

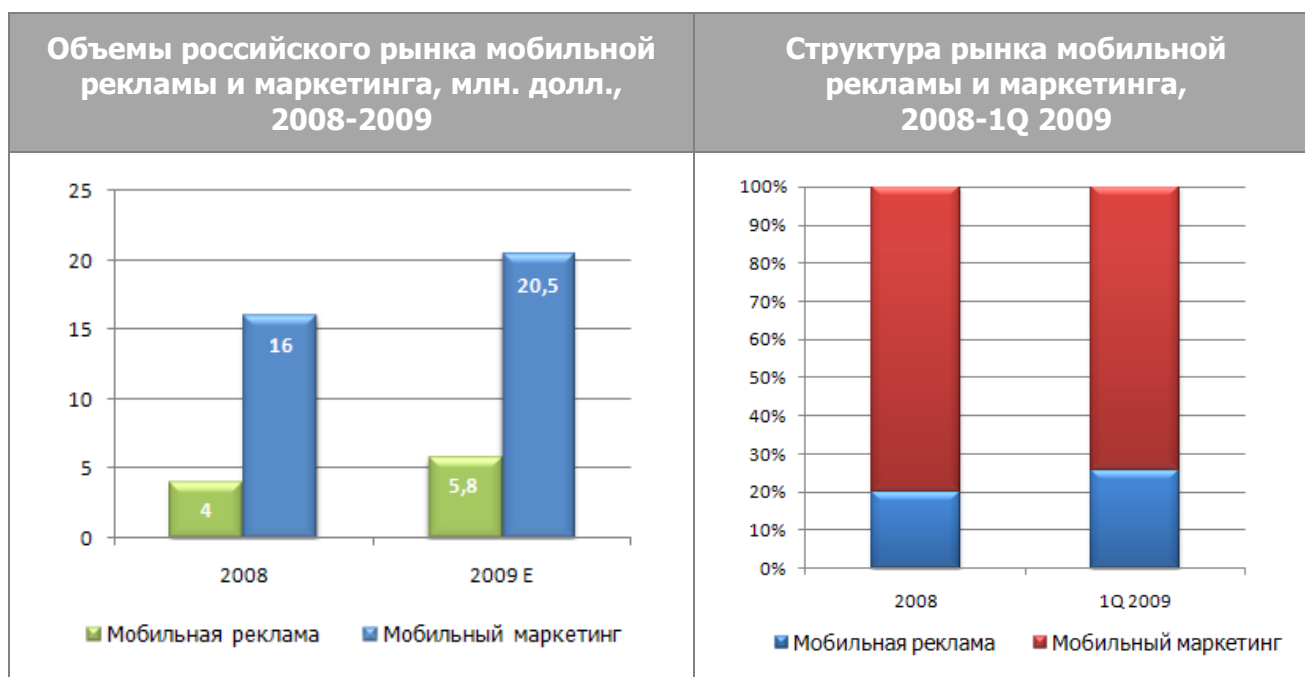
Пресс-релиз Рынок мобильной рекламы и маркетинга 1Q 2009 года



Компания **J'son & Partners Consulting** представляет основные результаты исследования **рынка мобильной рекламы и маркетинга**, проведенного в августе 2009 года.

В рамках исследования было рассмотрено текущее состояние и динамика мирового и российского рынков мобильной рекламы и маркетинга, проанализированы основные тенденции, дана оценка наиболее перспективных каналов, представлены успешные примеры реализации рекламных проектов.

Объем рынка: Согласно исследованию J'son & Partners Consulting объем российского рынка мобильной рекламы¹ в 1Q 2009 составил \$ 1,39 млн., на конец 2009 года прогнозируется рост на 45% по сравнению с данными 2008 года. В 2008 году в свою очередь наблюдался более чем двукратный рост по сравнению с 2007 годом, несмотря на некоторый спад, который в конце 2008 года переживала рекламная индустрия в целом.



Источники: J'son & Partners Consulting, данные отрасли

Несмотря на рост и увеличение доли мобильной рекламы, данный сегмент находится лишь в стадии формирования, в отличие от мобильного маркетинга², который присутствует как отдельный оформившийся канал коммуникации дольше и прочно вошел в маркетинговую практику.

В качестве основных тенденций рынка можно отметить следующие:

- Усиление роли war-площадок и мобильных версий сайтов.

¹ Под **мобильной рекламой** J'son & Partners Consulting подразумевает маркетинговый канал коммуникации, предназначенный для трансляции рекламного сообщения на мобильный терминал (прямая реклама).

² Под **мобильным маркетингом** J'son & Partners Consulting подразумевает комплекс средств маркетинговой коммуникации с потребителем через мобильные устройства, включающий в себя как прямую рекламу, так и различные маркетинговые и промо - акции.

- Рост активности операторов в области продвижения канала мобильной рекламы.
- Рост осведомленности рекламодателей.

Аудитория мобильной рекламы: Среди факторов, влияющих на охват аудитории, следует отметить: 1) проникновение услуг сотовой связи, по данным компании J'son & Partners Consulting проникновение в 1H 2009 года составило 139,3%³; 2) проникновение VAS услуг; 3) функциональность мобильных устройств; 4) информированность населения об услугах.



Источники: J'son & Partners Consulting, данные отрасли

Наиболее популярными каналами мобильной рекламы и маркетинга остаются по-прежнему WAP и SMS, как по охвату аудитории, так и по размеру рыночной доли. Аудиторией WAP-рекламы являются пользователи услуг сотовой связи, которые используют только мобильный телефон для доступа к интернет-ресурсам, не прибегая к помощи компьютера и/или модема. По данным исследования J'son & Partners Consulting 2008 года, среди пользователей WAP преобладают молодые люди с высшим образованием и средним доход равным 28 000 руб. Средний возраст пользователей составил 28 лет.

ЗА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ ОБРАЩАЙТЕСЬ:

Анна Панова
Консультант-Аналитик
APanova@json.ru

Виктор Чистяков
Директор по продажам
VChistyakov@json.ru



www.json.ru

Информационный бюллетень подготовлен компанией J'son & Partners Consulting. Мы прилагаем все усилия, чтобы предоставлять фактические и прогнозные данные, полностью отражающие ситуацию и имеющиеся в распоряжении на момент публикации материала. J&P оставляет за собой право пересматривать данные после опубликования отдельными операторами информации по абонентской базе. Данные информационных бюллетеней могут быть использованы в других публикациях с обязательной ссылкой на источник - J'son & Partners Consulting.

³Скорректированные данные по результатам 1H 2009 года.