

ПЕРВЫЙ АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ
КОНТЕНТ-ПРОВАЙДЕР
WWW.ALT1.RU

Мобильный
Маркетинг





Мобильный маркетинг: что было, что есть, что будет...

**Акулич Марина,
Руководитель PR-отдела
A1: Первый альтернативный контент-провайдер**

**ПЕРВЫЙ АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ
КОНТЕНТ-ПРОВАЙДЕР**



Немного истории

➤ Поколение «гаджетников»

- 2-3 года назад – появление нового социально-демографического типа
- 16-25, доход \$500+, образование среднее и высшее
- Активные потребители и экспериментаторы

➤ Новый канал коммуникации

- Мобильная связь стала более доступна...
- ...а старые рекламные каналы – менее эффективными

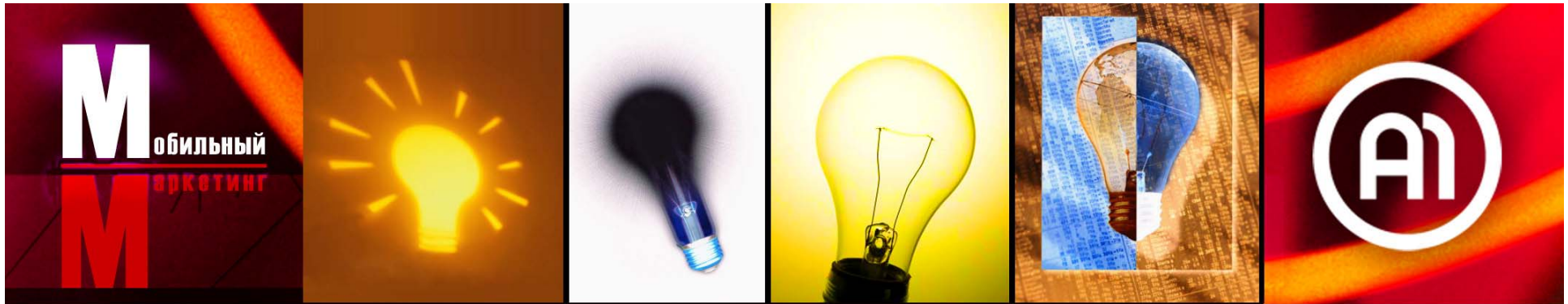


Немного истории

➤ Неэффективность старых рекламных каналов:

- Увеличение стоимости контакта
- Снижение отклика на рекламные сообщения
- «Шумная» среда – все рекламируют одно и то же
- Нет возможности интерактивного отклика
- Сложность измерения отклика
- Удержание аудитории зависит лишь от постоянного увеличения показов....

ТУПИК?



НЕ ПАНИКОВАТЬ!

НЕ ПАНИКОВАТЬ!

© Автостопом по Галактике

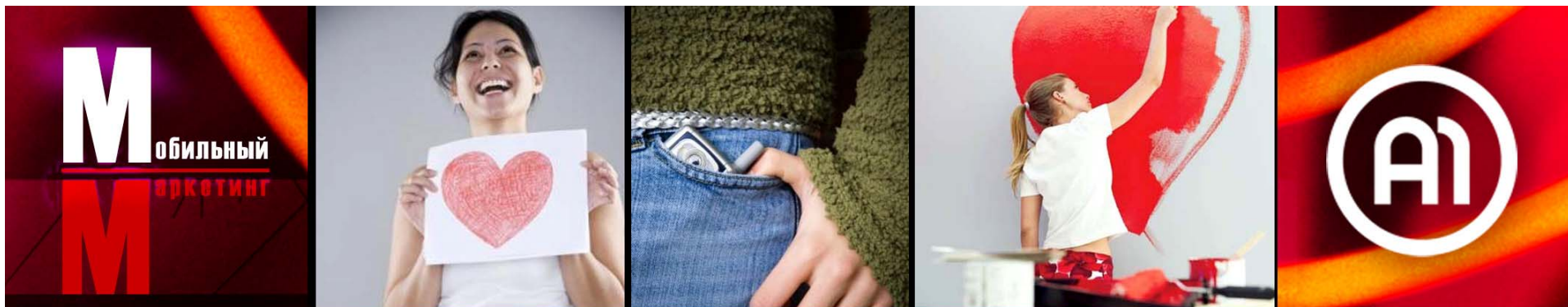
ПЕРВЫЙ АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ
КОНТЕНТ-ПРОВАЙДЕР



Мобильный маркетинг: давайте определимся?

Альтернативный
Прямой
Эффективный
Мобильный
коммуникационный канал

- **Джинн из бутылки или из-под крышки?**
- **Мобильный маркетинг** – это
 - прямая коммуникация с потребителем
 - оперативный сбор полной информации о всех потребительских откликах



Основной инструмент ММ: близко к сердцу и карману

МОБИЛЬНЫЙ
ТЕЛЕФОН!

- **Персональный** - всегда рядом, никто не может на него влиять.
- **Интерактивный** - позволяет давать обратную связь
- **Быстрый** - моментальная реакция на рекламное сообщение
- **Широкий охват** - уровень проникновения сотовой связи = **137%** (WOW!) в России
- **Простой** - для участия достаточно нажать пару кнопок



MM+Бренд=?

РЕКЛАМНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

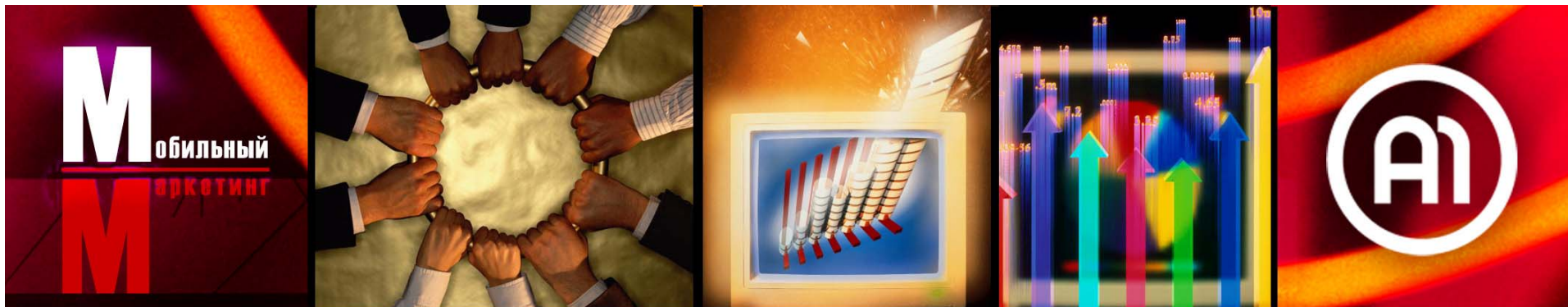
- **Расширение интерактивных возможностей:** online и real time общение с брендом
- Привлечение **дополнительных участников к акции** и, как следствие, увеличение продаж продукта-участника акции
- **Привлечение новых потребителей за счет акции** – импульсное вовлечение
- Появление **дополнительного медиа-канала** для трансляции рекламных сообщений – SMS
- **Удержание целевой аудитории** – азарт и спортивный интерес!



MM+Бренд=?

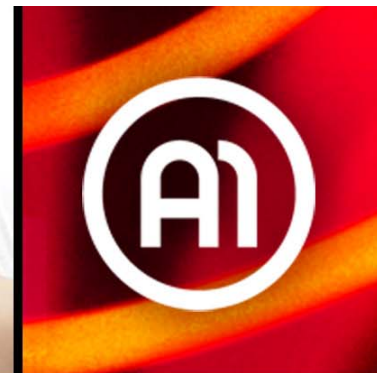
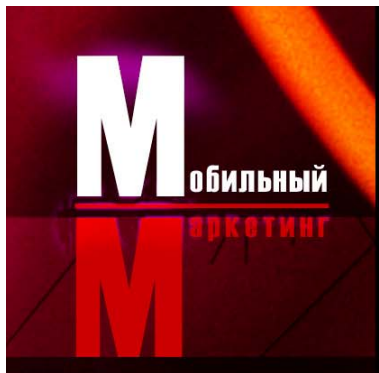
МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

- Идеальный способ **оценить активность** своих потребителей – мы точно знаем, кто заинтересован в бренде!
- Моментальное **создание базы данных** участников с разделением ее на различные целевые сегменты
- Возможность дальнейших **моментальных исследований и анкетирований**
- **Постоянное информирование** участников об активностях компании



ММ+РА=?

- Готовый набор инновационных, современных и **полностью готовых к использованию промо-инструментов**
- Абсолютно **новый медиа-канал**, который потенциально интересен заказчику!
- На тесном рекламном рынке – технологичное и уникальное **конкурентное преимущество**
- Новая возможность провести яркую и **не требующую колоссальных затрат** рекламную или btl-кампанию
- **Простота проведения маркетинговых исследований** и организации CRM-системы для заказчика.



А нужно ли это потребителю?

Что же получают потребители сейчас?

Только рекламу? НЕИНТЕРЕСНО!

Тратят деньги и ничего не получают? НАДОЕЛО!

Навязчивый развод на бабки? СКОЛЬКО МОЖНО?!?!?!?

ВЫВОД: МЫ ИХ ДОСТАЛИ!!!



Ответ: «Не нужно!» И что дальше?

А дальше ответ: мы НЕ напрягаем потребителя 😊

- Участие и результат – **ЗДЕСЬ и СЕЙЧАС!**
- Возможность стать **обладателем ценного приза** от бренда
- **Азарт и интерес** участия
- **Удобство:** не нужно вырезать лого с упаковок и отправлять бандероли по почте, тратя силы и время
- **Гарантия честности** – статистика онлайн
- **Уверенность и лояльность** к бренду!

**Мобильный маркетинг – джинн из бутылки!
Или из-под крышки.**

**Мобильный маркетинг – 3 молодца из ларца!
Или старик Хоттабыч.**

**Мобильный маркетинг –
Птица Счастья сегодняшнего дня!**



Тенденции: как все движется?

➤ Увеличение популярности:

- Рост уровня проникновения сотовой связи
- Все большая доступность для потребителей!
- «Переброс» рекламных бюджетов в сферу BTL
- Увеличение доверия потребителей

➤ Мультитранспортность:

- Использование всех возможных мобильных технологий: SMS, JAVA, WAP, WEB, USSD, IVR...

➤ Многофункциональность:

- Не только стимулирование продаж!
- Интерактивные исследования аудитории по регионам и уровням активности абонентов
- Корректировка маркетинговых стратегий исходя из результатов



А что дальше?

➤ **Появление новых технологий**

- SMS + современные технологии = яркие сервисы, нескучные сервисы для потребителей, а значит большее внимание к продуктам
- Бренд получает еще больше внимания за счет высокотехнологичных и красочных сервисов

➤ **Переход мобильного маркетинга из сферы BTL в сферу CRM**

- Появление совершенного нового медиа-канала и рекламного инструмента
- Возможность «залезть в сознание» потребителя
- Большие возможности по повышению уровня лояльности к бренду и продукту



А что дальше?

- **Развитие мобильной рекламы**
 - Мобильный телефон как самостоятельный медиа-канал, в котором бренды размещают прямую рекламу
 - Полное использование возможностей WAP
 - Мобильное телевидение как еще одно СМИ

- **JAVA-приложения как интегрированная брендированная среда коммуникации**
 - Все брендированные сервисы – в одном месте
 - Создание фан-клубов бренда
 - Двусторонняя интерактивная связь между производителем и потребителями
 - Влияние на лидеров мнений



А что дальше?

- **Расширение рынка и мир во всем мире**
 - Вовлечение региональных брендов и брендов второго эшелона в механики, использующие ММ
 - Появление брендов, рекламирующихся ТОЛЬКО с помощью мобильного маркетинга
 - Появление сетей распространения продуктов с использованием мобильных технологий (MLM)



Почему мы об этом говорим?

- **Потому что мы знаем**, как сделать мобильный маркетинг РАБОТАЮЩИМ инструментом
- Потому что мы мало говорим и **много делаем**
- **Потому что нас выбрали** LAYS, Сибирская корона, Pall Mall, пиво «Т», LM, Арбат Престиж, BMW, Kent, FLASH, Universal, LM....
- **Потому что мы первые и лучшие** 😊



Правила безопасности при работе с ММ

- Наличие у агентства мобильного маркетинга **собственного штата** разработчиков
- **Широкий пул коротких номеров**, подключенных у всех операторов
- Возможность выделить короткий федеральный номер специально для заказчика
- Наличие портфолио **нестандартных решений** и акции, не ограниченных только технологией sms, использующих другие мобильные технологии – ussd, java, wap.
- Наличие **собственных рекламных площадок**
- **Доброжелательность и открытость** ваших партнеров – для того, чтобы вам было приятно заниматься вашей работой 😊



Как связаться?

Исполнительный директор:

Пухов Александр, a.puhov@Alt1.ru

Руководитель дирекции мобильного маркетинга:

Кириленко Марина, m.kirilenko@Alt1.ru

Руководитель PR-отдела:

Акулич Марина, m.akulich@Alt1.ru

Тел.: +7 (495) 363 14 27

Адрес: Москва, ул. Фридриха Энгельса, д. 75, стр. 11

WEB: www.alt1.mobi

ПЕРВЫЙ АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ
КОНТЕНТ-ПРОВАЙДЕР