреля - 29 мая 2007 года
- **Охват:** РФ
- **Аудитория** мол. 16-25

- **Механика акции:** Розыгрыш MP4 плеера **Каждые 15 минут** методом случайной выборки
- **Рекламная поддержка:** TV-ролик, POSM, анонс на упаковке,
- **Функции:** Техническая составляющая
- **Уровень отклика:** 229 967 смс
- **Заявленное количество промо-продукта:** 35 млн

- **Дополнительная информация:**
www.pepsi-sms.ru

ОТКРЫВАЙ, ЖИВИ, ТВОРИ!
...БОЛЬШЕ НА WWW.PEPSI.RU

ВЫИГРАЙ MP4 ПЛЕЕР PEPSI - 4800 MP4 ПЛЕЕРОВ
РОЗЫГРЫШ КАЖДЫЕ 15 МИНУТ, 24 ЧАСА В СУТКИ В
ТЕЧЕНИЕ 50 дней
с 00:00:00 10 апреля до 23:59:59 29 мая 2007 года





«Стань звездой Pepsi»

- **Бренд:** Pepsi
- **Акция** **Фотоконкурс «Стань звездой на банке Pepsi»**
- **Сроки:** 60 дней – 1 февраля - 30 марта 2008 года
- **Охват:** РФ
- **Аудитория** мол. 16-25

- **Механика акции:** Творческий конкурс с поддержкой в виде розыгрыша призов (sms лотереи)
- **Рекламная поддержка:** TV-ролик, POSM, анонс на упаковке, Интернет (в т.ч. Спец проект)
- **Функции:** Маркетинг + телеком

- **Уровень отклика:**
 - 30 000 sms участников
 - Загружено более 43 000 фотографий
 - Около 90 000 смс (кампания еще продолжается)

- **Заявленное количество промо-продукта:** 25 млн

- **Дополнительная информация:**
www.pepsi-sms.ru



- Успех будущей активности формируется на этапе подготовки и планирования
- Важно. Качество подготовки проекта не обуславливает количество задействованных участников
- Беспроводные технологии не имеют сами по себе ценности без маркетинговой базы
- Маркетинг продвижения как был так и остается основным ключом к успеху.



СПАСИБО!

ВОПРОСЫ?

