



ПЕРВЫЙ АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ  
КОНТЕНТ-ПРОВАЙДЕР

# Мобильные технологии как часть глобальных маркетинговых коммуникаций

**«Первый Альтернативный контент-провайдер»**



# МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Мобильный маркетинг перестал быть отдельным, самостоятельным направлением. Сейчас будет правильным оперировать таким понятием как интерактивный маркетинг, неотъемлемой частью которого являются мобильные технологии

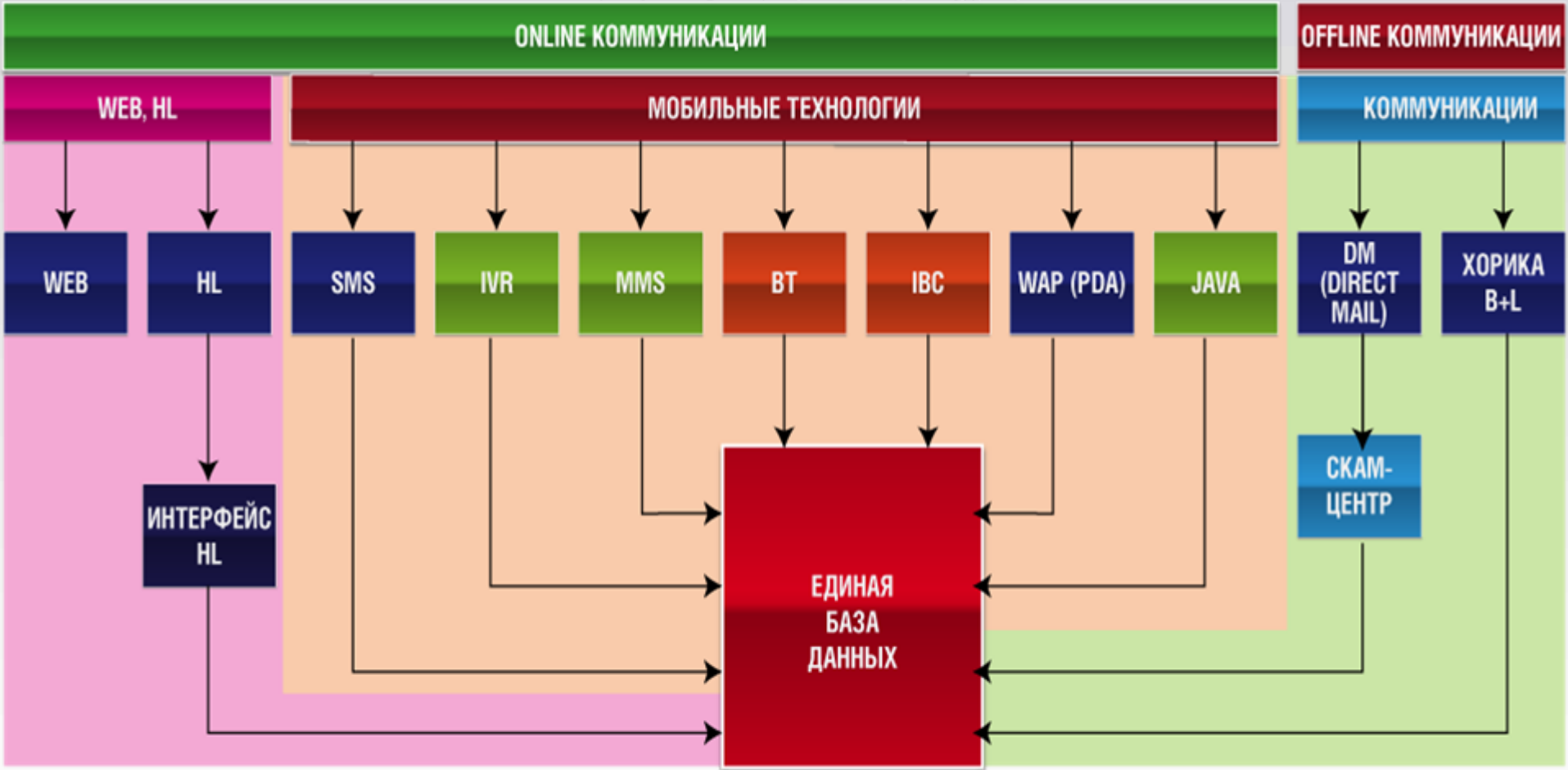
*A1: Контент-провайдер первый альтернативный,  
Oct 2007*

Если охватить взглядом наш маркетинговый микс по основным брендам, он явным образом смещается, и он смещается от «измеряемых» медиа к интерактивной рекламе, к Интернету и пробным предложениям

*A.G. Lafley, CEO and Chairman P&G, Oct 2006*



# ПОТРЕБИТЕЛИ



■ СТАНДАРТНЫЙ КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ ПРОМОУШЕНОВ

■ РЕДКО ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

■ ОСНОВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ



# ИНСТРУМЕНТЫ: SMS

- Одна из самых распространенных технологий коммуникации с потребителями

## Тенденции:

1. Снижение доли SMS в общей системе коммуникации
2. Минимизация стоимости SMS запроса для потребителя до уровня 0,08\$ - 0,15\$





# SMS: Использование в маркетинговых коммуникациях

- Основной инструмент коммуникации на проектах мобильного маркетинга
- SMS – Рассылки
- Подписка на новости, получение регулярной информации
- Инструмент маркетинговых исследований.





# ИНСТРУМЕНТЫ: SMS



SMS  
WEB



SMS  
WEB



SMS  
WEB





# ИНСТРУМЕНТЫ: WEB

- Наиболее эффективный инструмент коммуникации с потребителями

## Тенденции:

1. Увеличение доли участников использующих WEB-ресурсы как канал коммуникации с брендом.
2. Переход от информационных ресурсов к наиболее сложным порталам для осуществления устойчивой коммуникации с лояльными потребителями.





# ИНСТРУМЕНТЫ: WEB

Динамика аудитории интернета в РФ,  
факт 2003-2006 гг., прогноз 2007-2010 гг.







# WEB: Использование в маркетинговых коммуникациях

- Распространение привлекательной информации о бренде
- Создание community лояльных потребителей
- Наиболее функциональный инструмент интерактивных акций
- Сбор информации о потребителях



# Проект в поддержку запуска новых сигарет «L&M»

- Размещение в пачках «L&M», участвующих в акции информационного вкладыша с уникальным кодом;
- Каналы коммуникации: SMS, WEB ([www.smillions.ru](http://www.smillions.ru)), WAP;
- Накопительная механика;
- Призовые баллы могут быть потрачены на приобретение призов;
- Беспрецедентная защита от всех типов взлома.





# ИНСТРУМЕНТЫ: WAP

- Поддержка основных каналов коммуникации (SMS и WEB)

## Тенденции:

1. Создание копий WEB-ресурсов в поддержку проводимых кампаний.
2. Использование технологии в «классическом» BTL.



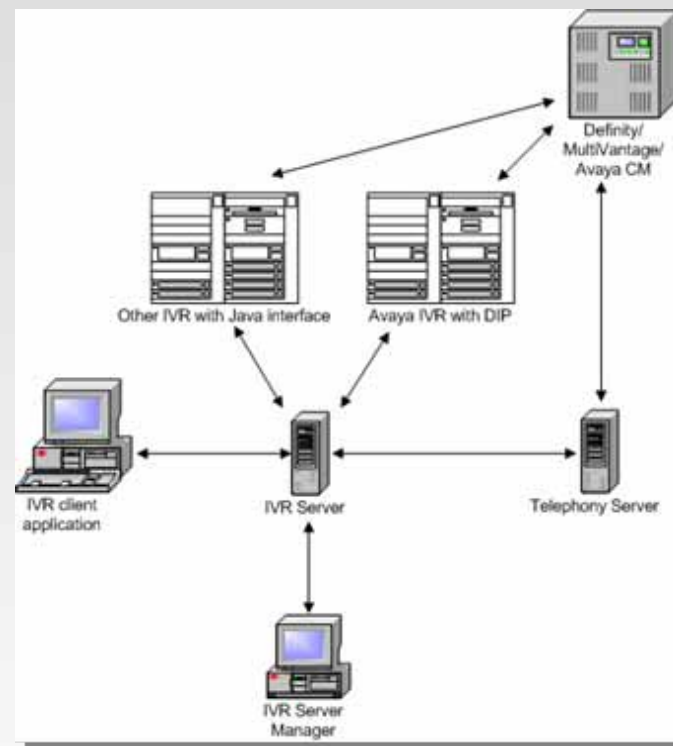


# ИНСТРУМЕНТЫ: IVR

- Простой и яркий инструмент взаимодействия бренда с целевой аудиторией.

## Тенденции:

1. Начало активного использования IVR в премиум сегментах.
2. Общий рост интереса к технологии и разнообразное использование возможностей IVR платформ, в том числе в применении вирусного маркетинга.





# IVR: Использование в маркетинговых коммуникациях

- Поддержка интерактивных промоушенов – каналы регистрации уникальных кодов, общая информация об акции и т.п.
- Распространение брендированного мультимедийного контента.
- Вирусный маркетинг



# IVR: Café Davidoff

- Федеральная акция для продвижения кофейного бренда Café Davidoff (Tchibo)

## Активности А1:

1. Разработка WEB-сайта и аналитических интерфейсов.
2. Разработка и поддержка IVR-сервиса
3. Взаимодействие всех каналов коммуникации и объединение в общую БД (IVR и WEB)





# ИНСТРУМЕНТЫ: JAVA

- Эффективный инструмент создания community лояльных потребителей.
- Product Placement
- Таргетирование и сегментирование пользователей





# JAVA: Использование в маркетинговых коммуникациях







# МЕСТО КП НА РЕКЛАМНОМ РЫНКЕ

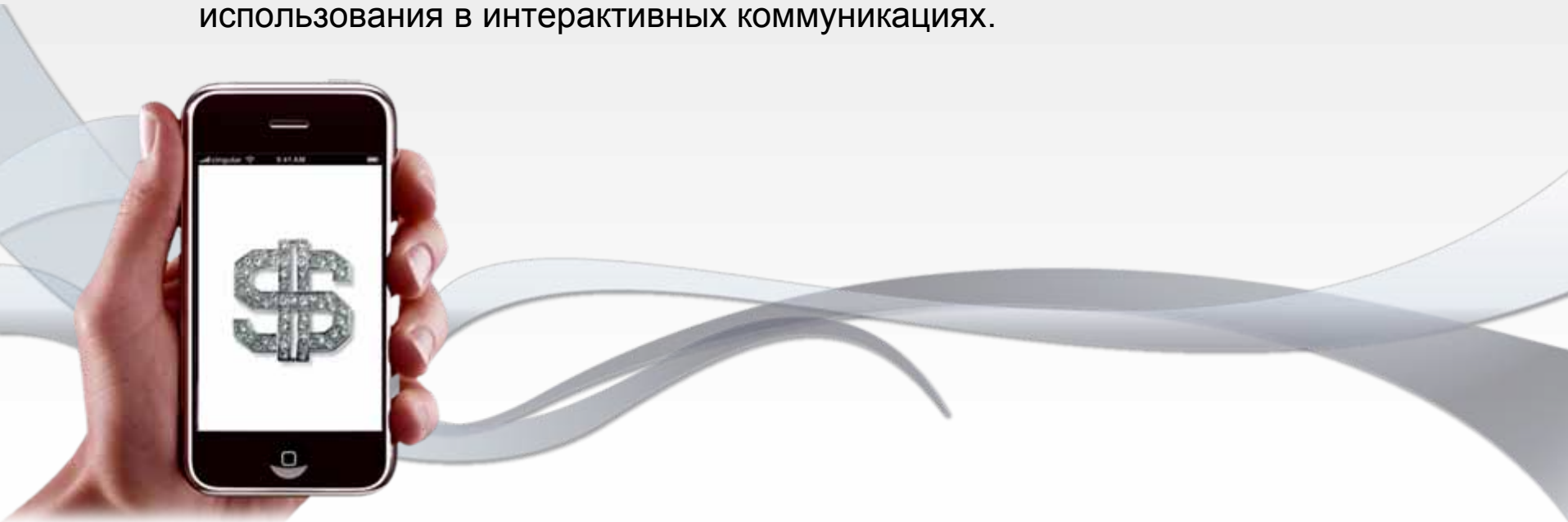
## Тенденции???

### SMS:

- Снижение стоимости запроса для абонента и доли SMS в интегрированных коммуникациях приводит к стремительному снижению доходов контент-провайдера

### IVR:

- Высокая стоимость запроса не дает возможности более широкого использования в интерактивных коммуникациях.





# МЕСТО КП НА РЕКЛАМНОМ РЫНКЕ

## Где деньги???

- Снижение Разработка и техническая поддержка платформенных решений;
- Разработка WEB-порталов;
- Использование контента предоставляемого правообладателями в рекламных акциях. Методика реализации контента за баллы;
- Разработка аналитических систем и Online интерфейсов (Crystal Reports, CRM-решения);
- Мобильная реклама, как дополнительная возможность привлечения и стимулирования аудитории (WAP, iBC, Bluetooth, USSD, SMS)



# МЕСТО КП НА РЕКЛАМНОМ РЫНКЕ

Что делать?!

Применение комплексных высокотехнологичных решений с использованием максимального количества каналов коммуникации с потребителями является основным направлением **КП А1!**





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ И ПОНИМАНИЕ!

Контакты

Исполнительный директор

Пухов Александр, [A.Puchov@Alt1.ru](mailto:A.Puchov@Alt1.ru)

И.о. руководителя дирекции мобильного маркетинга

Забродин Александр, [A.Zabrodin@Alt1.ru](mailto:A.Zabrodin@Alt1.ru)