

ПЕРВЫЙ АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ  
КОНТЕНТ-ПРОВАЙДЕР

WWW.ALT1.RU

**М**обильный

**М**аркетинг





# Мобильный маркетинг:

что было, что есть, что будет...

**Акулич Марина,  
Руководитель PR-отдела  
А1: 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!

© Автостопом по Галактике



# 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



## ММ+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!

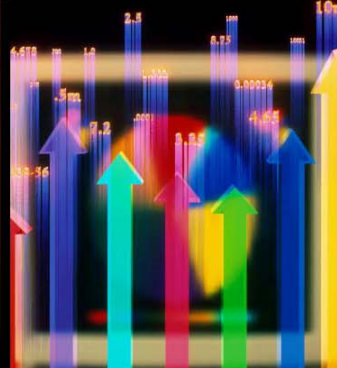




## ММ+Бренд=?

## 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?

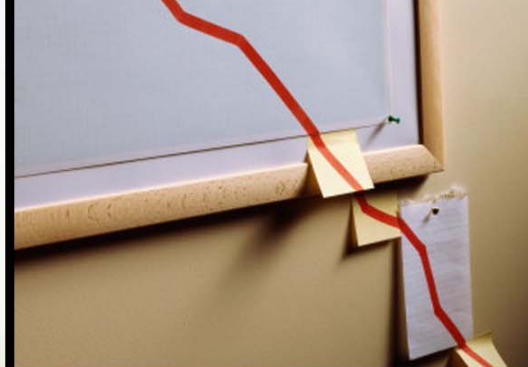
**Что же получают потребители сейчас?**

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 мы первые и лучшие** 😊



## Почему мы об этом говорим?

➤ **Потому что нас выбрали** LAYS, Сибирская корона, Pall Mall, пиво «Т», LM, Арбат Престиж, BMW, Kent, FLASH, Universal, Beck's, Волжанин, Kodak, Wrigley, Стрим....





# 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](mailto:a.puhov@Alt1.ru)

**Руководитель дирекции мобильного маркетинга:**

Кириленко Марина, [m.kirilenko@Alt1.ru](mailto:m.kirilenko@Alt1.ru)

**Руководитель PR-отдела:**

Акулич Марина, [m.akulich@Alt1.ru](mailto:m.akulich@Alt1.ru)

Тел.: +7 (495) 363 14 27

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

WEB: [www.alt1.mobi](http://www.alt1.mobi)