

Bluecasting...

...nástroj, který rozehraje zábavu se značkou



David Šabacký
jednatel/CEO

SW-SWANA PRAHA, spol. s r.o.

Bluetooth kampaně

- ❏ Interaktivita ve vztahu se zákazníkem
- ❏ Doplněk CRM aktivit
- ❏ Zábava napojená na značku nebo akční komunikaci
- ❏ „Něco na víc, co si lidé odnesou s sebou domů, co buduje vztah ke značce, vychovává, informuje, baví...
- ❏ Relativně levný způsob rozpohybování statických vizuálů posterů, citylighty a dalších reklamních nosičů



...aneb trochu teorie nikoho nezabije...

- 📶 Bezdrátová komunikace cca od 1 do 100 m
- 📶 Rychlost přenosu 732 kbit/s
- 📶 Možnost komunikace 7-56 zařízení v jeden okamžik
- 📶 Vysoká míra penetrace bluetooth aplikace na MT
 - ✓ více jak 80 % MT je vybaveno bluetooth službou
 - ✓ Implementace služby do mp3 přehrávačů, autorádií, handsfree atd.
- 📶 Komunikace dle standardů „The Bluetooth Special Interest Group (SIG)“
 - ✓ Agere, Ericsson, Intel, Lenovo, Microsoft, Motorola, Nokia, a Toshiba

Možnosti zasílaného contentu



- ☎ Text
- ☎ Obrázek, případně animovaný obrázek
- ☎ Video
- ☎ Audio
- ☎ Java hry nebo aplikace (možnost zpětné vazby od uživatele)
- ☎ Kalendářové položky s přímým vstupem do telefonu
- ☎ Vizitky s přímým vstupem do telefonu
- ☎ WAP-push odkazy
- ☎ Další nové a netradiční mobilní obsahy

Fáze zasílání



1. fáze – Vyhledávání

- ✓ BlueTo server prohledává okolí a identifikuje aktivovaná bluetooth zařízení

2. fáze – Ověřování

- ✓ BlueTo server identifikuje druhy nalezených zařízení (PC, PDA, MT, apod.)
- ✓ BlueTo server identifikuje unikátní MAC adresu Bluetooth adaptéru zařízení

3. fáze – Rozhodnutí a zaslání

- ✓ Podle aktuální i minulé reakce potenciálního příjemce je učiněno rozhodnutí o zaslání contentu dle navrženého scénáře

4. fáze – Zapsání informace do BlueTo serveru

- ✓ Přijetí / odmítnutí / timeout → statistiky, další CRM aktivity



Součást komunikačního mixu zadavatele

- ✓ Plnohodnotné začlenění služby do marketingových aktivit zadavatele
- ✓ Nástroj, který oživí jinak statické reklamní prvky a umožní zadavateli rozehrát zábavu spojenou se značkou

Možnosti implementace

- ✓ Prvky venkovní reklamy (citylighty, pylony, informační tabule...)
- ✓ Prvky POP komunikace (stojany, výstrče, prodejní pulty atd.)
- ✓ Součást výstavní expozice, event aktivit (promostánek...)
- ✓ Nadstavba B2C platební a přístupové aplikace
- ✓ Další netradiční implementace (autobusy, tramvaje, hostesky ...)

Interaktivní aplikace - novinka

Co

- ✓ Nový koncept v oblasti bluecastingových kampaní
- ✓ Přístup k obsahu přes unikátní java aplikaci –možnost volby
- ✓ Unikátní nástroj umožňující získávat relevantní informace
- ✓ Možnost „serfovat v aplikaci“a stahovat požadovaný content
- ✓ Efektivní nástroj pro integraci Bluetooth do CRM aktivit
- ✓ Brand podle kampaně
- ✓ Aktualizace obsahu – offline stav

Kde

- ✓ aplikace bude fungovat tam, kde jsou lidé ochotni se zastavit a informace nebo zábavu přijímat, venkovní nosiče nebo primárním nástrojem pro komunikaci, ale můžou se stát nástrojem pro distribuci aplikace...
- ✓ Festivity, restaurace, bary a hotely, sportovní centra atd.



Pilotní provoz aplikace

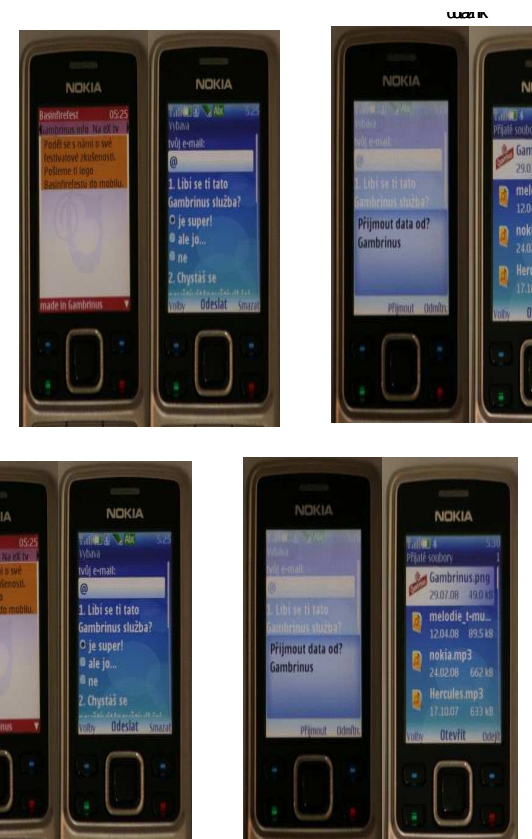


Case study

- ✓ Projekt ve spolupráci s Universal McCann
- ✓ Interaktivní bluetooth jako součást letních promoakcí pro značku Gambrinus
- ✓ Přístup k informacím o aktuálním dění, seznamu účinkujících kapel, programu festivalů, informacím o dopravě a zábavě spojené se značkou Gambrinus

Výsledek

- ✓ **První místo v kategorii „nejlepší využití digitálních médií“ prestižní soutěže FLE Media Awards**



Koncepty, tipy a triky

Kde a jak komunikovat



Kdy budou naše služby fungovat



- 📡 BlueTo služba bude fungovat primárně na mladou a střední věkovou skupinu
 - ✓ Příjemci, kteří jsou ochotni se bavit, přijímat sdělení netradiční formou
- 📡 Služba bude fungovat v lokalitách s vysokou koncentrací potenciálních příjemců
 - ✓ Umisťovat služby s touto přidanou hodnotou není ekonomické do nosičů s nízkou koncentrací příjemců. Naopak umístění na frekventovaných místech s vysokou koncentrací TG lze očekávat zajímavé výsledky kampaně
- 📡 Efektivnost služby je propojena na celkové kreativě konceptu
 - ✓ Bluecasting je nástroj pro komunikaci s (potenciálními) zákazníky, jehož silné stránky lze (ne)využít v celkovém konceptu kampaně.
 - ✓ V naprosté většině případů se bude jednat o komunikaci zařazenou v celkovém konceptu využití různých druhů medií.

Místo nerozhoduje



BlueTo server nemusí být umístěn přímo v reklamních nosiči

- ✓ Díky jeho dosahu až 100 m, lze umístit server do chráněné zóny (např. do recepce Makra) a „simulovat“ jeho vysílání z Big Toweru nebo billboardu na parkovištích

Server může významně podpořit kampaň

- ✓ Lze vytvořit komunikační zónu pro zasílání „čerstvých“ novinek atd. v místě, kde je obrovská koncentrace lidí



Vysílat lze multiklientský obsah

☞ Lze vytvořit animovaný gif, případně jiný formát sdělení, který bude sloužit pro komunikaci více zadavatelů

- ✓ Využití v rotujících CLV, obrazovkách MetroVision, nebo na CLV s vizuálem, který je podporován více společnostmi (komunikace kulturní akce zastřešené sponzorskými společnostmi)

☞ Lze zajímavě podpořit akce

- ✓ Image video nebo zvuk jako první zpráva
- ✓ Info o sponzorech jako



Zasílat lze i kupon

Content může obsahovat i slevový kupon

- ✓ Kupon lze velmi jednoduše uplatnit přes internet
 - *Generování alfanumerického unikátního kódu a následné mergování se vstupní databází*
- ✓ Kupon lze generovat v podobě pro kamenný obchod
 - *Manuální kontrola kuponu obsluhujícím personálem*
 - *Uplatnění čtecího zařízení před pokladní zónou*



Case study (bluecastingová kampaň)

- ✓ Rok 2006, 2 400 CLV po celém území Německa
- ✓ Příjemce obdržel slevový kód pro nákup v E-Shopu
- ✓ Více než 100 000 zákazníků s uplatněným kuponem
- ✓ Obrovské navýšení zájmu o E-Shop



Video dokáže zaujmout

- ❏ Rozšiřuje se portfolio MT, na kterých bez problémů funguje video a koncepty virtuálních prohlídek
 - ✓ Na trhu je velká skupina potenciálních zadavatelů, pro které může být tato forma distribuce obsahu velmi atraktivní
 - ✓ Zasílat lze např. i sekvence z videa umístěného
- ❏ Zábava, demo produktu, image, osvěta...



Vstupní obrazovka videa z TV reklamy doplněná o akční sdelení

Dopravní prostředky fungují



☑ Kampaně realizované v síti tramvají, autobusů atd. velmi dobře fungují

- ✓ V dopravních prostředcích mají lidé více času a mohou službu v klidu využít
- ✓ V rámci realizovaných projektů jsou k dispozici velmi zajímavá čísla



- ✓ **Prostředky MHD jsou nosičem budoucnosti**

Kampaň, která probíhala v Liberci pro Armádu ČR – zadavatelem hodnocena jako úspěšná

☑ Je potřeba zábavu udržovat – měnit content

- ✓ Pro každou značku lze nalézt individuální komunikaci



Hlasovací scénáře

- 📶 Hlasovací scénáře, ankety atd.
 - ✓ Realizace prostřednictvím bluetooth s krátkým dosahem
- 📶 Aplikaci lze velmi dobře použít k „rozehrání zábavy spojené se značkou“
 - ✓ Možnost napojení na LCD
 - ✓ Možnost realizace následné SMS soutěže



Off line aplikace na telefon

Aplikace vytvořená v java prostředí

- ✓ Možnost úderné komunikace přidané hodnoty
- ✓ Snadný výpočet splátek a podmínek financování
- ✓ Jednoduchého přístupu k aktuální nabídce
- ✓ Informace o partnerských obchodech
- ✓ Zpětná vazba od uživatele via Bluetooth, SMS
- ✓ Aktualizace obsahu via Bluetooth, GPRS

Proč

- ✓ K aplikaci se může příjemce kdykoliv vrátit
- ✓ Aplikaci může „distribuovat“ dalším potenciálním zákazníkům (virální marketing)



BlueTo na eventech

- ☑ V rámci realizace pouličních eventů může dobře fungovat i umístění serverů např. na těle hostesek
 - ✓ V podobném duchu byl např. realizován projekt pro společnost ABB v rámci náborové kampaně. 3 servery na bateriový provoz byly umístěny v baťůžcích hostesek.
 - ✓ Hostesky se pohybovaly v okruhu vytypovaných vysokých škol a zájemcům „zasílaly“ content v podobě animovaného gifu



Dynamika v instore komunikaci



☎ Propojení BT na prvky instore komunikace

- ✓ Woblery, regálové lišty, mimoregálové vystavení, akční plochy atd.

☎ Jak

- ✓ Jeden statický vizuál po celou dobu kampaně
- ✓ Výměna zasílaného contentu ve vybraných intervalech

☎ Proč

- ✓ Podporovat retenci ke značce
- ✓ Vyvolat zábavu a očekávání spojené se značkou



Recepty, návody a triky na mobilní telefon příjemců

Reference, anebo FUNGUJE TO...

Basic Summary

- ✓ Konečný zákazník : Sony Ericsson
- ✓ Partner zakázky : Arc Worldwide, spol. s r.o.
- ✓ Místo realizace : ČR
- ✓ Počet poskytovaných BlueTo zařízení : 4
- ✓ Formát obsahu: animované gify
- ✓ Velikost odesílané zprávy : cca 100 kB obrázek



Popis zakázky

- ✓ Partner zakázky byl vybaven 4 ks BlueTo serverů, které instaloval na festivalech. V rámci plnění měl přístup k rozhraní, kde mohl měnit jednotlivé motivy, které byly z centrálního serveru dále distribuovány na BlueTo servery. Update motivů bylo realizováno během 1-2 minuty od zadání požadavku na změnu. Obsahem motivů byly informace o dění na festivalu, program na jednotlivých podiích, předpověď počasí, apod.

Výsledek

- ✓ Partner dostal k dispozici jednoduchý nástroj pro administraci zasílaného obsahu obsahu a tak mohl v plné míře využít aktuální zasílání novinek bez nutnosti složité administrace

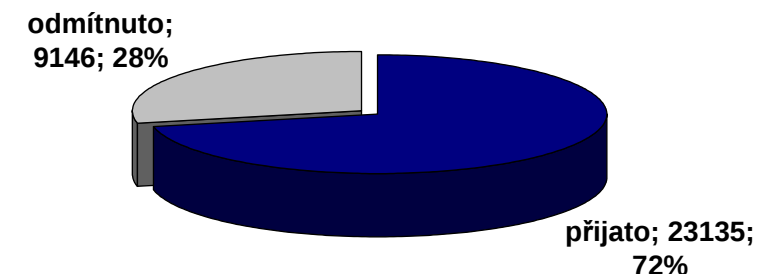


ABB – mobilní BlueTo servery

Basic Summary

- ✓ Konečný zákazník : ABB s.r.o.
- ✓ Partner zakázky : PHOMEDIA s.r.o.
- ✓ Místo realizace : Vysoké školy po ČR
- ✓ Počet poskytovaných mobilní BlueTo zařízení
- ✓ Formát odesílaných zpráv : animovaný GIF

Popis zakázky

- ✓ V rámci kampaně byly využity 3 BlueTo servery napájené z baterií s dostatečnou kapacitou pro 12 hodin nepřetržitého provozu. Servery včetně baterie nebyly váhově a rozměrově náročné a tak mohly být využity pohodlně v rámci event aktivity na záda hostesek, které je měli v batůžku

Výsledek

- ✓ První rozsáhlý projekt v oblasti mobilního využití BlueTo serverů. V současnosti jsme schopni server včetně baterie do pouzdra od videokamery a tak se může Bluetooth technologie stát zajímavou součástí Road Show a dalších pouličních aktivit



**V průměru
500 přijatých
contentů / den
kampaně**

Basic Summary

- ✓ Konečný zákazník : T-Mobile Czech Republic a.s.
- ✓ Partner zakázky :
- ✓ JCDecaux, EuroAWK, RevolutionMedia, NewVison Media
- ✓ Termín realizace : 1.3.2008 30.3.2008
- ✓ Místo realizace : Celá ČR
- ✓ Počet poskytovaných BlueTo zařízení : 126
- ✓ Formát odesílaných zpráv : web odkaz

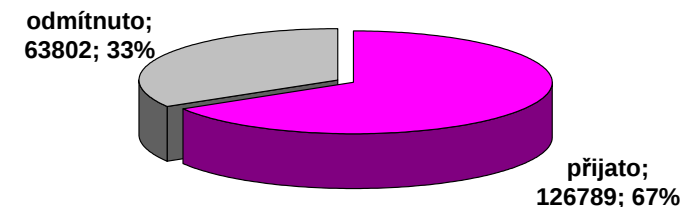
Popis zakázky

- ✓ Kampaň probíhala V různých prostředích po celé ČR (tramvaje, CLV, autobusy, trafiky, školy). Ve vybraných nosičích byly umístěny BlueTo servery. Správa serverů probíhala vzdáleně. Veškerá komunikace mezi servery a uživateli byla propojena do řídicí databáze
- ✓ V rámci kampaně byly dle specifikací zadavatele oslovovány telefony značky Nokia, SonyEricsson a Motorola.

Výsledek

- ✓ Pravděpodobně nejrozsáhlejší kampaň s využitím BlueTo serverů v roce 2008. Kampaň ukázala schopnost spravovat a synchronizovat vzdáleně velké množství serverů a distribuovat obsah dle specifikací jednotlivých typů MT

T-Mobile



Basic Summary

- ✓ Konečný zákazník : MO ČR
- ✓ Partner zakázky : DP Liberec, Phomedia
- ✓ Místo realizace : Liberec
- ✓ Termín realizace: srpen – září 2008
- ✓ Počet poskytovaných BlueTo zařízení : 1
- ✓ Formát odesílaných zpráv : video
- ✓ Velikost odesílané zprávy : 500 kB video

Popis zakázky

- ✓ Umístění serveru do obrandované tramvaje, která jezdí v rámci Liberce a Jablonce nad Nisou. Zájemce si může stáhnout video v rámci regionální náborové kampaně
- ✓ Server je umístěn za prostorem pro řidiče

Výsledek

- ✓ Kampaň ukazuje cestu v podobě alternativních využití BlueTo serverů. Implementace serverů do prostředků MHD je funkčním řešením pro oslovení zajímavé cílové skupiny v době, kdy je ochotna a schopna přijímat reklamní sdělení



Basic Summary

- ✓ Konečný zákazník : ČVUT
- ✓ Místo realizace : BVV
- ✓ Počet poskytovaných BlueTo zařízení : 1
- ✓ Formát odesílaných zpráv : Animovaný gif 7x
- ✓ Velikost odesílané zprávy : 190 kB

Popis zakázky

- ✓ České vysoké učení technické využilo jako první státní vysoká škola v rámci nové kampaně netradiční formu komunikace prostřednictvím bluetooth technologie. Na veletrhu Gaudeamus, který probíhal na konci října na brněnském výstavišti, byly náhodně zasílány animované postavičky z kampaně „sedm statečných“, které reprezentují sedm fakult této vysoké školy. Celkem bylo v průběhu veletrhu zasláno více než 8 000 sdělení.

Výsledek

- ✓ Animované gify byly odesílány v náhodném pořadí tak aby co nejvíce zaujaly návštěvníky veletrhu. Content zasílaný prostřednictvím bluetooth využilo přibližně 20 % návštěvníků veletrhu



Basic Summary

- ✓ Konečný zákazník : INTERSPORT
- ✓ Místo realizace : event stan na MS 2009 v Liberci
- ✓ Počet poskytovaných BlueTo zařízení : 1
- ✓ Formát odesílaných zpráv : Animovaný gif

Popis zakázky

- ✓ V rámci podpory povědomí o propojení společnosti Intersport s MS v klasickém lyžování bylo uživatelům se zapnutým BT, kteří se pohybovali v okolí reklamního stanu zasíláno sdělení kombinující motivační pobídku k nákupu s humoristicky podaným sdělením evokující napojení Intersportu na MS. Zasílaný gif byl měněn 2x denně.

Výsledek

- ✓ Atraktivní součást celkové komunikační kampaně Intersportu na MS. Kampaň ovlivnilo, její nízká komunikace v místě zasílání (kampaň nebyla podpořena žádným vizuálem). Přesto byl zaslán výjimečně vysoký počet zpráv a reakce příjemců byly v naprosté většině případů velmi pozitivní



Basic Summary

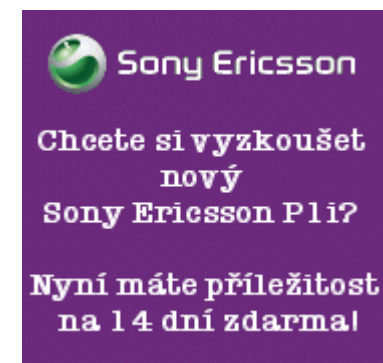
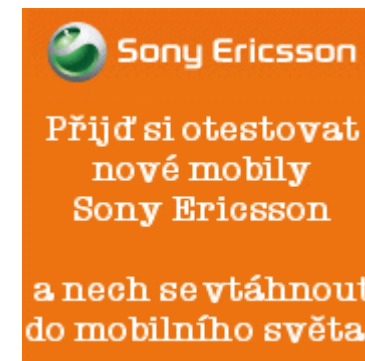
- ✓ Konečný zákazník : Sony Ericsson
- ✓ Partner zakázky: LOGOLogic, a.s.
- ✓ Místo realizace : OC Palladium Praha
- ✓ Počet poskytovaných BlueTo zařízení : 13
- ✓ Formát odesílaných zpráv : Animovaný gif

Popis zakázky

- ✓ Společně s otevřením prvního značkového obchodu Sony Ericsson v ČR jsme zvali návštěvníky OC Palladium k návštěvě tohoto obchodu. Součástí byla i informace o produktech Sony Ericsson, a to diferencovaně, jiná informace šla na smartphones a jiná na klasické telefony

Výsledek

- ✓ Dle informace vedení Sony Ericsson jak dosažená čísla přijatých, tak návštěvnost ve značkovém servisu předčila očekávání vedení společnosti. Z pohledu prodeje telefonů Sony Ericsson se prodejna v ČR v prodeji umístila na 1.místě v rámci regionu střední a východní Evropy.



Basic Summary

- ✓ Dummy kampaň
- ✓ Místo realizace : 2 PNS stánky na území Prahy
- ✓ Počet poskytovaných BlueTo zařízení : 2
- ✓ Formát odesílaných zpráv : Animovaný gif

Popis zakázky

- ✓ V rámci projektu testovaly společnosti JU-TURN Media a SW-SWANA PRAHA společný projekt umístění bluetooth serverů na stáncích PNS. Zaslán byl denně aktualizovaný animovaný gif, který se skládal jak z obecně užitečných informací v podobě předpovědi počasí, informace o svátcích a aktuálních novinek z Prahy

Výsledek

- ✓ Příjemci mohlo v rámci jednoho dne přijít pouze jedno komerční sdělení, tak aby služba byla dlouhodobě akceptovatelná. Kampaň byla podpořena zajímavým brandingem PNS Stánků. Celkem bylo v rámci 27 dnů na dvou PNS stáncích přijato 5 167 reklamních sdělení na 2 779 unikátních telefonů. Pro zadavatele tento výsledek znamená, že mohou oslovit individuálním sdělením potenciální zákazníky za cenu několika korun.



Basic Summary

- ✓
- ✓ Partner zakázky: Crazy Tomato, s.r.o.
- ✓ Místo realizace : 2 kina na území Prahy
- ✓ Formát odesílaných zpráv : 2x JAVA aplikace

Popis zakázky

- ✓ V průběhu festivalu Febio Fest 2009 jsme odesílali 2 JAVA aplikace, a to na některé telefony na 1 potvrzení „Přijmout“. Jedna aplikace obsahovala program festivalu, druhá byla hra HAD opatřená ČSOB brand s informací o prodejní akci.

Výsledek

- ✓ Příjemcům byla poslána od generálního partnera užitečná informace o programu festivalu (včetně informace o generálním sponzoru) a zároveň byla spojena zanačka ČSOB s zábavou ve formě zajímavé hry.



- I v době, kdy každý zadavatel hledí na každou korunu vynaloženou na komunikační kampaň lze zajímavým způsobem rozehrát zábavu spojenou se značkou
- Bluecasting může fungovat, ale je třeba ho dokonale naplánovat a propojit na další komunikační aktivity
- Sdělení si s sebou může zákazník odnést a podělit se o něj s dalšími příjemci – synergie bluecastingových projektů
- Kampaně je potřeba plánovat s ohledem na jejich maximální jednoduchost. Složité scénáře, tak jako v jiných O2O nástrojích nefungují

Děkujeme za pozornost



David Šabacký
jednatel/CEO

SW-SWANA PRAHA, spol. s r.o.