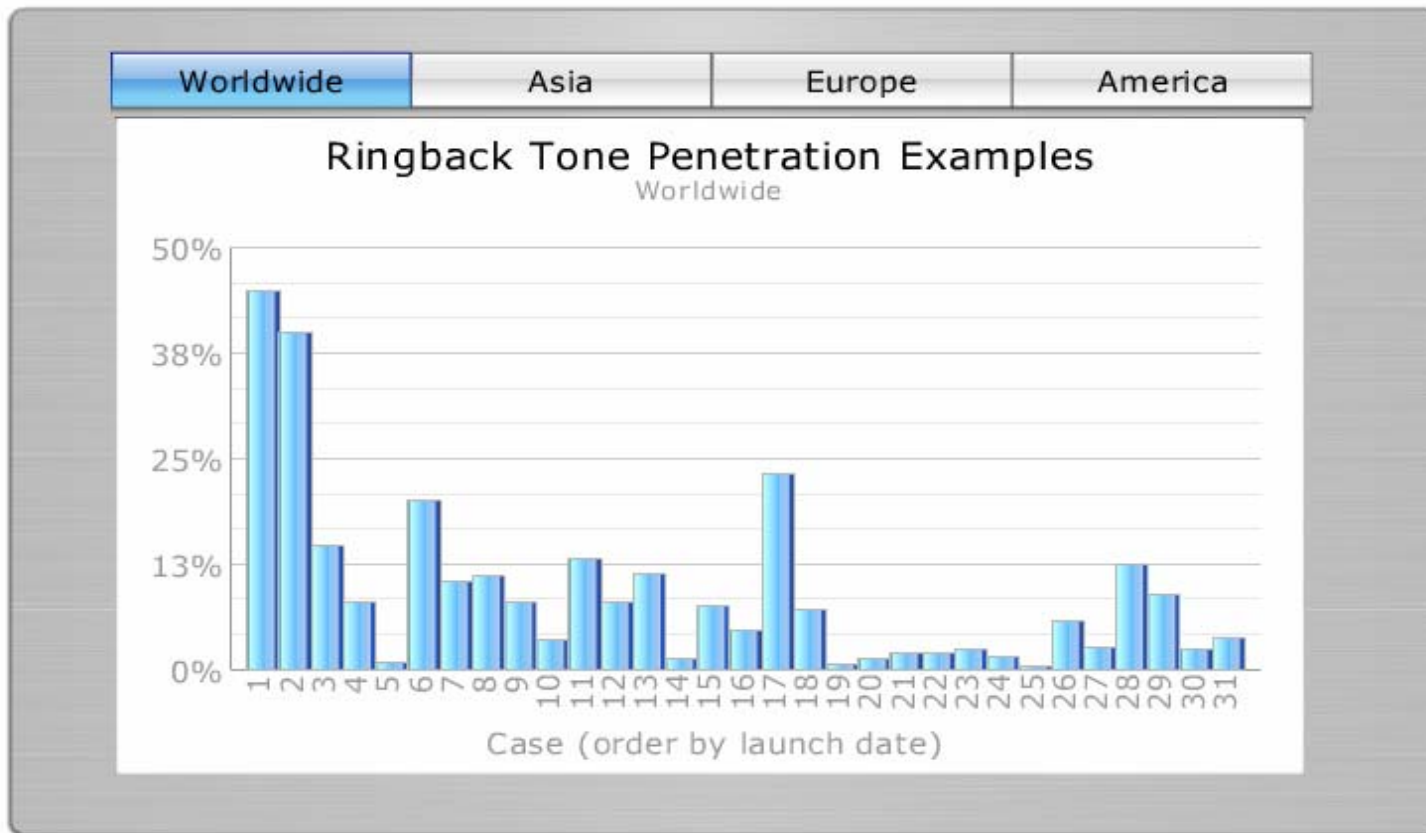


***«Стратегия роста пользователей и продаж контента RBT: операторские и партнерские решения»***

## **Содержание**

- 1. Вариация успеха RBT в мировой практике**
- 2. Три элемента реализации успешной RBT-стратегии**
- 3. Ключевые показатели компании «ИнКор»**
- 4. Лидерство «ИнКор» в сегменте RBT**
- 5. Агрегация контента RBT компанией «ИнКор»**
- 6. Максимизация продаж через партнерскую программу**
- 7. Опыт проведения акций за первые полгода 2008**
- 8. Новые контент-акции и инициативы агрегатора «ИнКор»**
- 9. Потенциал мобильной рекламы через RBT-канал**

## Уровень проникновения RBT в мире в разных проектах



**Разные вариации уровня проникновения в регионах и во всем мире**

## Три элемента реализации успешной RBT-стратегии

- **Цель:** максимизация дохода от сервиса
- **Стратегия:** три элемента достижения цели

1. Постоянное продвижение

2. Партнерская программа (offdeck)

3. Мобильная реклама

Максимизация требует выполнения всех трех элементов!

## Ключевые показатели компании «ИнКор»

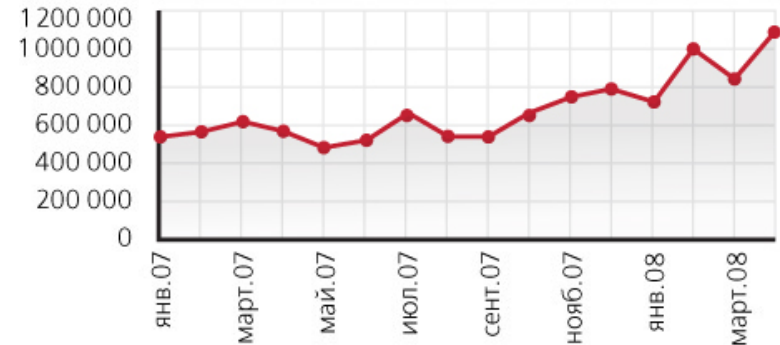
- «ИнКор» – позиция №2 по оценке ComNews Research, доля рынка 12% по собственным оценкам.
- Компания является агрегатором и сервис-провайдером для RBT, STK, WAP/WEB сервисов для 5-ти сотовых сетей операторов СНГ, а также федеральным агрегатором по SMS/IVR-трафику (Россия) .
- В настоящее время компания «ИнКор» это:  
**5,2** млн. подписчиков RBT и **1.1** млн. заказов RBT в месяц  
**2,1** млн. пользователей STK и **6** млн. запросов STK в месяц  
**0,1** млн. пользователей WAP и **200** тыс. заказов в месяц  
**170** партнеров по SMS/IVR и свыше **2** млн. SMS в месяц
- RBT ИнКор 2007 – **4** млн. активных подписчиков и **8** млн. проданных рингбэктонов.



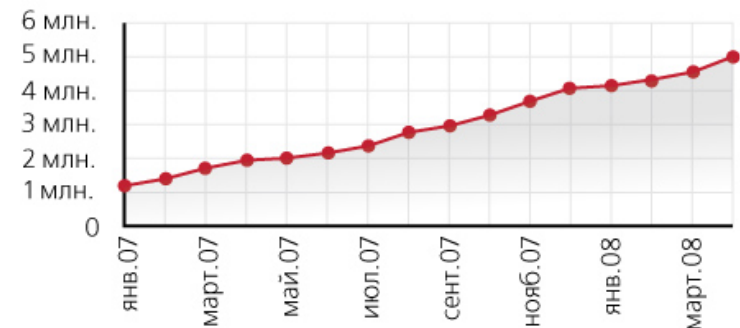
## Лидерство «ИнКор» в сегменте RBT

- Первый запуск RBT в тестовой зоне «МегаФон-Поволжье» в июне 2005 года.
- Внедрение модели абонентской платы за услугу и единократного заказа контента.
- Продажи – более 1 млн. рингбэктонов в месяц на этапе зрелости сервиса. Май 2008 – свыше 5 млн. подписчиков в 4-х сотовых сетях.
- Огромный накопленный опыт, знание жанровых предпочтений RBT, социально-демографических характеристик аудитории, ценовой эластичности в срезе регионов и операторов.
- Позиционирование и вывод бренда специально под RBT, опыт эффективного использования разных каналов – WEB, WAP, POSM, Радио, ТВ.

**Продажа RBT-контента 2007-2008  
(агрегатор ИнКор)**



**Активные пользователи RBT  
нарастающим итогом 2007-2008  
(агрегатор ИнКор)**



*\* на графиках совокупные показатели МегаФон, ВолгаТелеком, СМАРТС, ТТ-mobile*



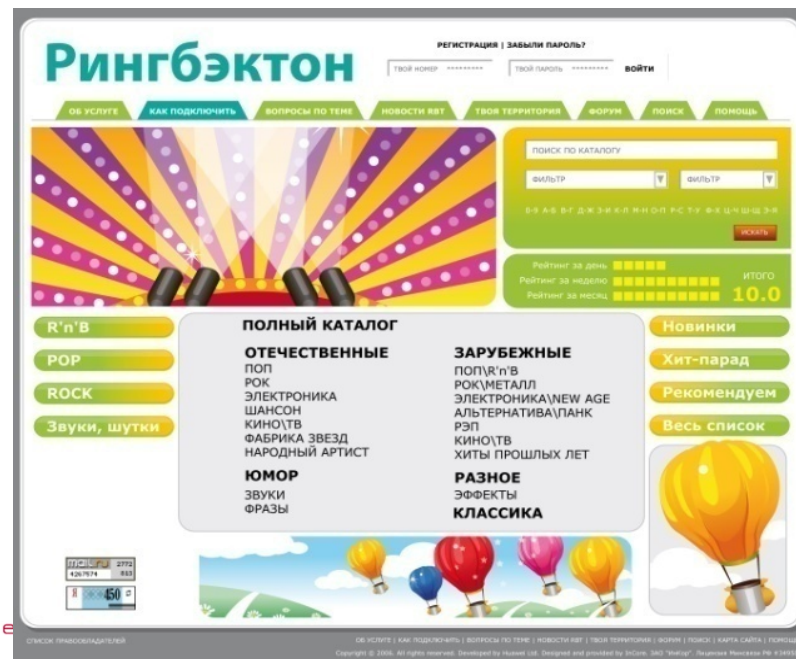
**INcore**

n e w m o b i l e s o l u t i o n s



## Агрегация контента RBT компанией «ИнКор»

- Более 7000 единиц контента, агрегированные по модели без «срока жизни», более 10 жанров, в.т.ч. шуточный брендовый и небрендовый голосовой контент. 4 ценовые категории: 0, 30, 60, 90 руб. с НДС. 8 млн. проданных рингбэктонов в 2007 году.
- Наполнение витрин, исходя из музыкальных предпочтений абонентов в регионах и анализа ротации на радио и ТВ-музыкальных каналах.
- Управление витринами в соответствии с их спецификой (WAP, WEB, IVR), формирование разделов - новинки, хиты, рекомендуемые, мелодия дня, музыкальный автомат и т.п.
- Эффективная частота ротаций рейтингов. Управление рейтингами под специальные стимулирующие акции, подбор событийного контента.
- Использование CRM-системы.



## Максимизация продаж через партнерскую программу

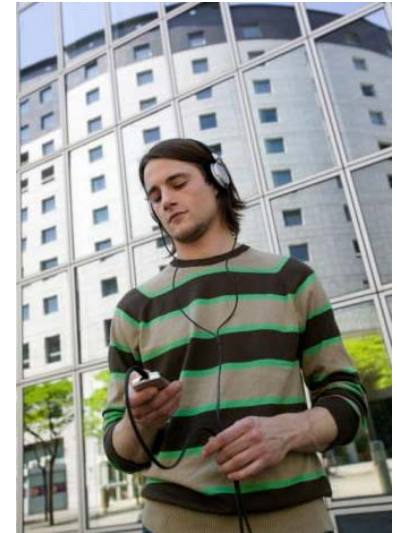
- Рингбэктон в линейке цифровых продаж музыки вместе с рингтоном, реалтоном и фултреком в разных интерфейсах – SMS, WEB, WAP.
- Единая точка доступа к статистике и формам отчетности и управления каталогами RBT.
- Мощная рекламная поддержка игроков off-deck (вне площадок оператора) - масштабное продвижение контента и услуги.
- Это приведет к привлечению максимального числа контент-провайдеров и d2c площадок и увеличению дохода для всех участников рынка.





## Опыт проведения акций за первые полгода 2008

- **«МегаФон-Урал»:** сентябрь 2007 – январь 2008, автоматического добавление RBT каждому новому абоненту оператора с отсутствием абон.платы 1 месяц. Число подписчиков RBT: +52%.
- **«Северо-Западный МегаФон»:** январь 2008 – март 2008, месяц без абон.платы каждому новому подписчику сервиса, число подписчиков RBT: +71%.
- **«МегаФон-Северный Кавказ»:** март-апрель 2008, контент-акция – «купи больше рингбэктонов и получи сервис 6 мес. без абон.платы, призы – первые 2000 подписчиков!». Объем продаж контента: +148%.



*\* RBT-сервис в данных регионах реализован на решениях компании **Comverse***

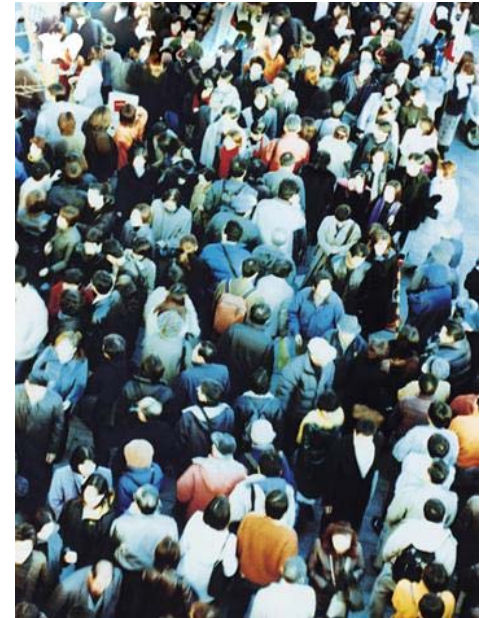
## Новые контент-акции и инициативы агрегатора «ИнКор»

- Стимулирующие акции: «купи X рингбэктонов и получи приз, сервис без абон.платы Y месяцев».
- RBT-хит – создание уникальной единицы контента и раскрутка через RBT, всем новым подписчикам бесплатно, всем купившим 2 рингбэктона – в подарок.
- Подготовка к запуску функционала «RBT User Generated Content» (возможность использования абонентами рингбэктонов «собственного производства», прошедших модерацию).
- Подготовка к запуску функционала «Музыкальный канал» - список проигрывания (плей-лист), работающий в формате радиостанции в определенном музыкальном жанре (рок, электронная музыка, джаз и т.п.).
- Подготовка к запуску функционала и каталогов контента «Музыкальный автомат/шкатулка» (несколько RBT at random).



## Потенциал мобильной рекламы через RBT-канал

- Будучи массовым сервисом, RBT становится медиаканалом. Если умножить число активных подписчиков на среднее число входящих вызовов (проигрываний), то объем этого канала – миллионы минут в день.
- В большинстве случаев RBT подходит для рекламы брендов, нацеленных на повышение узнаваемости. Для рекламы брендов с ярко-выраженными джинглом (3-5 сек. наиболее узнаваемый фрагмент).
- Корпоративные клиенты RBT – также используют свои гимны в качестве имиджевой рекламы.
- Модель рекламного RBT (баллы, начисления или получение сервиса бесплатно). В ходе исследования в одном из российских регионов – свыше 30% респондентов ответили положительно на предложение получать сервис бесплатно взамен на рекламу в виде мелодии RBT по умолчанию.



**INcore** n e w m o b i l e s o l u t i o n s

# Спасибо за внимание!

**Лучкин Дмитрий**  
**+7 926 295 37 85**

**ЗАО «ИнКор»**  
**Россия, 105005, Москва,**  
**Ул.Радио д.24, стр.1, оф.6**

**тел.: +7 495 982 38 86**  
**факс: +7 495 982 38 87**

<http://www.incore.ru>



**ncore**

n e w m o b i l e s o l u t i o n s