

НОВИЙ КАНАЛ КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ – СЕРВІС РЕКЛАМНИХ РИНГБЕКТОНІВ ITONE-РЕКЛАМА

Запитаймо себе, наскільки часто нам доводиться стикатися з появою нових каналів комунікацій? Звісно, у період розквіту цифрових технологій безперервний пошук нових можливостей просування є природним явищем. Тим не менш, за останнє десятиріччя ми могли побачити не так багато нових способів рекламування. Звісно, чільне місце серед цифрової реклами сьогодні займає просування у мережі Інтернет та SMS-розсилання. Втім, можливості мобільних комунікацій на цьому не завершуються, і чудовий цьому приклад – проект Itone-Реклама, про який піде мова у цій статті.

Нещодавно українській громадськості було представлено послугу Itone-Реклама, що працює на основі рекламного рингбектону (AdRBT). Фахівці мобільної справи терміном «рингбектон» називають послугу, сутність якої полягає у заміні гудків очікування виклику на розважальний звуковий контент. Зазвичай, така послуга є платною для абонента, а дохід розподіляють між собою провайдер сервісу, мобільний оператор та власник авторських прав. Однак, розробники AdRBT докорінно змінили структуру розподілу фінансових потоків та систему відносин між сторонами, залишивши лише технічну базу сервісу рингбектонів, що існує сьогодні.

Бажання рекламодавця в оригінальний спосіб повідомити споживачів про свій товар чи послугу є відправною точкою рекламного циклу послуги AdRBT. Розробивши аудіо ролик (це може бути фірмовий музичний твір чи звичайний дикторський текст), рекламодавець

передає його провайдеру послуги. Для того, щоб повідомлення було почуте повністю (середня тривалість очікування виклику коливається від 10 до 15 секунд), воно має бути стислим, проте інформативним. Готовий джінгл розміщується у телефонах користувачів послуги Itone-Реклама замість гудків очікування. Відтак, всі абоненти, що зателефонують на номери даних носіїв медіа-контенту, стануть слухачами рекламного повідомлення.

Вигода від користування послугою розподіляється між провайдером сервісу та користувачами (тими, хто встановлює рекламний рингбектон) у співвідношенні 20% до 80%. Таким чином, носії реклами зможуть частково компенсувати свої витрати на мобільний зв'язок.

Втім, рекламодавець також буде задоволений можливостями, які пропонує йому дана послуга.

По-перше, це широка аудиторія споживачів реклами (в середньому, один абонент за місяць приймає 600 дзвінків, – дослідження).

По-друге, це помірні витрати на проведення рекламної кампанії (для прикладу, середній показник СРТ становить всього 65,51 грн. без ПДВ).

По-третє, це широкі можливості для таргетингу. Мобільна аудиторія може бути розподілена за географічним розташуванням, за середньомісячними витратами, за наявністю додаткових послуг та за типом підключення (контракт чи передплата).

По-четверте, повідомлення дозволяє створити 100% контакт зі споживачем у

момент значного емоційного напруження – адже абонент, що телефонує, прагне якнайшвидше почати спілкування зі своїм співрозмовником на іншому боці радіохвиль. У цей момент він якнайкраще готовий до сприйняття інформації.

І, зрештою, Itone-Реклама – це новий та перспективний канал комунікацій. Саме найперші рекламні кампанії матимуть найбільший успіх – так показує досвід інших країн, де були запуснені подібні сервіси.

Першими користувачами послуги Itone стануть ті абоненти, що вже встановлювали сервіс рингбектонів або мають підключену мелодію замість гудків сьогодні. Щодо рекламодавців, то, як свідчать дані зарубіжних операторів, ними, в першу чергу, стануть гравці FMCG ринку – цьому сприяє широке охоплення цільової аудиторії та можливість проведення коротких, але ефектив-

них рекламних кампаній.

Для успіху такого способу просування необхідно, щоб повідомлення, яке лунатиме з динаміка слухавки, було легким для сприйняття, ненав’язливим та креативним. Це може бути як приємна мелодія зі словами заохочення до споживання певної торгової марки, так і дотепний дикторський текст, що, з одного боку, підійматиме настрій, а з іншого – інформуватиме про купівлю конкретного товару чи споживання деякої послуги.

Як висновок, слід зазначити, що рекламний рингбектон має всі можливості для того, щоб скласти плідну конкуренцію іншим каналам комунікації в нашій країні. Все, що для цього потрібно – визнання з боку рекламодавців та користувачів, а також активна участь рекламних агенцій у просуванні та розробці цікавого контенту для нового сервісу.

The screenshot shows the Itone website with the following elements:

- Header:** Itone logo with the tagline "Рекламуј правильно". Navigation links: "Итоне-Реклама", "Итоне-Ринг", "МузИнфо", "Блог", "Рекламодавцям", "Присоединяйся". Contact info: "Телефон горячей линии (062) 311-94-93".
- Banner 1:** "Выгодная СВЯЗЬ" (Beneficial CONNECTION). Image of a mobile phone and a card with "30" and "15". Text: "Пополнение счета" (Top up account). Description: "Хватит платить. Зарабатывай с Itone." (Stop paying. Earn with Itone).
- Banner 2:** "Мобильный КОНТЕНТ" (Mobile CONTENT). Image of a collage of people's faces and a tablet. Description: "Проканай свой телефон! Исследуй каталог контента." (Rent your phone! Explore the content catalog).
- Banner 3:** "Правильная реклама" (Correct ADVERTISING). Image of a smartphone. Text: "ТЕХНОЛОГИЯ AdRBT для рекламодателей" (AdRBT technology for advertisers). Description: "Используй новый медиа канал. Рекламуј правильно с Itone!" (Use the new media channel. Advertise correctly with Itone!).