

# ЩО НАМ ГОТУЄ МОБІЛЬНИЙ 2011?

**НАЗАР ГРИНИК,**  
директор і засновник агенції **LEAD9 Mobile Marketing nazar**  
grynyk@lead9.com

За американською термінологією, велика частина аудиторії MMR належить поколінню Generation X - людям, які зростали у 70-80-х роках. Ми дорослішали з першими комп'ютерами (Macintosh Classic), відеоіграми (Nintendo) і dial-up Інтернетом ("А-а-а, тільки не відключайся, тільки не відключайся!"). Людям нашого покоління досі складно зрозуміти, як 2 Гб оперативної пам'яті може бути замало! На моєму першому "маке" оперативки було в 500 разів менше, ніж на теперішньому. П'ять - нуль - нуль! Однак вже тоді ми почувались абсолютною щасливими!

Сьогодні у більшості мобільних пристроїв (не можу назвати їх телефонами) процесор майже в 200 разів потужніше за той, який стояв на перших компах у далекі 90-ті. А чи маємо ми тепер у 200 разів більше можливостей? І так, і ні. Що ж на нас чекає найближчим часом у мобільному світі?

## Чи зазнає поразки Nokia Apple?

Всього за чотири роки Стів Джобс зі своїм iPhone зміг досягти того, чого за тридцять років не зробили такі гегемони ринку, як Nokia і Samsung! Стів Джобс стер межу між комп'ютером і телефоном. Apple з iOS, а тепер вже і Google, зі своїм лінуковим Android, наблизили звичні нам функції десктопа і ноутбука до мобільного телефону. Веб і музика, імейл і соціальні мережі, програми й ігри - все це зручніше робити на тачскринових телефонах, ніж на старій звичній клавіатурі.

Як результат - ще в кінці 2009 р. iPhone і Google вийшли у лідери серед мобільних пристроїв, якими користуються для виходу в Інтернет. А Apple оголосив себе найбільшим за рівнем доходів у світі виробником мобільних пристроїв. Я вже не кажу про магазин програм Appstore і Android Market, що за популярністю значно випереджають запізнилі і до цього часу недопрацьований нокієвський Ovi.

Ось і я, зі своїми десятима роками гордого використання Nokia, змушений погодитись, що фіні виробляють хороші мобільні телефони, тоді як Apple і Google давно й успішно продають мобільні комп'ютери! Але не варто списувати з рахунків найбільшого в світі виробника (за кількістю проданих мобільних пристроїв)! У Nokia ще є трохи часу до того, як поїзд остаточно рушить.

## Телефонні дзвінки і SMS-повідомлення - учорашний день?

Поки нові мобільні пристрої надають розширені можливості у використанні Інтернету і додатків, дзвінки

і SMS залишаються їх слабкою стороною. І це зумовлено не тільки програмним забезпеченням, але й специфікою ринку, на який вони орієнтуються. Більшість молодих споживачів все менше телефонують і SMSять і все більше користуються на своєму мобільному послугами соцмереж, онлайн-месенджера та іграми.

Українські оператори не приховують, що абоненти дедалі менше говорять і дедалі більше "юзують" додаткові послуги. А отже, у цьому році в наше життя ввійдуть і надійно закріпляться такі нові терміни, як "доповнена реальність", "QR-коди", "сервіси на базі позиціонування на місцевості" і, власне, самі додатки (апи, apps, мобільні програми).

## Мобільний Інтернет: 3G, 5G, XXXG ...

Нещодавно я прочитав новини про розробки і тестування технології 4G "суворими воронезькими фахівцями" і навіть трохи занепокоївся з приводу цієї технології).

Майже щодня ми чуємо про новітні послуги на базі 3, 4, 5G. Висока швидкість передавання даних переносить користувача зі світу звичайного тексту і зображень у світ повноцінних мультимедіа, відео-конференцій, он-лайн 3D-ігор. Це дає бізнесам можливість організовувати інтерактивні рекламні кампанії для використання у мобільних пристроях, а не лише розміщувати примітивні текстові і gif-банери.

Але всі ці супершвидкості виглядають круто поки що тільки на словах. Адже навіть 3G реально працює лише у великих містах. А українські мобільні оператори досі не можуть забезпечити стабільне навіть 2-2,5G покриття в усіх населених пунктах і на центральних трасах. І поки в селі, де в мене дача, не буде хоча б на три поділкі працювати звичайний GSM, я буду з посмішкою сприймати заяви про "черговий G-прорив":).

## Соціальні мережі з позиціонуванням на місцевості (LBS + SMM)

На сьогодні це дуже модна штука на Заході, і з появою нових смартфонів соціальні мережі з позиціонуванням на місцевості (LBS + SMM) неодмінно будуть розвиватись і у нас. Foursquare, Loopt і останнім часом Facebook пропонують користувачам позначити себе на карті, де б вони не перебували, і отримувати повідомлення від своїх друзів з прив'язкою до цього місця (location based). Наприклад, я хочу вийти на обід і знаходжу своїх друзів поблизу, пропонуючи їм приєднатись. Для рекламо-

давців це дає новий пласт емоцій, адже якщо мені сподобався ресторан, я можу написати відгук, який побачать інші мої "френди". А магазин чи клуб, які розташовані поблизу, можуть запропонувати мені мобільний купон на знижку, щоб заманити до себе.

Я нещодавно зустрів біля свого офісного будинку, на Республіканському стадіоні, двох іноземців, які, тикаючи пальцями в екрани своїх смартфонів, просили показати, де саме той ресторан, в якому їм пропонують 10%-ву знижку через програму Foursquare.

### Доповнена реальність (augmented reality, AR)

Нещодавно розпочалась активна інтеграція соцмереж з браузером реальності, наприклад, такими як Layar.

Такі програми працюють на базі технології доповненої реальності. Використовуючи GPS, компас, Інтернет і камеру телефону, цей програмний продукт видає споживачеві інформацію про об'єктах, які знаходяться поблизу. Пам'ятаєте фільм Terminator 2? Це воно і є, тільки замість чіпа в голові, у вас – мобільний телефон!

Для рекламодавців AR цікавий саме широкими інтерактивними можливостями, адже ви не тільки можете запропонувати фото, надати інформацію про найближчу до споживача торговельну точку, але й надати йому купон на знижку, легко залучити до гри, у квест, показати відео і простимулювати поширення інформації серед друзів. Існують вже і перші соціальні кампанії на базі AR.

### Програми для iPhone, Android, Nokia (AppMarket, Android Market, Ovi Store)

До 2012 р. ринку програм для мобільних телефонів прогнозують світле майбутнє розміром у 17,5 млрд дол. доходу (для порівняння: світовий ринок онлайн-реклами досягне 58 млрд дол.).

Дедалі більше українців змінюють старі, "народні", трубки на смартфони (яких тільки в 2010 р. було продано 612 тис.), тому перед рекламодавцями розкриваються нові можливості з популяризації брендіваних додатків та ігор, завдяки яким споживач залучається до постійного спілкування.

Близько 1 млн українських користувачів iPhone, Android та інших сучасних смартфонів чекають ваших цікавих мобільних додатків, шановні розробники і бренди!

### Мобільна комерція

Як сказав один мій знайомий, "банки повинні бояться не інших банків, а мобільних операторів"! Адже на відміну від пластикових, бонусних і дисконтних карток, ваш телефон завжди з вами. Питання: як поєднати мобільний пристрій з точкою продажу, адже це – один із

небагатьох каналів комунікації, який залишається зі споживачем до моменту покупки і далі?! Нещодавно 76% британців зізнались, що навіть сплять зі своїм мобільним під подушкою.)

Все просто, потрібно лише встановити відповідну програму на свій телефонний апарат мобільного зв'язку! Перед походом до крамниці я, до речі, складаю список покупок на сайті магазину, користуючись домашнім ПК, тисну кнопку "Відправити", і список вже у мене на мобільному! У крамниці запускаю програму на телефоні, яка передає інформацію до системи супермаркету про моє місце перебування. А далі – як по маслу: не треба замучувати персонал питаннями на зразок "А де у вас хліб?" чи "А де у вас макарони?". Потрібна і зручна у користуванні карта магазину вже є у вашому телефоні, і ви робите позначку у переліку бажаних покупок, збираючи товари з полиць; далі фотографуєте з мобільного штрих-код і одержуєте додаткову інформацію про продукт; вам також надають спецпропозиції з певних секцій у режимі реального часу, і, дійшовши до каси, бачите на дисплеї свого мобільного цілком точну суму покупок.

Далі – більше. У Німеччині і Франції вже є магазини, в яких ви можете підтвердити оплату по мобільному (завдяки технології NFC – Near Field Communication, кошти знімають з вашого банківського рахунку без залучення непотрібного пластику!).

### Отже ...

Ми мали можливість прослідкувати за чималими можливостями, які з'являються для інтелектуального і цікавого маркетингу завдяки новим послугам, що максимально використовують потенціал нових мобільних пристроїв. Щоправда, їх взяли на озброєння лише найактивніші користувачів, яких в Україні налічується десятки тисяч. Однак я впевнений, 2011 рік доведе, що мобільний маркетинг – це вже давно не надокучливі телефонні дзвінки театральних агентств і навіть не SMS-розсилки від служб таксі, що всім давно набридли. Ми досить швидко перейдемо від фіксованості споживача (десктоп + Інтернет), до його максимальної мобільності (мобільний телефон + Інтернет), а від надання звичайних послуг (новини, веб-браузинг) – до корисних програмних продуктів і рішень (зіставлення цін, товарів і послуг, пошук найкращих пропозицій, знижки і т.п.), причому прив'язаних до реального місця і часу.

*P.S.: А я вже не дочекаюсь, коли ж мій мобільний пристрій реально надасть мені ті кілька сотень переваг, на які перевершує потужність мого першого комп'ютера :)!*

### Джерело

[Електронний ресурс]. – Режим доступу : [mmg.net.ua](http://mmg.net.ua).