



# **Medientage 2004 - Mobile Marketing**

Andreas Varesi, Director E-Marketing, Siemens Mobile Networks, 5.11.2004

**SIEMENS**

# **Agenda**

**Was ist Mobile Marketing?**

**Mobile Marketing im Vergleich zu Internet Marketing**

**Erfolgsrezept cross mediales Marketing**

**Siemens mobile auf den Medientagen München**

**Micro Movie Award auf den Medientagen München**

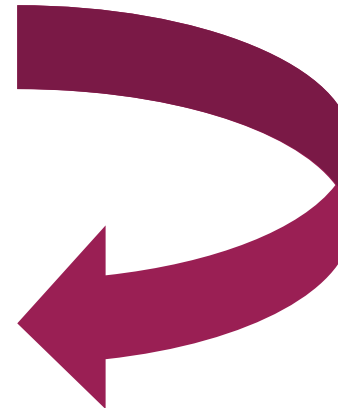
**Ergebnisse und Lessons learned**

# Was ist Mobile Marketing?

**Gezieltes Bereitstellen von Marketing Informationen über mobile Push- und Pull-Kanäle:**

## ■ Push Kanäle

- SMS Newsletter
- MMS Newsletter
- WAP Push



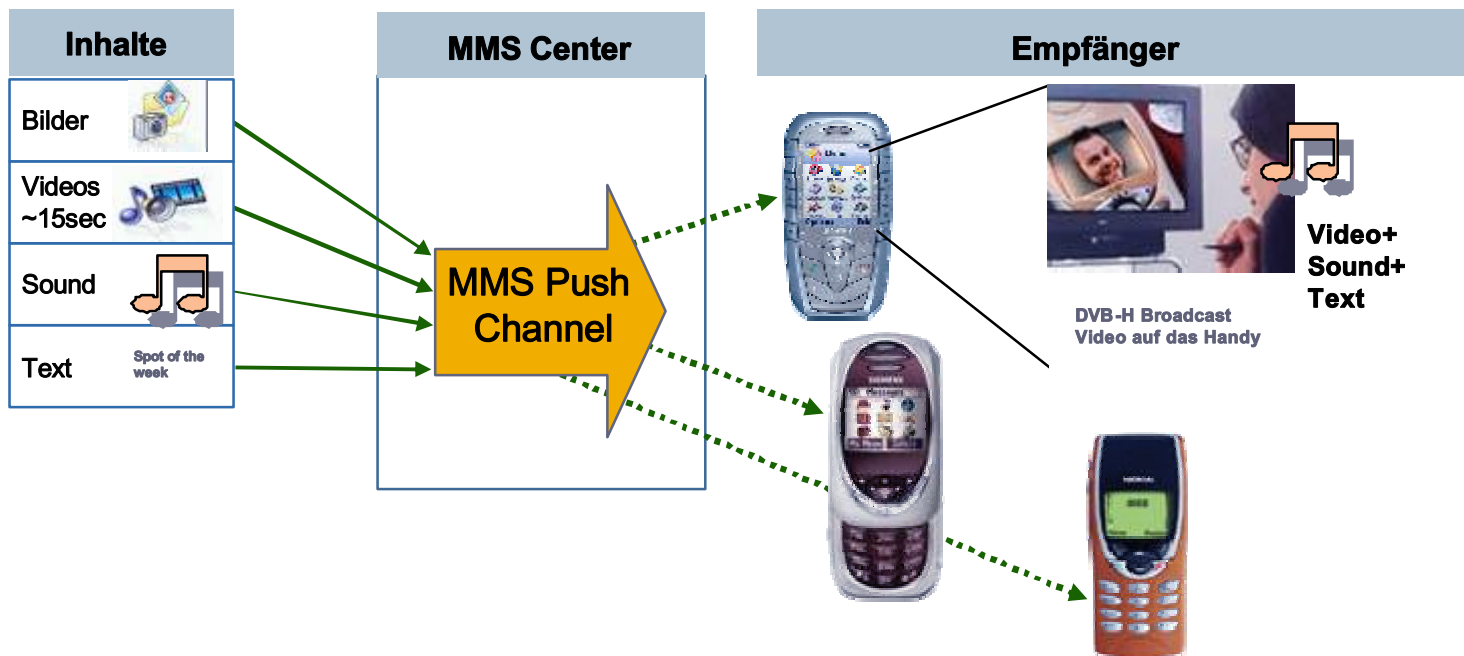
## ■ Pull Kanäle

- Mobile Portal
- Mobile Download
- Mobile Streaming



# Das Push-Verfahren – Multimedia Messaging Senden von Multimedia Inhalten auf das Handy

Über einen MMS Push Channel können Multimediale Nachrichten automatisch an einen definierten Verteilerkreis versandt werden



## Vorteil:

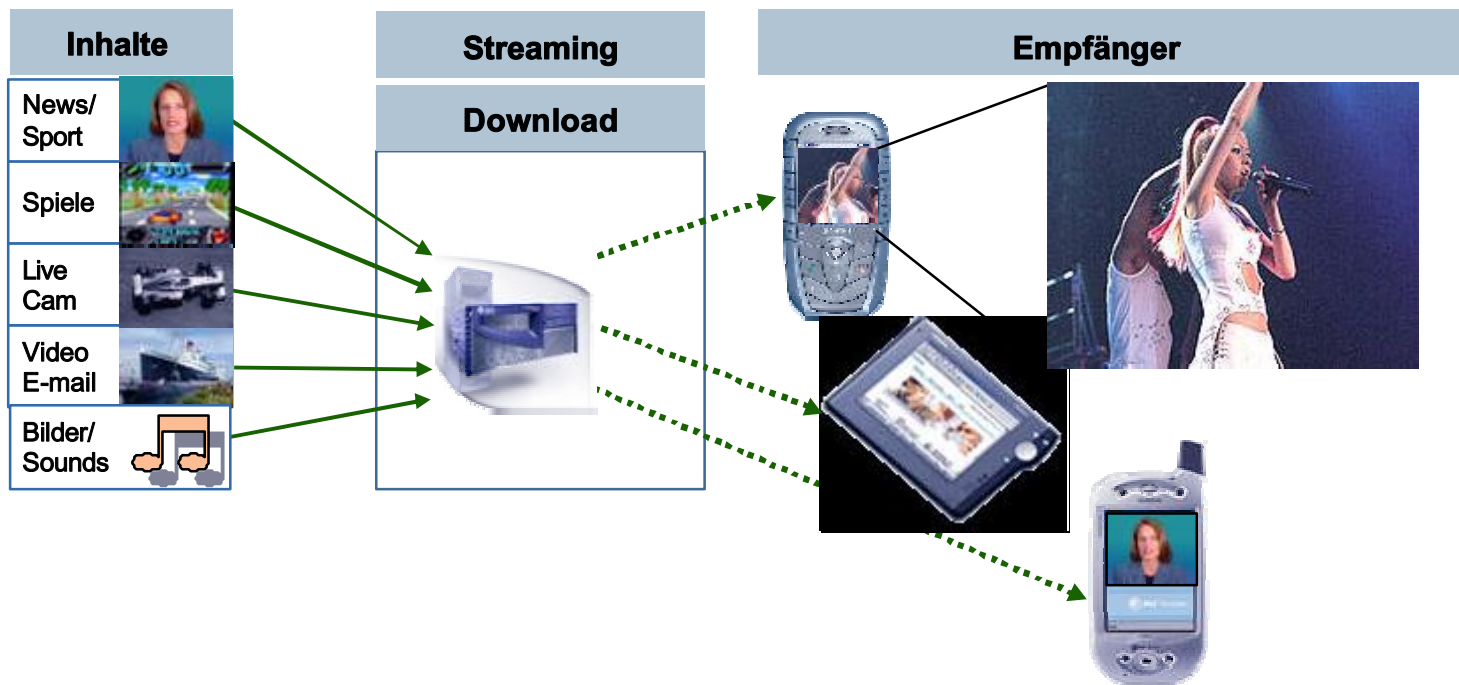
Angebot kommt automatisch zum Empfänger

## Nachteil:

Angebot kann als SPAM verstanden werden

# Die Pull-Verfahren – Streaming und Download Abrufen von Multimedia Inhalten auf das Handy

Über eine kombinierte Multimedia Streaming und Download Plattform können unterschiedlichste Inhalte angeboten werden



**Vorteil:**  
Menügeführtes Angebot

**Nachteil:**  
Das Angebot muss gesucht werden

# Mobile Marketing im Vergleich zu Internet Marketing

## Internet Marketing



- Viel Platz für Banner
- Hohe Auflösung für Produktbilder
- Gute Lesbarkeit von langen Texten
- Hohe Datenraten für Streaming (DSL)
- Einfacher Dialog per Tastatur möglich
- Einfache Suche und URL-Eingabe
- Kunde hat Zeit zum Surfen
- Surfen nahezu kostenlos

- Kunde unterwegs nicht erreichbar
- Kunde weitgehend anonym
- Standort des Kunden ist unbekannt
- Unsichere Bezahlverfahren

## Mobile Marketing



- Kein Platz für Banner
- Geringe Auflösung und Bildqualität
- Zwang zu kurzen prägnanten Texten
- Lange Ladezeiten (WAP per GPRS)
- Nur geringe Dialogfähigkeit
- WAP-Seiten nur schwer zu finden
- Kunde ist unterwegs, hat keine Zeit
- Multimedia kann hohe Kosten haben

- Mobile Kunden vor Ort erreichbar
- Individuelle Ansprache möglich
- Location Information erlaubt kontextsensitives Marketing
- Hohe Sicherheit durch SIM-Karte

# Erfolgsrezept cross mediales Marketing

## Der Mix macht es

Durch die Kombination von Internet und Mobile Marketing können optimale Erfolge erzielt werden:

- Promotion des Mobile Portals per WAP-Push
- Marketing-Information kann auf Interessen des Teilnehmers abgestimmt werden (z.B. fachorientierte Push MMS aus dem Extranet)
- Rundum Erreichbarkeit des Kunden
- Marketing-Information kann zum passenden Zeitpunkt angeboten werden (z.B. in Rahmen von Fachmessen Erinnerung an Veranstaltung)



## Cross Promotion über TV und Print

### Ausstrahlung eines 45 Sekunden TV Spots

- vom 9. – 22. Oktober zweimal täglich
- **Sendeplatz SciFi in Premiere**



### Platzierung von Interviews in

- **Kontakter**
- **VDI Nachrichten**

# Cross Promotion über das Internet

**SIEMENS** siemens.de | Impressum

Deutschland / deutsch  Sitemap | Kontakt | nur Text

Medientage München Home | Veranstaltungen

Medientage München 2004  
Übersicht  
Veranstaltungsinfos  
Anmeldung für Newsletter Medientage München 2004  
Verlosung

**PortalExplorer**  
Corporate Portal

**Medientage München - Die Zukunft mobiler Unterhaltung wird erlebbar.**

 Die Münchner Medientage haben sich zum bedeutendsten Medienkongress Europas entwickelt, zur Schnittstelle für die Medien- und Kommunikationsbranche. Da ist es selbstverständlich, dass Siemens - als kompetenter Innovator zukunftsweisender Technologien - mit dabei ist. Erleben Sie die Bereichsübergreifende Technologie- kompetenz des Global Players. Siemens läßt Mobilfunk und TV zusammenwachsen → mehr

**Die Videokünstler der Medientage**  
Ausgesprochen kreativ zeigten sich die Besucher des Siemens Communications-Standes auf den Medientagen, um eines der begehrten Videos zu ergattern.  
→ Die besten Videoclips  
→ Video des Tages

**Dabei sein**  
 Newsletter abonnieren - eigene Videos drehen und gewinnen.  
Ausserdem werden wir Sie hier schon im Vorfeld der Medientage München informieren - besuchen Sie uns daher regelmäßig. → mehr

**Pressemeldungen**

02.11.2004  
Handy-Hollywood bei Siemens: → **Mehr**

02.11.2004  
Siemens wird neuer Exklusiv-Partner von Mercedes-Benz → **Mehr**

28.10.2004  
Einen Tag an der Seite von Ronaldo & Co.: → **Mehr**  
→ **Mehr Pressemeldungen**

**Veranstaltungsarchiv**  
→ Cannes 2004

# Siemens auf den Medientagen München

20.-22. Oktober 2004

**Termin:**

18. Medientage München  
20.-22. Oktober 2004

**Öffnungszeiten:**

09:00 – 18:00 Uhr  
Eintritt frei für  
Ausstellungsbereich



**Ort:**

ICM – Internationales Congress  
Center München

**Unser Motto:**

Siemens – wir bringen die  
Welten von TV und Mobilfunk  
zusammen

# Ziel / Zielgruppen Medientage 2004

## Ziel

**Positionierung von Siemens mobile als Innovation Treiber im Hinblick auf zukunftsweisende Access Technologien**

**Darstellung von bereichsübergreifenden Technologiekompetenzen (ICM N, ICM CP, ICM CTO, ICN, SBS) und damit unsere Alleinstellung im Markt belegen**

**Positionierung von DVB-H gegenüber UMTS als sich gegenseitig ergänzende Technologien**

## Zielgruppen

**On-Line Anbieter (ISP, CSP etc.)**

**Rundfunk – und Fernsehanstalten**

**Nachrichtenagenturen (News, Sport, Börse, etc.) / Presse**

**Fixed- und Mobile Operators (TV Lösungen)**



# Mobile Marketing auf den Medientagen

**Hier werden multimediale Datendienste als one-to-one Marketingmedium über die öffentlichen Mobilfunknetze angeboten**

- **Multimediales WAP Portal mit Zugang über WAP Push**
- **Live Videostreaming vom Messestand**
- **Download animierter Grafiken auf das eigene Handy**
- **Produkt und Lösungsinformationen zu den gezeigten Exponaten**
- **MMS-Newsletter mit aktuellen Infos zu Siemens auf den Medientagen**
- **Video MMS Wettbewerb bei dem am Stand auf dem S65 selbst produzierte Videos im Internet prämiert werden**



**SIEMENS**

# Mobile Marketing [wap.siemt.de](http://wap.siemt.de) WAP Portal Medientage München



# Mobile Marketing/Micro Movies




## Lessons learned

- **Hohes Interesse an Teilnahme des Micro Movie Awards**
- **Technische Beschränkungen limitieren den Einsatz**
- **Hohe Kosten für Versand und Download der Videos begrenzen die Nutzungsbereitschaft**  
(zwischen 39 Cent pro MMS und mehreren Euro pro Download)
- **Rahmenbedingungen lassen kaum Erzählstrukturen zu**
- **Fokus hauptsächlich auf Gags und Außergewöhnliches**
- **Bereitschaft zum Download von Videos ist nur dann gegeben, wenn persönlicher Bezug oder hoher Funfaktor gegeben ist**



# Die Gewinnervideos

Bewertungen Tag 1	
Platz	Icon
Nr. 1	
Nr. 2	
Nr. 3	
Nr. 4	
Nr. 5	

Bewertungen Tag 2	
Platz	Icon
Nr. 1	
Nr. 2	
Nr. 3	
Nr. 4	
Nr. 5	

Bewertungen Tag 3	
Platz	Icon
Nr. 1	
Nr. 2	
Nr. 3	
Nr. 4	
Nr. 5	