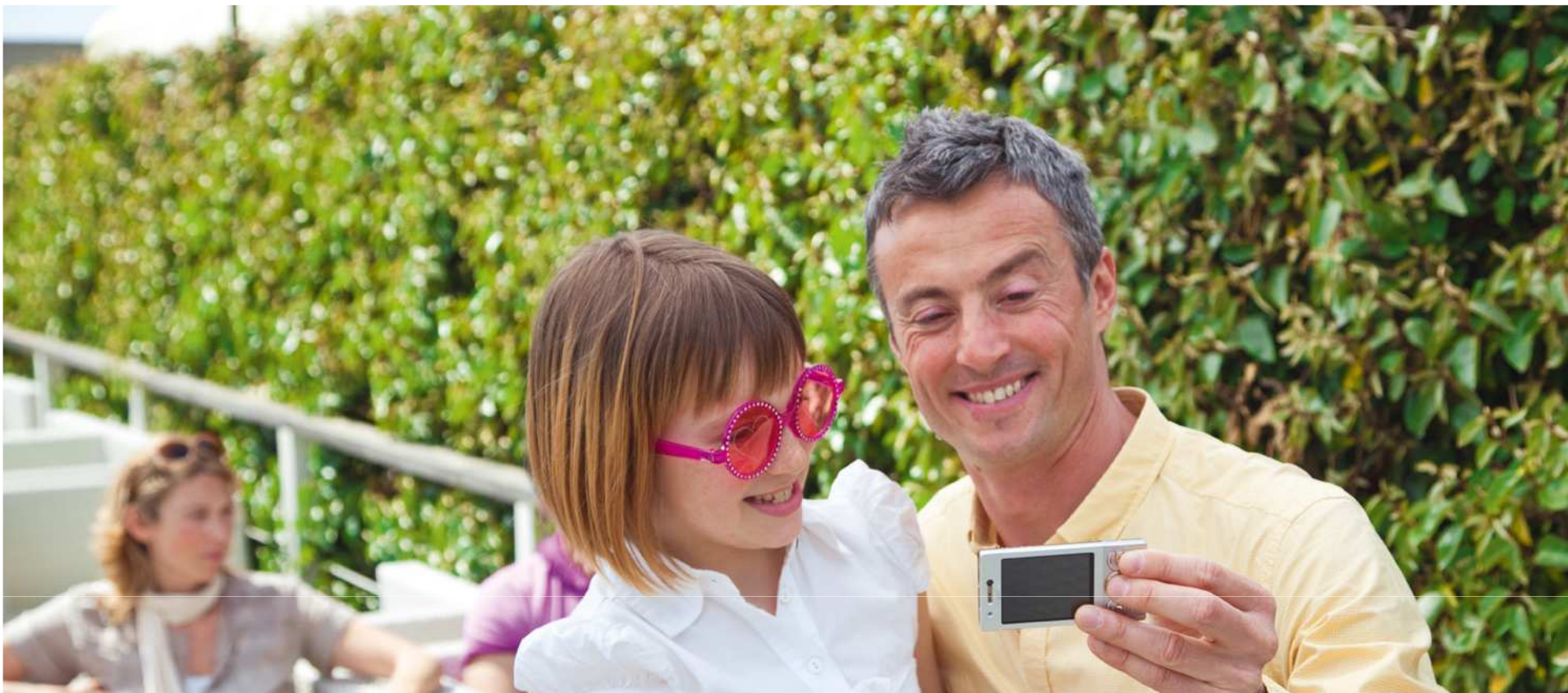




Přichází čas skutečně chytrých telefonů? aneb Mobilní telefon jako marketingový nástroj budoucnosti.

Trend Marketing, Vít Šoupal, senior manažer mobilních plateb a mobilního marketingu T-Mobile

pro společné zážitky



Odpovím na otázky:

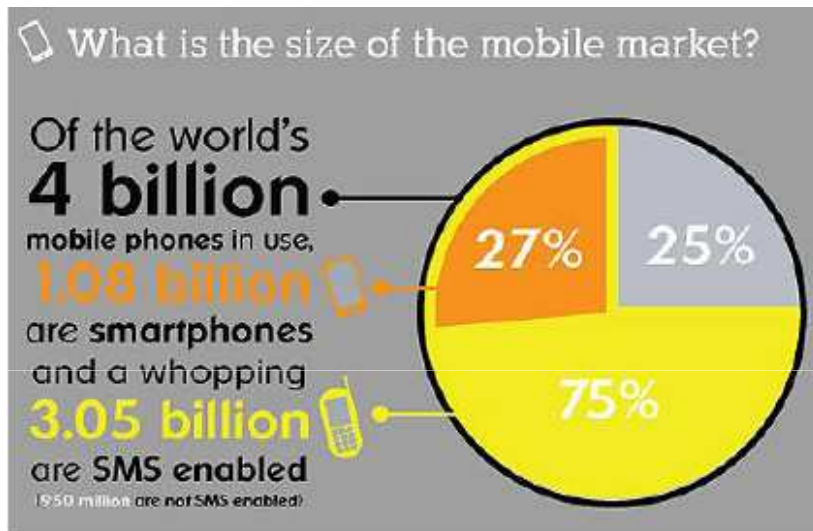
- Kolik lidí využívá **mobilních telefonů ve světě a kolik v ČR?**
- **Co je to vlastně smartphone** a kolik jich je v databázi?
- Jak využít smartphony pro **oslovení cílové skupiny?**
- Jaké jsou **trendy v mobilním marketingu?**
- Na co si dát pozor při zadávání kampaní?



pro společné zážitky

.....T-Mobile.....

Mobilní telefony a smartphony = chytré telefony ve světě



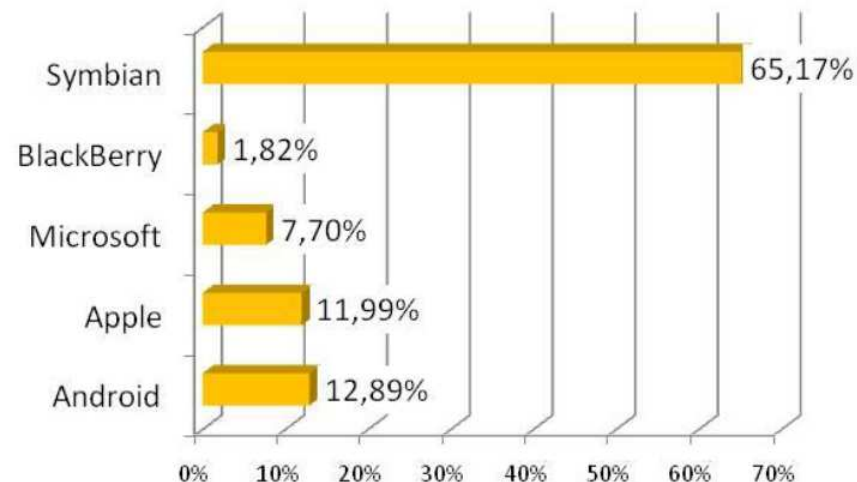
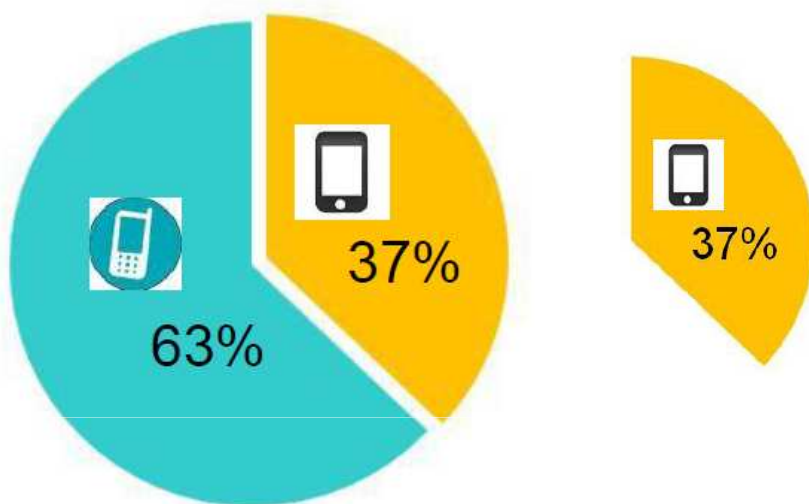
***Zdroj: Microsoft Tag neat infographic highlighting statistics 2011**



pro společné zážitky

pro společné zážitky

V ČR evidujeme 13,4 mil mobilních uživatelů (SIM karet)
Z toho 37% je zastoupeno smartphone telefony



Zdroj: Data operátorů T-Mobile, Vodafone, O2, 03/2011



Smartphone telefon = telefon s otevřeným operačním systémem

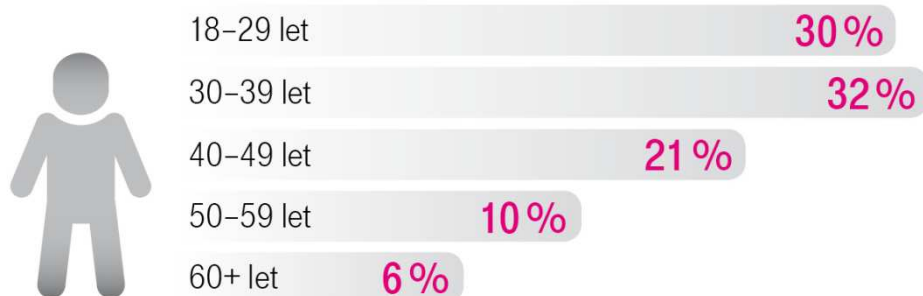
Zdroj: Data operátorů T-Mobile, Vodafone, O2, 03/2011

pro společné zážitky

..... **T-Mobile**

Přepočtem na reálnou populaci používá 20% uživatelů internet v mobilu

Zde zjistíte, jak surfují různé věkové skupiny uživatelů.



Nejčastějšími uživateli internetu v mobilu jsou **mladí ve věku 18-39 let**

Ukážeme vám, zda mezi uživateli Internetu v mobilu převažují ženy, nebo muži.



Jen lehce převyšují mezi uživateli internetu v mobilu **muži**

pro společné zážitky

..... **T-Mobile**

Využít lze komunikaci formou bannerových kampaní

Ukázka bannerové kampaně na mobilním internetu – BMW Mini

Mobilní banner s proklikem na internetové stránky



Oslovení báze bez cílení

Position	Real impressions	Clicks	CTR
T-Mobile	250 000	3 140	1,26%

pro společné zážitky

.....T-Mobile.....

Ukázka bannerové kampaně na mobilním internetu

Google Voice Search

Mobilní banner s proklikem na internetové stránky



Cílová skupina:

Ženy i muži

Uživatelé Android a Iphone

Position	Real impressions	Clicks	CTR
T-Mobile	201 313	4 340	2,16%

pro společné zážitky

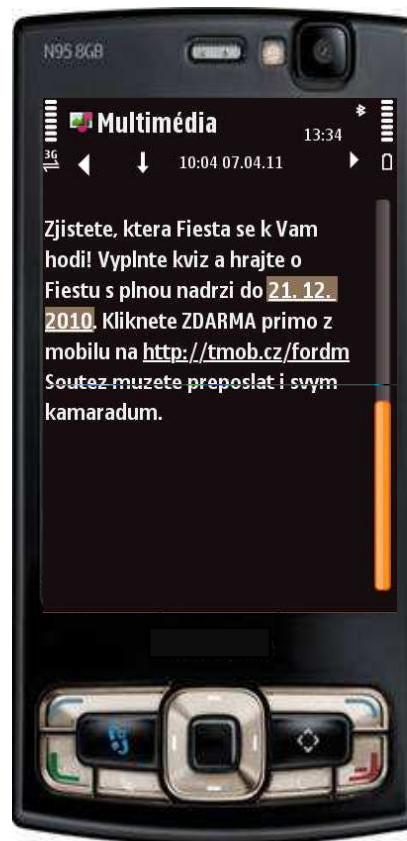
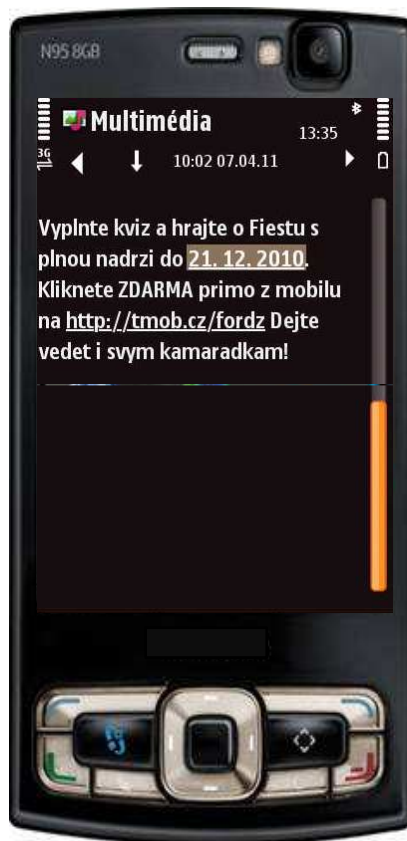
.....T-Mobile.....

Komunikace formou reklamní MMS s proklikem na mobilní internetové stránky

Efektivní cílení na ženy i muže – volba vizuálů i textů

Text MMS ženy

Text MMS muži



- Cílová skupina :
 - ženy 50% + muži 50%
 - ve věku 25 - 34 let

Ženy: *Response rate: 4,11%
**Conversion rate: 1,65%

Muži: *Response rate: 5,69%
**Conversion rate: 2,33%

pro společné zážitky

.....T-Mobile.....

*Response rate = procento z oslovených zákazníků, kteří se proklikli na mobilní internetové stránky.

**Conversion rate = procento z oslovených zákazníků, kteří vyplnili kontakt a odeslali jej ke zpracování.

Trendy mobilního marketingu

Platby přímo z mobilního telefonu



„Nemám rád fronty a většinou u sebe nenosím hotovost, takže když jsme zjistil, že k placení vstupenek lze využít mobil, neváhal jsem.“
uvedl návštěvník koncertu Aleš Houska.



pro společné zážitky

.....T-Mobile.....

Využijte benefitů při zadávání kampaní mobilního marketingu

Zásah vybrané cílové skupiny relevantní informací přináší zisk

cílení

+

relevance

+

interakce

+

měřitelnost

+



pro společné zážitky

.....T-Mobile.....



pro společné zážitky

.....T-Mobile.....