



ООО "Блютус технологии"
101990, Россия, Москва
ул. Маросейка, д. 15, стр. 3

тел. +7 (495) 641-33-29
факс +7 (495) 641-26-63

info@lexil.ru
www.lexil.ru

Компания Lexil, Москва.
4.07.08
Пресс-релиз

LEXIL публикует результаты Bluetooth – акции на MoCo – 2008.

Компания Lexil в ходе конференции MoCo 2008 провела Bluetooth-акцию по рассылке тематического контента с использованием запатентованной системы Lexil. Одновременно, помимо Bluetooth-рассылки компании Lexil, подобную акцию проводила компания Wings Software, используя систему Bluecell.

В ходе мероприятия посетители могли бесплатно получать на свои мобильные устройства с помощью Bluetooth информационно-развлекательный контент от обеих компаний. В числе рассылаемых файлов посетителям предлагали закачивать анимированные картинки, электронные визитные карточки, Java-приложения, видео-ролики.

Анализ официальных данных компаний Lexil и Wings Software по итогам рассылки демонстрирует следующие цифры:

	Wings Software*	Lexil
Число посетителей, давших согласие на прием мобильного контента по Bluetooth	до 239	281
Радиус рассылки	5-7 метров	10-12 метров
Общее число обнаруженных уникальных устройств	297	643
Согласие на прием Java-приложения	163 (за 2 дня)	76 (за 1 день)
Не обратили внимание на запрос о приеме контента	88	156

Помимо данных, в соответствии с которыми возможно оценить эффективность акции Bluetooth-маркетинга обеих компаний, мы считаем необходимым предоставить дополнительную информацию по работе системы Lexil:

Среднее количество принятых файлов на 1 мобильное устройство	2,3
Количество мобильных устройств, принявших 2 и более файлов	68

Существенная разница между отдельными показателями говорит скорее не о качестве аппаратно-программных решений, а о подходе к визуализации Bluetooth-канала, а также о понимании задач целевой аудитории мероприятия.

Очевидно, что при проведении акций с применением инструментов Bluetooth-маркетинга:

1. Следует правильно выбирать расположение передатчиков, их мощность, а также инструменты визуализации.

2. Не следует рассчитывать на прием более 3 сообщений одним получателем.
3. В среднем, каждый третий посетитель мероприятия или общественного заведения принимает сообщения при должной визуализации Bluetooth-канала.
4. Предлагаемый контент должен соответствовать ситуации распространения и быть «локальным».
5. Рекламные сообщения, распространяемые по Bluetooth, сами по себе и не несущие дополнительной полезности для получателя, снижают желание принимать следующие сообщения.

В заключении отметим, что Bluetooth-маркетинг в России активно развивается и имеет значительный потенциал для использования во всевозможных программах лояльности. Такие программы очень интересны ресторанам, кафе, клубам, кинотеатрам, ВУЗам, торговым центрам и супермаркетам.

Компания Lexil разработала уникальную партнерскую программу для таких площадок, которая включает:

1. Установку Bluetooth-передатчиков и объединение их в единую Bluetooth-сеть Lexil.
2. Наполнение информационного эфира заведений тематическим информационно-развлекательным контентом.
3. Консультационную поддержку при проведении собственных рекламно-маркетинговых акций.
4. Предоставление полной статистики по работе Bluetooth-канала, включая явные и скрытые интересы посетителей площадки.

Пресс-служба компании Lexil

Тел.: +7 (495) 641-33-29

info@lexil.ru

www.lexil.ru