



АГЕНТСТВО МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА



МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА: доход для сотовых операторов и контент-провайдеров



Часть 1.
Мобильная реклама
И
мобильный маркетинг:
две стороны
одной медали



РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК MOBILE MEDIA

Мобильный маркетинг:

- ∴ интерактивные акции (мобильный «VTL»)



Мобильная реклама:

- ∴ медиа-размещение на готовых площадках (мобильный «ATL»)



Мобильный маркетинг



Мобильный маркетинг: основные типы проектов

- Sales промоушн
 - ✓ on-pack промоушн
 - ✓ подарок за покупку
 - ✓ мобильные купоны
- Trade промоушн
- Мобильный интерактив для eventov
- Развлекательный маркетинг
- Мобильный интерактив для традиционной рекламы:
 - ✓ TV
 - ✓ Печать
 - ✓ POS

Традиционный BTL:

- Sales-промоушн
- Trade-промоушн
- Директ-маркетинг
- Event-маркетинг
- POS-материалы

Объем от общего оборота рекламного рынка:

20%



Мобильная реклама

- Реклама на WAP-ресурсах
 - ✓ Не представлены самые емкие площадки
- Реклама на экранах сотовых телефонов:
 - ✓ Узконишевой сервис и аудитория
- Максимальный охват
 - ✓ Около 4 000 000
 - ✓ 2, 8% абонентов
- Остальная аудитория:
 - ✓ НЕДОСТУПНА



Традиционный ATL (медиа-размещение)

- TV
- Пресса
- Наружная реклама (Outdoor)
- Indoor-реклама
- интернет-реклама

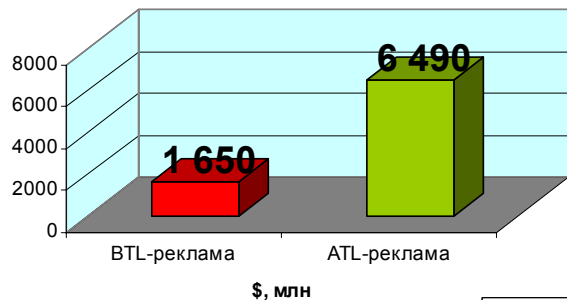
Объем от общего оборота рекламного рынка:

80%



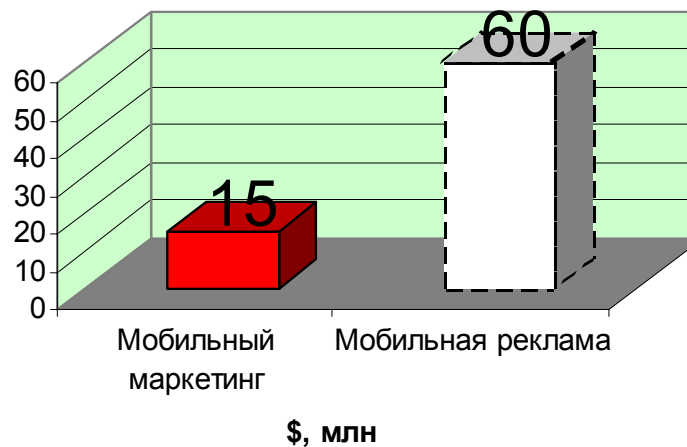
Объем рынка мобильного маркетинга и мобильной рекламы

Традиционный рекламный рынок



2006 год

Мобильный маркетинг и мобильная реклама



**Часть 2.
Рекламные
бюджеты
-
в мобильную
индустрию!**



Опыт работы Brand Mobile с рекламодателями



- ⌘ **Общий интерес к медиа-размещению**
- ⌘ **Что предлагаем СЕГОДНЯ:**
 - ⌘ WAP-реклама: 4 000 000 показов и около 40 000 переходов в сутки
 - ⌘ Реклама на экранах телефонов
- ⌘ **Уже реализованы WAP-кампании:**

The logo for P&G, consisting of the letters "P&G" in a blue, serif font.



The logo for TELE2, consisting of the word "TELE2" in a bold, black, sans-serif font.



Реклама на WAP: как это выглядит



:: Так выглядит рекламный баннер

:: Возможно появление графических баннеров

:: Рекламный баннер занимает обычно 10-40% экрана мобильного телефона, в зависимости от модели:

:: его трудно не заметить

:: Для примера в данном случае использован самый популярный поисковый сервис WAP Look (wap.look.su)

:: около 10 000 посетителей в сутки

:: 130 000 поисковых запросов в сутки

:: Умный поиск по формату файлов: картинки, видео, рингтоны (MP3...)



Рекламные деньги в мобильной среде сегодня

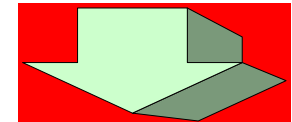
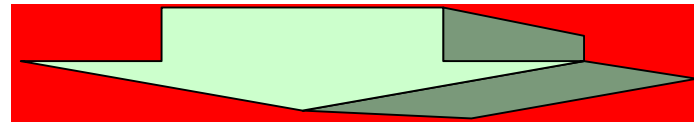
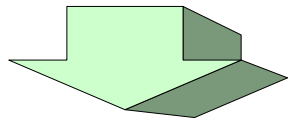


Крупные рекламодатели:

- национальные и мультинациональные бренды
- крупные региональные бренды

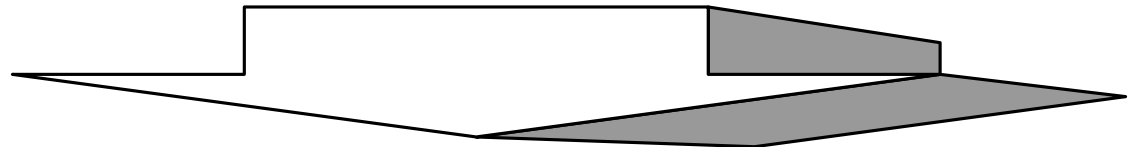
Массовый рекламный рынок:

- локальные бренды (город, область)
- локальные бизнесы (территориально ориентированные и привязанные бизнесы)



Проектный подход (VTL-активность)

Медийный подход: канал
M-media агрегатор



Интерактивные акции

Адвергейм: Продак плейсмент

Бесплатный контент

Операторы Сотовой связи

Контент-провайдеры

War-площадки

J2ME/Symbian сервисы



Что нужно, чтобы рекламных денег в мобильной индустрии стало больше



ПЕРВЫЕ ШАГИ

- ⌘ **Создание и унификация разных рекламных каналов**
 - ⌘ Единые форматы и стандарты рекламы
 - ⌘ Рекламный «образ мысли» охват, контакты и частота – не смотря на разницу в технологиях (SMS, MMS, WAP, USSD, ICB)
- ⌘ **Консолидация рекламного пространства**
 - ⌘ Одна площадка менее интересна рекламодателю, чем целый «пул» площадок. Потому что:
 - ✓ У пула БОЛЬШИЙ охват
 - ✓ Больше разных возможностей для коммуникации

ПОТОМ ПОЯВЯТСЯ И ПОНАДОБЯТСЯ

- ⌘ **Медиа измерения: авторитетная статистика по площадкам**
 - ⌘ Независимый измеритель
- ⌘ **Продажи**
 - ⌘ Необходима селлинговая структура: которая продает медиа размещение в мобильной среде еще на этапе медиа-планирования
- ⌘ **Структуры для работы с клиентами**
 - ⌘ Достаточное количество профессиональных команд, способных работать с медиа-каналом



Начать прямо сейчас



- ⌘ **Mobile Media Group**
сервис-провайдер и оператор мобильной рекламы):
 - ⌘ Технологическая компания, агрегатор мобильной рекламы
 - ✓ Готовые решения по рекламным форматам
 - ✓ Опыт работы с разными форматами и технологиями^
 - SMS, WAP, J2Me, ICB
 - ✓ Опыт успешных сервис-провайдинговых проектов для сотовых операторов
 - ✓ Проработанный функционал статистики и управления мобильной рекламой

- ⌘ **Brand Mobile**
агентство мобильного маркетинга
 - ⌘ опыт работы с клиентами
 - ⌘ экспертиза в области мобильного маркетинга
 - ⌘ экспертиза в области мобильных рекламных форматов
 - ⌘ первые проекты по измерению и оценке аудитории площадок



Начать прямо сейчас



⌘ ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АЛЬЯНСА:

- ⌘ Привлечение в мобильную индустрию рекламных бюджетов
- ⌘ Выработка и технологическая реализация единых форматов и стандартов рекламы в разных каналах
- ⌘ Консолидация рекламного пространства
- ⌘ Решение возникающих проблем с форматирование рекламного канала на:
 - ✓ Юридическом уровне
 - ✓ Технологическом уровне
 - ✓ Бизнес-уровне



**Часть 3.
МОБИЛЬНАЯ
РЕКЛАМА:
как поделим
апельсин или
какую долю
получу
конкретно я?**



Традиционные медиа: подсмотрим в замочную скважину

Традиционные медиа

:: Медиа-площадка

- :: Владелец аудитории
✓ 50%

:: Медиа-селлер:

- :: Консолидация рекламного пространства
✓ До 20%

:: Агентство

- :: Медиапланирование
- :: Закупка медиа-рекламы
- :: Клиентский сервис
✓ До 30%



ДОЛЯ ПЛОЩАДОК – САМАЯ БОЛЬШАЯ



Куда сесть, чтобы больше съесть: кто может стать крупной площадкой



:: **Сотовые операторы**

- :: Interactive Cell Broadcast / Idle Screen
 - ✓ **Распространение / трансляция сообщений**
- :: Приложения для Sim-карт
 - ✓ **Трансляция рекламных сообщений, графического и видео контента**
- :: Группы абонентов-подписчиков, служебные сообщения
 - ✓ **Распространение сообщений**
- :: Реклама на WAP-портале оператора
 - ✓ **Трансляция рекламных сообщений, распространение рекламного контента**
- :: MMS
 - ✓ **Распространение рекламных сообщений, графического и видео контента**

:: **Сервис и контент-провайдеры**

- :: Комьюнити-сервисы
 - ✓ **Трансляция сообщений**
- :: Приложения J2ME / Symbian
 - ✓ **Распространение рекламных сообщений, графического и видео контента**
- :: Покупатели контента
 - ✓ **Распространение рекламного контента: сообщения, графика, ролики**
- :: WAP-порталы



Что тормозит?



SIM карта

JAVA

WAP

MMS

SMS



- ⌘ **Нерешительность крупных площадок:**
 - ⌘ Страх «оттолкнуть абонента»:
 - ✓ Для сервис-провайдеров
 - ✓ Для сотовых операторов
 - ⌘ Потеря «контроля» над абонентом:
 - ✓ Для сервис-провайдеров
 - ⌘ Необходимость искать новый бизнес-алгоритм:
 - ✓ Для сервис-провайдеров
 - ✓ Для сотовых операторов

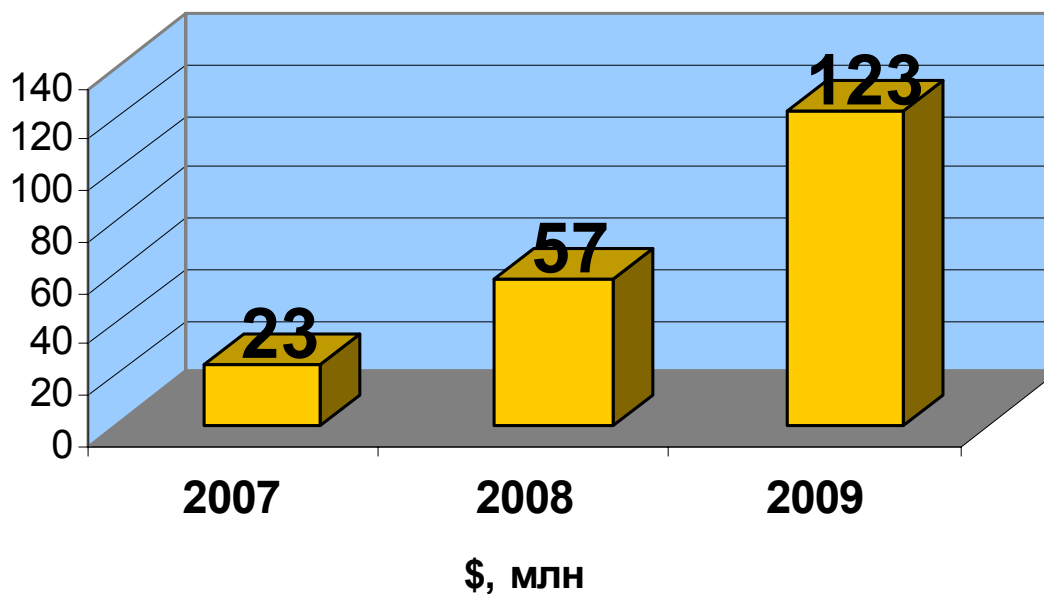
РАДИ ЧЕГО ВСЕ ЭТО ЗАТЕВАТЬ?



Потенциальный объем рынка



Мобильная реклама: объем рынка (прогноз)



**Спасибо за интерес к новым
маркетинговым технологиям!**

Юлия Коваленко
jkovalenko@brandmobile.ru

+7 (495) 225 22 06

+7 (495) 102 05 31

