



**Как превратить  
мобильный трафик  
в рекламные деньги**



## Группа компаний WMC

- Основана в 2003 году как агентство маркетингового консультирования

**wmc** consulting  
mobile marketing

- В настоящее время представлена компаниями:

 brand mobile

- **BrandMobile** рекламное агентство мобильного интерактивного маркетинга и рекламы полного цикла
  - ▣ Сейлз хаус, работает напрямую с клиентами и с традиционными рекламными агентствами
- **MMG** сервис-провайдер мобильного маркетинга и агрегатор мобильной рекламы
  - ▣ Технологическая платформа и агрегаторские услуги
- Собственные медийные площадки
  - ▣ **WAPLOOK** поисковый сервис в мобильном интернете
  - ▣ **MyPPL** мобильная социальная сеть

**Mobile  
Media  
Group**

МОБИЛЬНАЯ ПОИСКОВАЯ СИСТЕМА  
**Wap look**  
WAP.LOOK.SU

**my**  
PPL



# Мобильный маркетинг и реклама

- **Мобильная медиа:**
  - новая формирующаяся медиа-среда, основным отличием которой является использование в качестве устройств для приема/передачи информации мобильных устройств, в основном, телефонов, а также КПК.
- **Мобильный маркетинг**
  - Использование мобильной медиа-среды для реализации маркетинговых коммуникаций с целевой аудиторией
- **Структура индустрии**
  - Собственно мобильный маркетинг (mobile marketing) – непрямая (BTL) рекламная активность.
    - В России активно развивается с 2003 года
  - Мобильная реклама (mobile advertising) – прямая или медийная (ATL) реклама
    - В России эксперименты начались в 2002-2003 годах, активно развитие началось в конце 2006 года.



# Стратегия и тактика мобильной рекламы

- **Стратегически: вырастить индустрию с миллиардным оборотом**
  - Создать инфраструктуру рынка мобильной медиа-рекламы
  - Медиаметрия и медиапланирование
  - Аудит и оценка эффективности
- **Тактически: как зарабатывать на мобильной рекламе сегодня**
  - Создать рекламный продукт с адекватными показателями
  - Формировать каналы продаж
  - Продвигать новые мобильные медиа
- **Комментарий к маркет сайзингу: пример интернета**
  - На развитых рынка доход от предоставления доступа (провайдеры) и от размещаемой рекламы – величины как минимум одного порядка
  - Капитализация – мультипликаторы отличаются в разы и десятки раз



## Вызовы мобильной медиа-рекламы в России

- Мобильная медиа крайне фрагментирована – недостаток консолидированного рекламного пространства
  - Контент- и сервис-провайдеры – заинтересованы, проявляют гибкость, но обладают ограниченным объемом трафика
  - Операторы – владеют большими объемами трафика, данными об аудитории, но осторожно подходят к развитию данного направления
  - Специализированные нишевые сервисы, построенные на рекламных моделях (Gigaphone, Суперфон) – ограниченный круг пользователей
- Слишком разные технологии – недостаток стандартных обобщенных рекламных продуктов / метрик / статистики
  - WAP клики/показы, SMS push / pull, MMS rich media, J2ME banners / interstitials, Cell Broadcast – LBS-enabled
  - Таргетинг - телефонный номер / география / оператор / возможности трубки / контекст / демография в ряде случаев
- Заказчики рекламы – совершенно другой взгляд на тот же рынок
  - Аффинити / медиапланирование / контекстный, поведенческий и соц-дем таргетинг



## Пример: пилотные рекламные каналы в Билайне





## Монетизация на рекламе: конвертация трафика в медиа

- Собрать / агрегировать разные типы трафика от различных игроков рынка
  - Создать «медиа каналы», перекрывающие операторов, контент- и сервис-провайдеров, независимые WAP-сайты и др.
- Сформатировать трафик в унифицированные медийные метрики
  - Уникальные пользователи, показы, клики, активности – кросс-канально
- Упаковать в медийные рекламные продукты
  - Определить и реализовать пакеты для стандартного ценообразования CPM, CPC, CPA
  - Кросс-канально управлять доставкой и таргетированием рекламы
- Предоставить рынку унифицированное рекламное пространство (inventory) и функционал медиапланирования и размещения в кросс-канальном режиме
  - Возможность начать медиапланирование с простых стандартных метрик Reach / Frequency, далее уточнить возможности по таргетингу, получить детализированные характеристики каждого канала, и завершить процесс оптимизацией ценовых показателей.
  - Управление рекламной кампанией в режиме реального времени с оперативным доступом к параметрам эффективности и с возможностью коррекции медиаплана «на лету».



## Получаем интересные объемы

- Возможность доставить ваше рекламное сообщение до обладателей мобильных телефонов, пользующихся услугами сети Билайн

- Ваше рекламное сообщение увидят или услышат:

■ 19 950 550 абонентов



*Это совокупный охват всех каналов, в которых мы предлагаем размещать рекламу*

- Доставка рекламного сообщения потребителю минуя рекламный «шум» (клаттер)
  - Гарантированное попадание Вашего сообщения в зону внимания получателя





# Как продавать рекламу сегодня

- Традиционный цикл продажи рекламы
  - Годовое планирование
  - Медиа-агентства, медиа баинг/селлинг, медийные площадки
  - Общепризнанный стандарт и бенчмарк: Гэллуп
- Продажа мобильной рекламы
  - Нет строчки «мобильная реклама» в распланированных бюджетах
  - Крупные медиа-агентства ждут укрупнения рынка, начав формировать подразделения Digital
  - Существенная часть бюджетов – из индустрии контент-провайдинга
  - Нужно работать на всех уровнях, плюс:
    - Прямые клиенты – инноваторы или дискриминируемые
    - Использование BTL как источника (медийная поддержка)



# Эффективность продуктов

- **Рекламная эффективность – мифы и реальность:**
  - Прямое измерение – достаточно сложная вещь (закрытые данные по sale-out-ам)
  - Статистика – после развития индустрии до уровня ее мониторинга Гэллапом
- **Параметры эффективности**
  - **Качество**
    - ▣ Выразительность / эмоциональный контакт
    - ▣ Таргетинг (уники, география, базовый соц-дем)
    - ▣ Медиапланирование
    - ▣ Управление кампанией в онлайн режиме
  - **Охват**
    - ▣ Готовая vs аккумулируемая аудитория
    - ▣ Проникновение технологий
    - ▣ База абонентов / подписчиков
  - **Стоимость**



## Примеры эффективных продуктов

- WAP реклама:
  - сбалансированное сочетание, понятная модель
- CellBroadcast:
  - широкое покрытие, привлекательная цена
- Дотированный P2P MMS:
  - Неплохое качество (необходимо собрать аудиторию), управление себестоимостью
- Дотированные J2ME приложения:
  - Хорошее качество (необходимо собрать аудиторию), управление себестоимостью
- Другие возможности: LBS, Video, рассылки
- Критерии качества:
  - Эмоциональный контакт / креатив
  - Таргетинг
  - Медиапланирование / работа в онлайн



## MMG: агрегатор мобильной рекламы

- Формулирует рекламные продукты
- Реализует продукты на своей платформе
- Подключает к платформе медиа-площадки
- Агрегирует (укрупняет) доступный рекламный инвентарь
- Осуществляет медиапланирование и таргетинг
- Предоставляет интерфейсы по управлению рекламой для заказчиков
- Формирует каналы продаж мобильной медиа-рекламы



## MMG: технологическая площадка

- Реализованные технологии
  - WAP, ICB, messaging, J2ME
- Таргетинг
  - Уники, география, трубки
  - В работе – элементы соц-дема
- Медиапланирование и статистика
  - Как правило, в режиме реального времени
- Минимальная нагрузка на инфраструктуру медиа-площадки
  - Размещение SSI / вызов вебсервиса
- Технологическая гибкость
  - Настройка свойств рекламного продукта и интерфейса интеграции под специфику партнера



# MMG: не только технологии

- **Операционное сопровождение**
  - Договорная база
    - ▣ Площадки, агентства, прямые клиенты
  - Ведение рекламных экаунтов
    - ▣ Статистика, отчетность, работа с клиентом
  - Финансовый процессинг
    - ▣ В ряде случаев обсуждается выкуп инвентаря
  - Техническое сопровождение и поддержка
- **Медийная и продуктовая экспертиза**
  - Планирование, таргетинг, оценка эффективности
- **Продвижение канала и рекламных площадок**



# MMG: законченное бизнес-решение

- **Готовые рекламные продукты**
  - Разработанные с учетом всех аспектов включая юридически, и интегрируемые в сервисную линейку партнера
- **Отработанное технологическое решение**
  - Минимальная нагрузка на инфраструктуру партнера, простое подключение
- **Отлаженный процесс**
  - Сопровождение, ведение, эксплуатация
- **Сформированные каналы продаж**
  - Включая агентство Brand Mobile
- **Стоимость подключения – 0**
  - Площадка не несет никаких финансовых затрат





Опыт: 4 года, более 60 проектов



ELECTRONICS



Билайн







## Контакты

### ■ Давид Вачадзе

- +7 (903) 790-0085
- [www.mmgroup.ru](http://www.mmgroup.ru)
- [david@vachadze.com](mailto:david@vachadze.com)
- Москва, Звенигородское шоссе 3