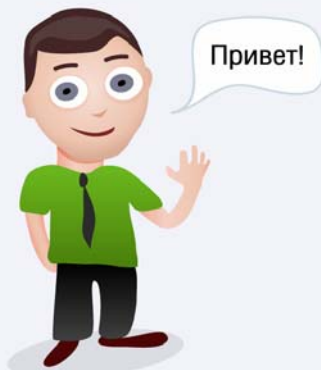


**«Один день – и Вы на рынке
мобильного контента!»**



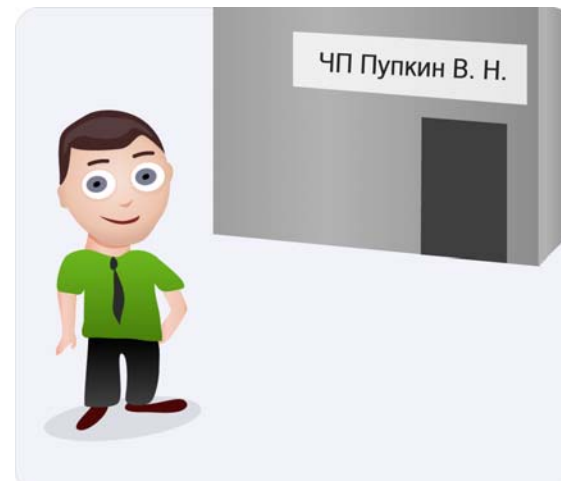
интерактиви
www.interactivi.ru

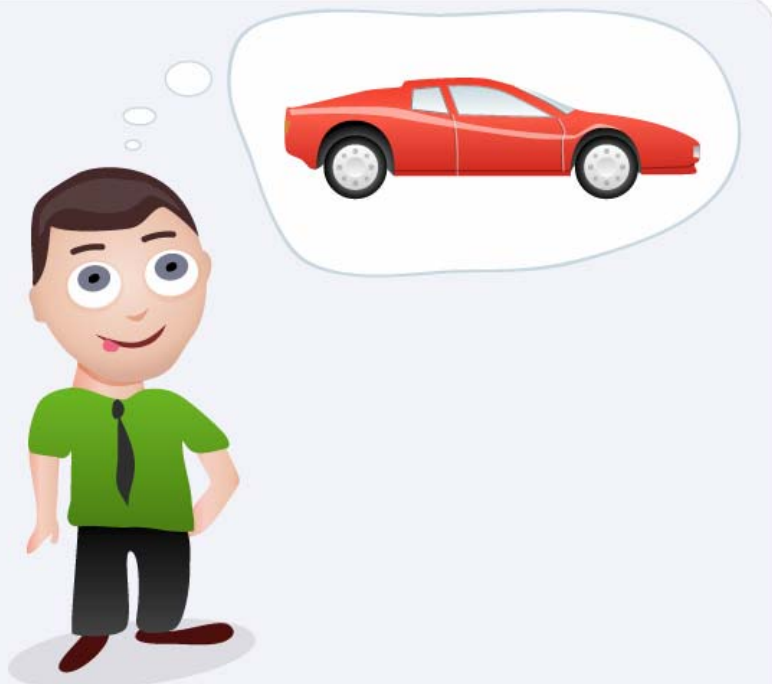


Для начала – позвольте представить главного героя нашего сегодняшнего рассказа. Зовут его Василий.

Василий – это собирательный образ, поэтому, неважно кто он – предприимчивый молодой человек или небольшая амбициозная компания, желающая добиться успеха на перспективном рынке.

Или даже серьезная фирма со сложившимися традициями, клиентурой, репутацией, которая находится в поиске конкурентных преимуществ.





Неважно, что больше волнует нашего героя – как быстро он сможет купить себе «автомобиль мечты», или сколько временных, моральных и финансовых усилий придется потратить на становление собственного бизнеса – прежде всего, он стремится сделать все возможное, чтобы сочетать минимальные затраты при максимальной отдаче.



БЫСТРО



КАЧЕСТВЕННО



НЕДОРОГО



«Не бывает», - скажете вы? Нет в бизнесе схемы под кодовым названием «Золушка»? Бесплатный сыр только в мышеловке, а из понятий «быстро», «качественно» и «недорого» сразу можно выбрать только два?

«Это не совсем так», - скажем мы.

Итак, Василий – некий обобщенный образ, сложенный из умения быть в курсе событий, способности генерировать идеи, быть мобильным и всегда стремиться к новому.

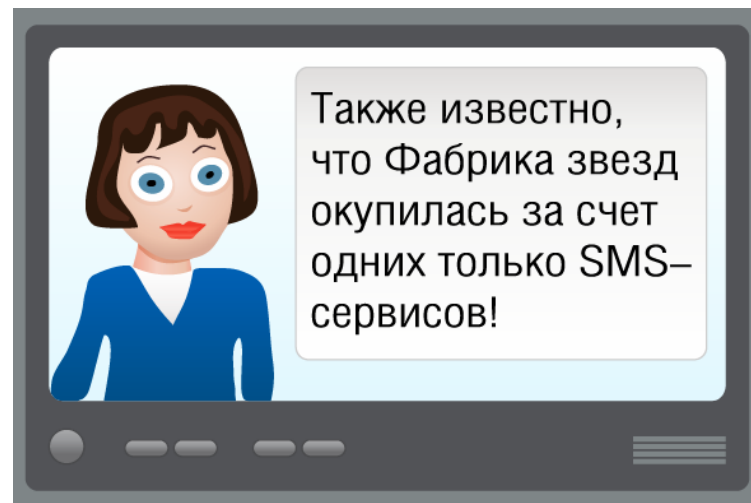




В 7.30 утра Василий, как обычно, встает, чтобы начать свой трудовой день. Уплетая завтрак, он, как обычно, смотрит новости: ...«Мобильный маркетинг – один из наиболее эффективных каналов работы с потребителем»... - Василий вспоминает о том, как радовалась жена, когда любимый магазин вовремя сообщил ей по SMS о распродаже, и она смогла урвать симпатичную кофточку. ...

...«Фабрика звезд» окупилась за счет одних только SMS-сервисов»... - Василий ловит себя на мысли, что жалеет о том, что не работает на «Фабрике Звезд»...

...«Все больше банков предоставляют пользователям возможности отслеживать баланс и транзакции на мобильном»... – Василий вспоминает о том, что неплохо бы всегда быть в курсе о том кто, сколько и где потратил по его кредитке.



Отправь SMS на номер
XXXXX и узнай, повезет ли
тебе сегодня в делах!

XXXX



И наконец, когда во время рекламной паузы закадровый бархатный голос кого-то, кто по определению не мог не быть шикарной женщиной с зовущими глазами, предложил Василию отправить SMS на короткий номер, чтобы узнать, повезет ли ему сегодня в делах, Василий, с улыбкой чеширского кота послушно набрал продиктованные бархатной женщиной цифры и через 3 секунды его телефон весело пискнул:

«сегодня удачный день, чтобы начать новое дело, дерзайте и будете на высоте», – прочитал наш герой в полученном сообщении.



$$150 \times 0,45\$ = ?$$



Представив, сколько таких же, Василиев, как и он, по всей стране поддались очарованию бархатного голоса, наш герой, со своим математическим складом ума, быстренько прикинул в голове, сколько денег только что появилось в кармане владельца ролика с бархатной тетей.

Все это заставило его по-новому взглянуть на свой мобильник. И вот в 8.00 Василий решает, что дополнительные услуги мобильной связи – это должно быть, выгодный бизнес! И лезет в Интернет, чтобы узнать подробности того, как и где он может приложить свои ручки к развитию этого пока еще относительно нового (а значит, очень быстро развивающегося!) для России рынка.





интерактиви
www.interactivi.ru



Эврика!

В 8.30, после недолгого, но довольно информативного общения с Интернетом Василий узнает, что рынок дополнительных услуг мобильной связи в России успел не только набрать обороты, но и обзавестись собственными правилами, традициями, тенденциями и лидерами. И что сегодня мобильный контент в России представлен далеко уже не только рингтонами, картинками и темами для телефона. По сути, мобильным контентом может стать любая информация в любой форме.

Так же, Василий делает вывод о том, что основными критериями успешности контент-провайдера можно назвать: актуальность контента, высокое качество услуг и наличие «фишки».

Не на шутку заинтересовавшись темой, Василий приступил к изучению участников рынка.



Итак, сегодня в России зарегистрировано порядка 300 компаний, основным родом деятельности которых декларируется предоставление дополнительных услуг мобильной связи. Постоянную активность сохраняют не более 100 компаний, и всего лишь 15-20 из них обеспечивают 80% общего оборота рынка.

Хм... почесал затылок Василий. Значит, не все так просто, как кажется на первый взгляд.



Итак, дальнейшее изучение рынка Василия выявило, что для того, чтобы продавать собственный контент нужно как минимум следующее:

Что необходимо иметь контент-провайдеру

Договоры с операторами

- более 25 операторов
- процесс заключения договора – до 6 месяцев
- частые смены тарифов

Техническая платформа

- дорогая разработка
- технический отдел
- дорогая поддержка

Договоры с авторами

- свой собственный контент
- юридическая чистота

Канал продвижения

- дороговизна медиа-каналов
- отдел рекламы



- ☹ Существенные начальные вложения
- ☹ Временные затраты
- ☹ Юридическое урегулирование

Василий приуныл, а «автомобиль мечты» улетел с горизонта, махнув бампером.



интерактиви
www.interactivi.ru



Но, пытливым ум и привычка не унывать позволили нашему герою грустить не более трех минут, потому что по прошествии этого времени Василия осенило – ведь можно, имея просто контент идею на любой стадии реализации, заключить договор с компанией-агрегатором, у которой есть все необходимое, и получить все единым пакетом, вопрос только в том, чтобы отчисления в пользу компании-партнера делали данное предприятие взаимовыгодным.

«Автомобиль мечты» снова появился на горизонте с криком - «милый, а вот и снова!».





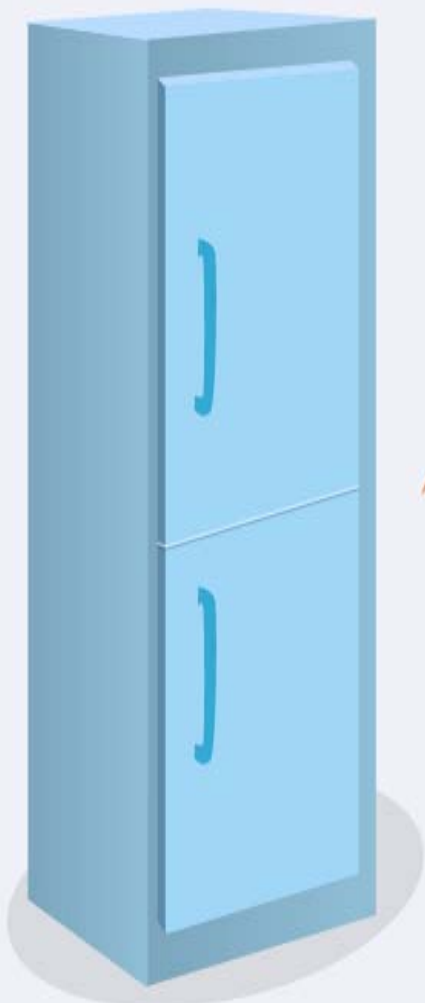
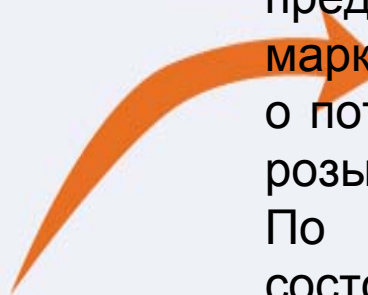
И тут Василия понесло...

Ведь мобильный контент можно сделать из чего угодно! Розничные сети могут оповещать своих клиентов о распродажах, новинках, специальных предложениях, проводить акции мобильного маркетинга, одновременно собирая информацию о потребителях и повышая их лояльность путем розыгрыша ценных призов.

По SMS можно получать информацию о состоянии счета в банке, любых операциях со счетом.

Имея с собой мобильный телефон, подключенный к определенной услуге, можно смотреть любимую передачу, стоя в пробке, или познакомиться со своей второй половинкой.

Мечтательно откинувшись в кресле, Василий представил, что недалек тот день, когда его холодильник будет посылать SMS в ближайший супермаркет на предмет наличия в нем любимого пива для хозяина и заказа пары ящиков на вечер.



Итак, Василий, который, как мы помним, – собирательный образ, олицетворяющий любой, а главное динамично развивающийся и восприимчивый к новому российский бизнес, сделал следующие выводы:

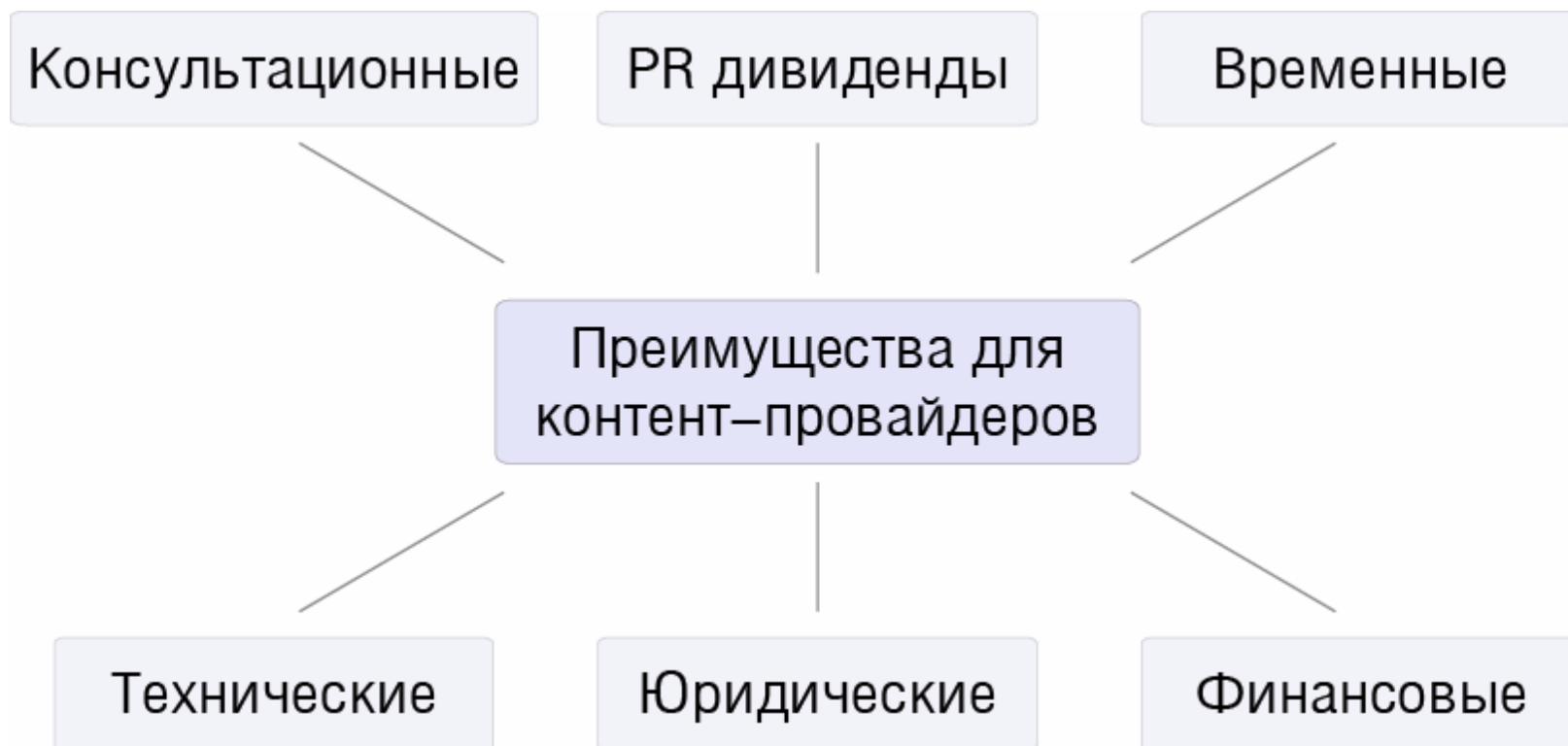




В 10.00 Василий начинает штудировать предложения агрегаторов.

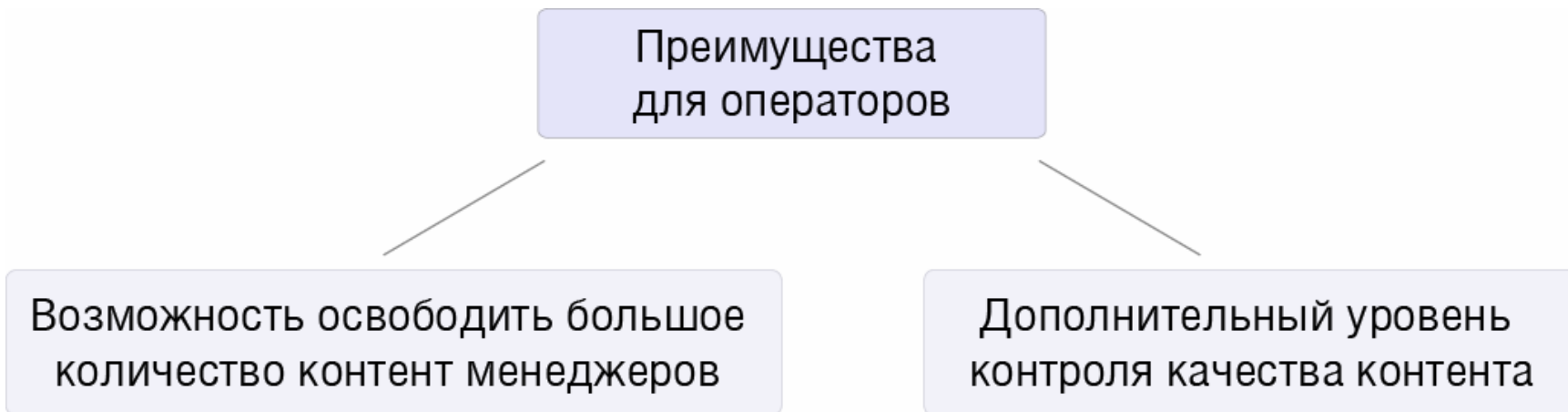
Как же позиционируют себя агрегатор на рынке сегодня, и в чем видимые преимущества тройственной модели работы контент-провайдер – агрегатор – оператор?

В частности, для себя, как для потенциального контент-провайдера, Василий увидел следующие:



«Зачем же это может быть выгодно оператору?», - задумался Василий.

И тут же сообразил:





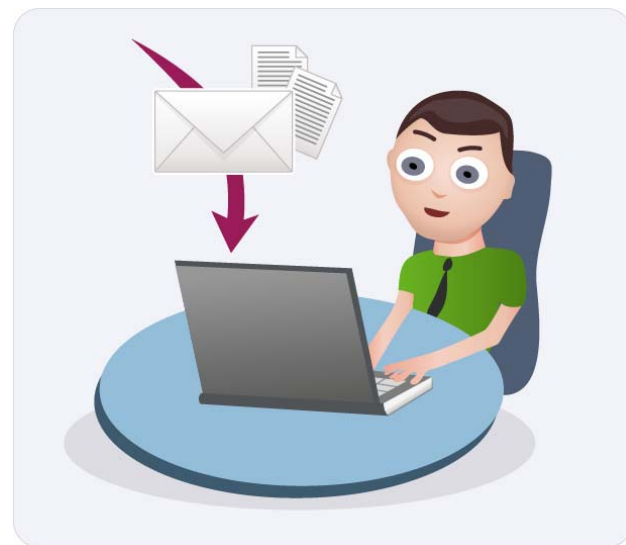
«Как хорошо, когда всем хорошо!», - подумал Василий.
«И как хорошо, когда все можно сделать быстро!»

«Автомобиль мечты» подмигнул Василию фарой.



Итак, в 12.00, вдоволь избороздив просторы мировой паутины, наш герой определился. У Василия есть – желание работать, оригинальный контент, обоснования того, что он будет пользоваться спросом. Василию не очень понятно – как он может технически взаимодействовать с агрегатором, а так же, какие нормативно-правовые аспекты этой работы ему нужно будет учесть. Поэтому, в 12.30 письмо с кратко изложенной ситуацией улетает несколькими компаниям агрегаторам.

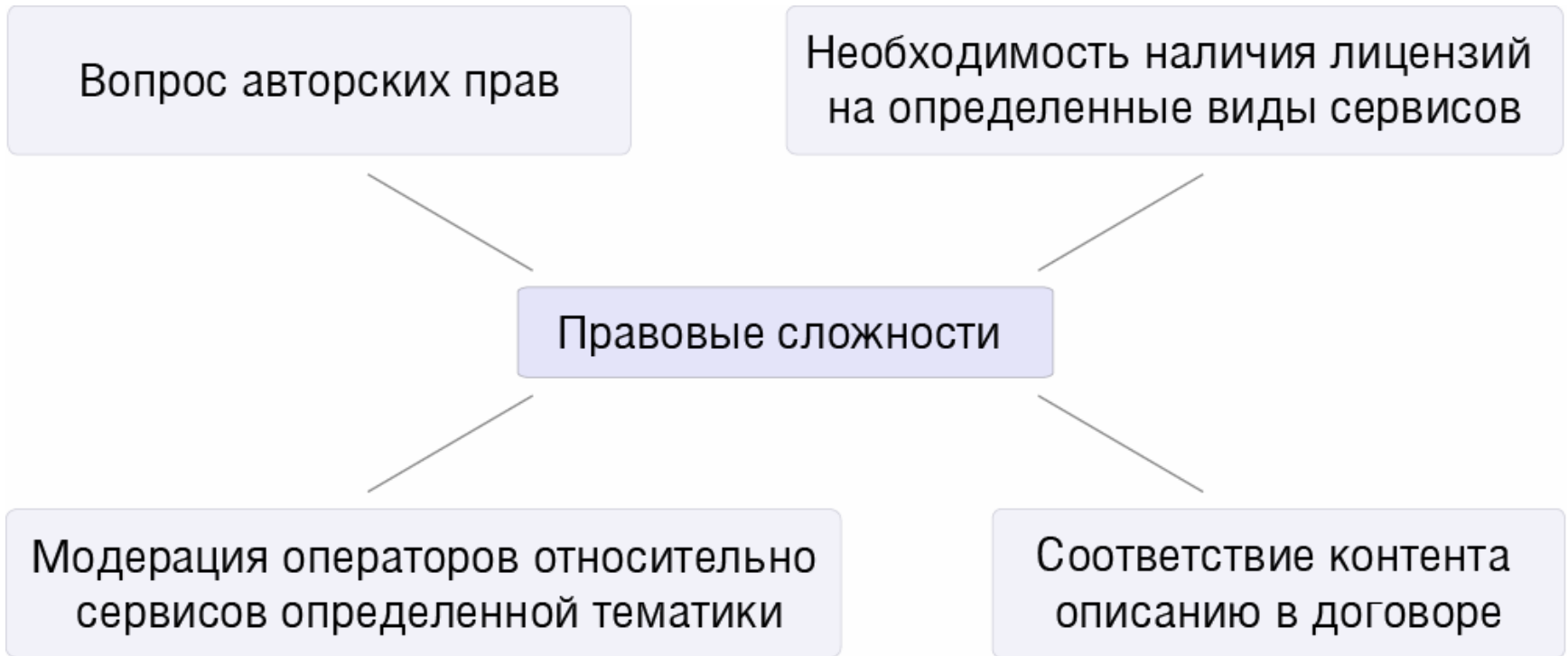
Буквально через час, Василию приходят несколько ответов. Шаблоны договоров, таблицы с коэффициентами расчета доходов, коммерческие предложения, описания технических вариантов взаимодействия. Словом, есть пища для размышлений.



Больше всего Василия интересовала техническая сторона, поэтому подробнее на ней и остановимся. Агрегатор, в работе с контент провайдером пытается учесть специфику любого потенциального клиента. Поэтому, способов, по которым контент-провайдер может подключиться к платформе агрегатора – несколько. Вот основные из них:



Василий, соотнеся масштабы своего бизнеса и требования к возможному VAS-сервису, более или менее определился с техническим вариантом и углубился в изучение правовых вопросов.



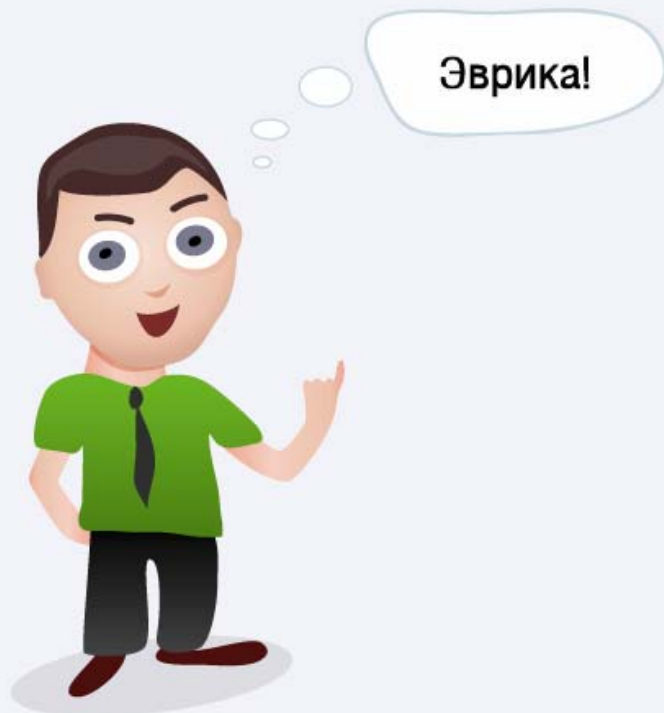


Исходя из этого, Василий подумал, что максимальная прозрачность механизма сервиса и неоспоримые доказательства того, что именно он, Василий, является правообладателем для своего контента, и будут залогом правовой безукоризности будущего сотрудничества.

Изложив все свои соображения, а так же прислав в ответном письме компании, чьи условия наиболее подходили Василию лично, буквально через несколько часов Василий получил ответ:

«Все отлично, Василий, начинаем работать».





«Как удачно и плодотворно я поработал сегодня...», - подумал Василий, - «Я вышел на рынок мобильного контента всего лишь за одни день!».



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !!!

Щепова Татьяна,
руководитель отдела партнерских программ

Компания «Интерактиви»

Тел.: +7 8312 327 627
E-mail: info@interactivi.ru
www.interactivi.ru