



KAKO ISKORISTITI SMS U PROMOTIVNE, INFORMATIVNE I ZABAVNE SVRHE?

- SMS ZA PROMOTIVNE AKCIJE
- SMS ZA WEB
- SMS ZA TV
- SMS ZA RADIJSKE POSTAJE
- SMS ZA TISKANE MEDIJE

SMS ZA PROMOTIVNE AKCIJE

Mobilni marketing stvoren je kako bi se uz pomoć različitih mobilnih usluga mogle organizirati originalne i zabavne promotivne akcije. Megafonove SMS usluge mogu se iskoristiti na mnogo načina, a svaku od usluga moguće je modificirati i prilagoditi različitim potrebama i originalnim akcijama.

SMS FLAJER:

korisnik na svoj mobilni telefon prima informacije o događanjima, proizvodima, popustima, promotivnih akcijama... To može biti i slikovna poruka (WAP push).

PRIKUPLJANJE BODOVA SMS-OM

slanjem SMS poruke moguće je prikupljati bodove; npr. kupujući proizvode i šaljući barkod s ambalaže; sudjelujući u radijskoj ili TV emisiji i šaljući određeni kod kojeg radijski voditelj izgovori ili je vidljiv na ekranu. Ovu je SMS uslugu moguće povezati s webom: korisnik može prikupljati bodove i upisujući ih u web sučelje.

SLANJE KODA SMS-OM:

korisnik pronalazi kod (na ambalaži, na promotivnom letku i sl.) i šalje ga SMS-om te na taj način ili dodaje bodove na svoj račun, ili osvaja neku nagradu ili sudjeluje u nagradnoj igri i sl.

Nagrada može biti npr. multimedijalni sadržaj (odmah) ili, ako se akcija odvija na nekom mjestu, na okupljanju, otvorenju dućana ili kluba, npr., posjetitelji mogu potražiti kod na nekom "skrivenom mjestu" (ispod stolica, npr.) i poslati ga SMS-om; mogu odmah i vidjeti je li dobitan, jer se kodovi automatski provjeravaju.

Kod se može, naravno, nalaziti i na promotivnim materijalima, može biti otisnut ili zalijepljen na ambalaži proizvoda; može biti otisnut na "bonovima" koje kupci određenog proizvoda dobivaju na blagajni, itd.

Megafon generira kodove, sustav automatski provjerava jesu li ispravni

PRIMANJE KODA SMS-OM:

korisnik šalje SMS poruku određena sadržaja (ključnu riječ, broj računa, dokaz kupnje, itd.) i na svoj mobilni telefon prima SMS koji sadrži jedinstven kod. Taj će kod primatelj unijeti u npr. web sučelje te će tako dobiti neki ekstra sadržaj na webu ili će, na primjer, unošenjem "tajnog" koda otvoriti bonus-pretinac u SMS igri...

PRIMANJE MULTIMEDIJALNIH SADRŽAJA NA MOBITEL:

korisnik može primiti multimedijalni sadržaj (u formi WAP pusha) ili link na mobilni portal. Na taj način može primiti reklamu, najavu novog proizvoda, melodiju, videozapis...

SMS PERSONALIZIRANO OGLAŠAVANJE:

svaka promotivna akcija može rezultirati bazom podataka kupaca. Megafonov sustav omogućuje slanje personaliziranih SMS poruka u formi "Draga Marija, sutra je u tvom gradu velika promocija naših proizvoda, dođi u najbliži dućan!".

SMS KVIZ:

SMS kviz može biti jednostavan i imati nekoliko pitanja na koja je potrebno odjednom odgovoriti. Također, SMS kviz se može igrati i tijekom dužeg perioda (pitanja se mogu postavljati npr. dan za danom u nekom mediju /na webu, u radijskoj ili TV emisiji, dnevnim ili tjednim novinama; pitanja se mogu postavljati i u radijskim ili TV emisijama koje se emitiraju tjedno). Sudionik kviza na svako pitanje mora točno odgovoriti kako bi dobio novo pitanje.

Kviz može imati i "joker" pitanja, ekstra pitanja koja pomažu igraču da npr. odgovori na ekstra pitanje umjesto pitanja na koje ne zna odgovor, ili da odgovori na ekstra pitanje jer prošli tjedan nije slušao radijsku emisiju pa nije čuo pitanje, a igrao bi dalje... Joker pitanje može nositi i nove bodove, a može se nalaziti na web stranicama, može biti postavljeno u mediju ili se po njega mora otići na neko mjesto.

KOMBINACIJA SMS KVIZ + WEB + RADIO / TV + DUĆAN:

promotivna akcija koja se odvija na bilo kojem mediju može biti upotpunjena SMS-om na mnogo načina: npr. sudionici mogu igrati SMS kviz i svaki dan odgovarati na novo pitanje SMS-om. Pitanje je postavljeno u radijskoj/ TV emisiji ili u dnevnim novinama, u reklami, na webu; također, igrače je moguće nagovoriti da posjete prodajno mjesto kako bi dobili novo pitanje ili joker pitanje i tako skupili ekstra bodove.

Primjer: novo pitanje se postavlja u radijskoj emisiji svakog dana (može i više puta dnevno biti postavljeno isto pitanje). Pitanja su relativno jednostavna, a odgovore je lako pronaći na web stranicama i na prodajnim mjestima organizatora. Ako preskoče jedno pitanje, sudionici mogu uložiti "jokera": dodatno pitanje, koje se može pronaći na webu ili na prodajnim mjestima, a odgovaranjem na njega sudionici dobivaju pravo na nastavljanje igre. Sudionike kviza može se i obavijestiti SMS-om te ih tako podsjetiti da nastave igru.

SMS PROGRAM VJERNOSTI:

Sveobuhvatan program vjernosti preko SMS-a: mobitel mijenja kartice vjernosti, a kupac može biti vjeran ili dućanu ili proizvodu, neovisno o mjestu gdje ga kupuje. SMS program vjernosti omogućuje prikupljanje bodova, a može trajati neograničeno dugo ili imati obračunske periode (npr. kupci prikupljaju bodove 3 mjeseca, nakon čega moraju potrošiti prikupljene bodove).

Uvođenje SMS programa vjernosti neusporedivo je jeftinije, brže i jednostavnije od uvođenja bilo kojeg drugog programa vjernosti (nema troškove izrade kartica, opremanja prodajnih mjesta hardverom itd.), a SMS program vjernosti ima i dodatnu pogodnost: vjernim kupcima je moguće u bilo kojem trenutku poslati promotivnu SMS poruku.

Prikupljanje bodova SMS-om može se iskoristiti i za promotivne akcije, pa to može biti i SMS nagradna igra u kojoj sudionici prikupljaju bodove tijekom određenog perioda.

SMS NAGRADNA IGRA:

SMS nagradne igre podrazumijevaju prijavu sudionika jednom porukom u kojoj će poslati i osobne podatke, koje organizator igre naknadno može koristiti za analizu ili za slanje promotivnih poruka.

SMS nagradna igra može biti samo slanje SMS-om dokaza kupnje (kod s ambalaže, broj računa), ali može biti i pitalica (sudionici šalju odgovor na zadano pitanje), anketa (sudionici šalju svoje mišljenje), glasovanje (npr. za najbolju fotografiju, za najoriginalniju frazu, za zanimljivu reklamu - mogu slati i odgovore a/b/c)...

SMS nagradne igre igraju se na tarifi 60xxx i cijena SMS poruke je 2,40 kn (PDV uključen).

SMS PITALICA A-B-C:

SMS-om se može slati odgovor na neko pitanje u formi a), b), c) ili 1,2,3...

SMS ANKETA:

anketa podrazumijeva odabir neke od ponuđenih opcija; odgovor može glasiti i "da" ili "ne", npr., kao i bilo što drugo što odredi organizator. Anketiranje putem SMS-a omogućuje i istraživanje mišljenja određene grupe korisnika, bilo da se radi o općoj zainteresiranoj skupini kupaca ili o grupi određenoj godinama, spolom, navikama, mjestom prebivališta ili nekom drugom značajkom.

SMS GLASOVANJE:

sudionik šalje svoj glas SMS-om; bilo za najbolju fotografiju, najljepšeg kućnog ljubimca, reklamni slogan, političku stranku ili što god već odabere...

SLOŽENA SMS GLASOVANJA: pomoću SMS poruka moguće je realizirati i složenija glasovanja: u tom slučaju korisnici će moći ocijeniti odabrani odgovor (na primjer, "glasam za pjesmu broj 3, s ocjenom 10"). Naručitelj glasovanja rezultate može pratiti u web sučelju.

SMS OCJENJIVANJE:

SMS se može koristiti i za ocjenjivanje, a ukoliko su ocjene brojčane, Megafonov sustav računa prosječnu ocjenu. Od ponuđenih nekoliko proizvoda, npr., korisnik može svaki ocijeniti i poslati SMS-om ocjenu oblika: proizvod a - 3, proizvod b - 5, proizvod c - 2.

SMS ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA:

istraživanje tržišta i praćenje mišljenja šire javnosti ili zainteresirane skupine potrošača o nekom proizvodu, brandu, usluzi ili ideji, može se lako i jednostavno organizirati preko SMS-a (sudionici mogu odgovarati slanjem proizvoljnog sadržaja, kao i a/b/c i sličnim odgovorima). Web sučelje omogućuje uvid u rezultate anketa.

SMS NAGRADNA IGRA + SLANJE MULTIMEDIJALNIH SADRŽAJA:

sudionici SMS nagradne igre mogu biti nagrađeni promotivnim multimedijalnim sadržajima (slikovnim pozadinama, ilustracijama, animacijama, melodijama, videozapisima). Multimedijalni sadržaji stižu u obliku WAP push poruke.

SMS nagradna igra može se organizirati i za kupce multimedijalnih sadržaja.

SMS IGRA ZA TRGOVAČKE MARKE: PRIKUPLJANJE BARKODA ILI OZNAKA S PROIZVODA

Igra u kojoj igrači prikupljaju oznake s proizvoda (barkod, oznaku, određenu riječ na ambalaži - npr. 3. riječ u opisu proizvoda i sl.) te potom tražene podatke šalju SMS-om, traži od igrača da prikupe što više podataka o nekom brandu, odnosno da pronađu što više proizvoda određenog branda i s ambalaže različitih proizvoda pošalju određene podatke.

Igra je detaljno razrađena i podrazumijeva tjedne i dnevne akcije, kao i komunikaciju s igračima (slanje savjeta SMS-om, upute na webu i u promotivnim materijalima, itd.).

EDUKATIVNE TEKSTUALNO-SLIKOVNE SMS IGRE ZA DJECU:

jednostavne SMS avanture pomoću kojih djeca uče o temama koje priželjkuje organizator ove SMS akcije. SMS avantura može se povezati s webom, a igrači tijekom igre primaju i slikovne upute, odnosno ilustracije događanja u igri.

ALBUM SA SLIČICAMA NA MOBILNOM TELEFONU:

Album sa sličicama, koji se može naći i u klasičnoj maloprodaji, može biti prebačen na mobilni telefon: svaka sličica u albumu može imati jedinstven broj, kojeg kupac sličice šalje SMS-om te dobiva istu pozadinsku sliku za mobitel, koju potom može i mijenjati s prijateljima.

TEKSTUALNE (SMS) AVANTURE:

uz pomoć SMS-a mogu se igrati zaokružene avanture u kojima igrač sam bira načine na koji će igru odigrati (odabrat će lika, koji će imati određene značajke, skupljati iskustvo i bodove tijekom igre, u nekim slučajevima o njegovoj će sudbini odlučivati slučajnost; igrat će u nekoliko faza, jer će se novi dijelovi igre otvarati u određeno vrijeme, itd.).

Primjer: igrač je vremenski putnik i događaju mu se različite dogodovštine u prošlosti i/ili budućnosti. Igra počinje kad igrač pošalje SMS sadržaja START; dobiva SMS poruku: "Na raspolaganju vam je vremenski stroj. Hoćete li a) otputovati u prošlost; b) skoknuti u budućnost". Igrač šalje SMS sadržaja "a)" i odabire odlazak u prošlost. Dobiva SMS poruku "Oko vas bjesni francuska revolucija, vi ste ispred Bastille. Pored vas se nalazi poznato vam lice: Robespierre glavom i bradom! Vi ćete: a) pobjeći, b) upozoriti ga što mu se sprema?". Igrač šalje SMS sadržaja "b)", itd.

SMS avanture su igre u kojima igrači odabiru smjer igre – hoće li krenuti u nekom pravcu, hoće li komunicirati s likovima koje sreće; igrač sam odlučuje o svojim akcijama i na taj način je igra za njega potpuno nepredvidljiva.

SMS avantura može imati više razina, nove razine igre mogu se "otvarati" postepeno: npr. prvih pet koraka može se odigrati ovaj tjedan, a tek u ponedjeljak se otvaraju vrata prema novim avanturama vremenskog putnika (i tad se igračima šalje SMS podsjetnik da mogu nastaviti igru).

SMS avantura se, kao i većina drugih SMS aktivnosti, može vezati uz web, uz prodajna mjesta i uz druge medije. Npr. na webu se može pročitati više o avanturi koju igrač igra; mogu se pronaći podaci o osobama i događajima koje igrač sreće putem; mogu se objaviti trikovi za bolje igranje igre, itd. Na prodajnim mjestima igrači mogu pronaći bonus, npr. kodove koje će poslati SMS-om i tako prikupiti dodatne bodove ili otvoriti skrivene razine igre, npr. dobiti ključ pomoću kojeg će otvoriti srebrnu kutiju koju su pronašli, itd...

SMS AVANTURE U "STVARNOM" SVIJETU:

SMS igre se mogu igrati i u "fizičkom" svijetu: na primjer, igrači traže određen proizvod na policama dućana, ili skriveni predmet na nekom mjestu (u parku, u klubu, u šoping centru)...

SMS AVANTURE + WEB:

svaka SMS avantura može imati i svoj web dio: na webu se mogu nalaziti trikovi i savjeti, kao i dodatni elementi igre (tajni pretinci, dodatne šifre itd.).

SMS PSIHO-TEST:

SMS psiho-test zabavna je SMS usluga, no Megafon može SMS psiho-test pripremiti i u suradnji s profesionalnim savjetnicima te ga učiniti ozbiljnim alatom za razumijevanje osobnosti.

SMS AUKCIJA:

SMS igra u kojoj se igrači nadmeću, a pobjednik je igrač koji objavi najnižu jedinstvenu ponudu. SMS aukcija je "obrnuta aukcija", na koju sudionici iznenađujuće dobro reaguju.

SMS IGRA "MANJE-VIŠE":

sudionici igre pogađaju zadani broj; svoje prijedloge šalju SMS-om, dobivaju odgovor jesu li poslali broj koji je manji ili veći od traženog.

SMS TUŽIBABA

Korisnici servisa Tužibaba šalju SMS-om svoje primjedbe, pritužbe, pohvale, pogrde - sve što ih muči, tišti ili veseli. SMS tužibaba idealna je za spajanje s radijskom emisijom, web stranicama i tiskanim medijima, koji mogu objavljivati komentare ljudi, kao i najzanimljivije, najsmješnije, najkorisnije pritužbe ili pohvale. Mediji mogu i reagirati te potražiti rješenja ili komentare odgovornih; sve je to moguće koristiti u promotivne svrhe.

SMS KOMENTAR:

SMS slobodnog sadržaja, kojeg će organizator prikazati ili na svojim web stranicama, ili će ih objaviti u radijskoj ili TV emisiji... ili ih neće objaviti nigdje već ih želi za vlastitu informaciju. U promotivne svrhe moguće je prikupiti SMS-om komentare korisnika nekog proizvoda ili usluge.

SMS KOMENTAR NA TRACI - ZA TV EMISIJE I RAZNA DOGAĐANJA + SPONZORSKE SMS PORUKE:

prikazivanje SMS poruka na televizijskim ekranima i platnima tijekom koncerata, sportskih događanja, konferencija, TV emisija i najrazličitijih okupljanja izuzetno je popularno, jer na taj način publika komunicira međusobno preko ekrana (hvali, komentira, postavlja pitanja, daje prijedloge, upoznaje se, dogovara...). Sve pristigle SMS poruke kontrolira Megafonov moderator, pa se na ekranu neće prikazati neprikladne poruke.

Sponzor ili organizator događanja ili TV emisije može poruka prikazivati i sponzorsku promotivnu SMS poruku, koja će se prikazati između korisničkih poruka na ekranu (tako je i ta promotivna poruka pažljivo pročitana, kao da je "obična" SMS poruka koju je netko poslao).

SMS KOMENTAR NA TRACI - ZA WEB:

sadržaj primljenih SMS poruka "vrti" se na traci postavljenoj na određeno mjesto na web stranicama. U promotivne svrhe može se postaviti traka u bojama sponzora na željene web stranice (uz popratni tekst npr. "Sponzor vam poklanja dopisivanje na ovim web stranicama").

SMS BANNER – ZA WEB:

SMS banner omogućuje prodaju oglasnog prostora na banneru na web stranicama. U promotivne svrhe moguće je postaviti više SMS banera na sve stranice i mikro stranice organizatora promotivne akcije, te omogućiti korisnicima slanje SMS poruka koje će se vrtjeti na bannerima (i npr. pozvati posjetitelje stranica da smisle originalnu frazu koja objašnjava njihov proizvod te najbolju nagraditi).

SMS MALI OGLASI:

primanje malih oglasa putem SMS-a te potom njihovo objavljivanje u bilo kojem mediju (radijskoj ili TV emisiji, novinama, webu) ujedno omogućuje i zaradu na pristiglim SMS porukama i "naplatu" objave malog oglasa.

NAPLATA SMS SAVJETA, VIJESTI, INFORMACIJA:

1. **INTERAKTIVNA SMS USLUGA:** korisnik šalje ključnu riječ i dobiva odgovor. Tako se mogu, npr. slati najrazličitiji savjeti (savjeti za zdrav život, recepti, savjeti za kladenje itd.)
2. **DISTRIBUCIJSKA LISTA S KREDITIMA:** korisnik se pomoću SMS-a pretplati na neku uslugu, npr. dnevnu ili tjednu. Za cijenu jedne SMS poruke (koja ga košta npr. 3,66 ili 6,10 kn) korisnik dobije određen broj kredita, npr. 5, i sljedećih 5 dana ili 5 tjedana prima sadržaj na koji se pretplatio (vijesti, informacije, savjete itd.)

SMS DISTRIBUCIJSKA LISTA S NAPLATOM:

pretplatnička usluga, moguće je korisniku naplatiti npr. svaki tjedan proizvoljan iznos, recimo 12,30 kn (10 kn + PDV) i za to slati korisniku multimedijalne sadržaje ili lozinku za pristup web siteu, vijesti, informacije, savjete itd.

NAPLATA SADRŽAJA NA WEBU:

pomoću SMS poruke moguće je naplatiti skidanje sadržaja s weba ili ulaz u dio sitea koji se naplaćuje. Npr., korisnik može poslati SMS po cijeni od 6,10 kn i na svoj mobitel primiti šifru

koju će potom upisati u web sučelje te na taj način downloadati npr. autorsku glazbu, foto-album ili videozapis s web stranica. Također, pomoću primljene šifre moguće je "otvoriti" dio web sitea koji je inače zatvoren, odnosno koji se plaća.

SMS CHAT - SMS KONTAKTNI CENTAR:

Sustav za komunikaciju s operaterom putem SMS poruka koristi se za razmjenu SMS poruka, odnosno "chat" između korisnika i operatera: korisnici putem SMS poruka komuniciraju s agentom centra. SMS kontaktni centar može služiti kao Služba za korisnike koja pruža najrazličitije informacije, a može služiti za zabavu i razonodu, upoznavanje, druženje...

SMS GATEWAY

SMS gateway je platforma za povezivanje klijentskih aplikacija s telekom-operaterima, namijenjena tvrtkama koje žele pružiti korisnicima svojih aplikacija ili usluga pristup putem SMS-a, odnosno svoju aplikaciju ili uslugu želite dopuniti nekim oblikom SMS funkcionalnosti.

SMS USLUGE ZA WEB – KOKA:

Megafonove SMS usluge za web omogućuju zarađivanje od pristiglih SMS poruka na tri načina:

1. **SMS BANNER:** sadržaj pristiglih SMS poruka prikazuje se na banneru, kao reklama. Urednik (administrator) web stranica zarađuje na svakoj primljenoj poruci. Primjer potražite na www.pegla.com.
2. **SMS TRAKA:** sadržaj primljenih SMS poruka "vrti" se na traci postavljenoj na određeno mjesto na web stranicama. Primjer potražite na www.iskrica.com.
3. **SMS NAGRADNA IGRA, GLASOVANJE, ANKETA, KOMENTAR, OGLAS:** posjetitelji web stranica prijavljuju se na nagradnu igru, natječaj, glasovanje putem SMS-a, a urednik (administrator) web stranica zarađuje od svake primljene poruke.

Više informacija: www.koka.pro.

SMS ZA TV EMISIJE:

1. **SMS PORUKE NA TRACI:** SMS poruke koje se prikazuju na vrhu ili na dnu ekrana tijekom TV emisije mogu sadržavati komentare gledatelja, poruke i pozdrave, upite i slično. Takve SMS poruke obično se prikazuju tijekom glazbenih emisija i sportskih natjecanja, a gledatelji se dopisuju, komentiraju viđeno, šalju pozdrave prijateljima ili ih upućuju akterima u emisiji. SMS poruke također mogu biti "začin" talk showa, jer će gledatelji također rado komentirati bilo politički, bilo lifestyle TV talk show te slati svoje prijedloge i pitanja.
2. **SMS PORUKE NA TRACI + SPONZORSKA PORUKA:** sponzor TV emisije može prikazivati sponzorsku promotivnu SMS poruku, koja će se prikazati između korisničkih poruka na ekranu (na taj je način ta promotivna poruka pažljivo pročitana).
3. **NAJAVA EMISIJE SMS-OM – NEPOSREDNO PRIJE POČETKA EMISIJE:** najava emisije SMS-om, npr. pola sata prije početka, kao podsjetnik!
4. **PITANJA I KOMENTARI SMS-OM** (ne vide se na ekranu): gledatelji će rado uputiti pitanje ili komentar na TV emisiju i na taj način lifestyle emisije i TV emisije magazinskog tipa mogu

primati prijedloge tema, komentare na obrađene priloge i upite gledatelja. Talk show također ima mnogo koristi od pitanja i komentara gledatelja, koji stižu u realnom vremenu i mogu utjecati na tijek TV showa. Reality show može primati pozdrave i poruke natjecateljima, itd.

5. **MALI OGLASI:** preko SMS poruka mogu se primati i mali oglasi te potom čitati u TV emisiji, ukoliko je ona takvog tipa.
6. **UKLJUČIVANJE PUBLIKE U SHOW:** specijalizirane emisije (npr. kulinarski izazovi) mogu pozvati publiku da se direktno uključi u show.
7. **TV SMS KVIZOVI:** gledatelji će rado ponuditi svoj odgovor na pitanje u TV kvizu putem SMS poruke, pogotovo ako će točan odgovor biti na neki način nagrađen.
8. **GLASANJE SMS-OM:** putem SMS-a može se glasati ili istraživati javno mnijenje, pa će takva nadopuna TV emisiji koja želi dokazati neko mišljenje biti najbolji oslonac.

Ukoliko se SMS poruke na bilo koji način prikazuju na ekranu tijekom TV emisije, Megafonov moderator nadgleda sadržaje SMS poruka. Megafon ima i razvijen sustav za automatsku zabranu prikaza poruka koje sadrže neprikladne riječi.

SMS ZA RADIJSKE EMISIJE

SMS poruke slušatelja mogu obogatiti program svake radijske emisije i učiniti je interaktivnom, bilo da se one čitaju u eteru ili se putem njih primaju glazbene želje, komentari slušatelja, pitanja, pozdravi i poruke, mali oglasi... Većina hrvatskih radijskih postaja već i koristi SMS kao sredstvo komunikacije sa svojim slušateljstvom.

1. **MALI OGLASI I GLAZBENE ŽELJE:** primljene SMS poruke radijski voditelj iščitava iz web sučelja.
2. **PITANJA I KOMENTARI SMS-OM:** slušatelji će rado uputiti pitanje ili komentar na radijsku emisiju, pa tako radijski urednici mogu primati prijedloge tema, komentare na obrađene priloge i razne upite slušatelja, mišljenja itd.
3. **RADIJSKI SMS KVIZOVI:** slušatelji će rado ponuditi svoj odgovor na pitanje u radijskom kvizu putem SMS poruke, pogotovo ako će točan odgovor biti na neki način nagrađen.
4. **GLASOVANJE I ANKETE:** putem SMS-a može se glasati ili istraživati javno mnijenje.
5. **SMS TUŽIBABA:** korisnici šalju SMS-om svoje primjedbe, pritužbe, pohvale, pogrde – njihovi se komentari mogu objavljivati na web stranicama i u tiskanim medijima (npr. mogu objaviti najzanimljivije, najsmješnije, najkorisnije pritužbe ili pohvale). Novine također mogu i reagirati na njih te potražiti rješenja ili komentare odgovornih...

SMS USLUGE ZA TISKANE MEDIJE

1. **PRIKUPLJANJE BAZE ČITATELJA – SMS KLUB:** čitatelji primaju opće (promotivne) poruke, udarne vijesti, najave novih brojeva časopisa itd. Čitatelji se u klub uključuju slanjem SMS poruke s osobnim podacima (ime, prezime, dob, adresa, itd.), a moguće se uključiti i ispunjavanjem tiskanog ili web obrasca
2. **SPONZORSKE PERSONALIZIRANE PORUKE:** čitatelji ovisno o interesima i karakteristikama (dob, spol, adresa) primaju ciljane poruke sponzora
3. **PRIMANJE KOMENTARA ČITATELJA:** čitatelje se može tražiti da kažu što misle o nekoj vijesti, aferi, skandalu (npr. podržavate li vezu Nje i Njega, što mislite o pjesmi Ante Gotovca); ti se komentari mogu objavljivati na webu ili u tiskanom izdanju, a najduhovitiji se mogu i nagraditi;

4. **SMS TUŽIBABA:** korisnici šalju SMS-om svoje primjedbe, pritužbe, pohvale, pogrde – njihovi se komentari mogu objavljivati na web stranicama i u tiskanim medijima (npr. mogu objaviti najzanimljivije, najsmješnije, najkorisnije pritužbe ili pohvale). Novine također mogu i reagirati na njih te potražiti rješenja ili komentare odgovornih.
5. **SMS NAGRADNE IGRE:** čitatelji mogu sudjelovati u nagradnim igrama koje organiziraju sponzori i oglašivači.
6. **DVOSMJERNA KOMUNIKACIJA REDAKCIJE I SPONZORA SA ČITATELJIMA:** uvijek ih se može pitati za mišljenje, mogu se vršiti različite ankete i istraživanja javnog mnijenja;
7. **SMS KVIZ, SMS KRIŽALJKA:** čitatelji mogu slati točno rješenje križaljke ili nekog enigmatskog zadatka, pitalice, kviza te na taj način sudjelovati u nagradnoj igri
8. **SMS GLASOVANJE:** čitatelji mogu glasovati za hit tjedna, za najbolju fotografiju, najbolji spot, za par tjedna, za događaj godine, za film mjeseca, itd; rezultati se mogu objaviti na webu ili u tiskanom izdanju.
9. **PRIKUPLJANJE BODOVA:** čitatelji mogu prikupljati bodove sa svakim sudjelovanjem u SMS akcijama medija. Kad skupe određen broj bodova (svakom čitatelju koji skupi npr. 100 bodova, što znači da je poslao npr. 100 SMS poruka, može se poslati neka promotivna nagrada, ili može osvojiti pretplatu na časopis).
10. **OBAVJEŠTAVANJE SMS-OM:** članove SMS kluba može se pozvati na događanje, sponzorirani koncert ili sl., na koji mogu ući besplatno ili povoljnije jer su članovi SMS kluba – obavještavanje SMS-om je posebno zgodno kad je potrebno ljude pozvati ili ih podsjetiti na događanje koje se zbiva danas-sutra...
11. **MULTIMEDIJALNI SADRŽAJI:** čitatelji mogu slanjem SMS-a platiti razne multimedijalne sadržaje (slikovne pozadine, recepte, animacije, zabavne videoklipove) koje će skinuti na svoj mobilni telefon.
12. **NAJAVA NOVOG BROJA SMS-OM ILI SLIKOVNA NAJAVA:** kao najavu novog broja na kioscima članovima SMS kluba može se poslati tekstualna najava (SMS) ili fotografija naslovnice (ako je riječ o npr. muškom časopisu, čitateljima se može poslati djevojka s naslovnice ili duplerice novog broja). Također, mogu primiti i dodatne fotografije, najavljene na webu (npr.).
13. **PRIMANJE VIJESTI** neovisno o tome kad časopis izlazi (npr. prijedloge za izlaske, udarne vijesti, svježe tračeve, itd.).

NOVE SMS USLUGE

Sami možete osmisliti svoju SMS uslugu - jedino što o tome trebate znati je da se uobičajena komunikacija putem SMS poruka odvija na sljedeći način:

- korisnik (igrač, sudionik natječaja ili nagradne igre) šalje prvu SMS poruku
- organizator mu vraća povratnu SMS poruku.
- SMS poruka ima 160 znakova, povratni SMS odgovor također.

Poruka može biti neograničeno mnogo. Također, svaku promotivnu aktivnost može pratiti i prikupljanje baze podataka sudionika, kao i akcije na webu i na prodajnim mjestima organizatora.

ZARADA NA SMS PORUKAMA

Svaka SMS poruka koja pristigne na odabrani skraćeni SMS broj pošiljatelju se naplaćuje od 0,84 do 6,10 kune, a dio zarade od svake pristigle poruke isplaćuje se organizatoru SMS usluge. Na taj

način moguće je prikupiti, na primjer, sredstva koja će se donirati u humanitarne svrhe ili amortizirati dio troška organiziranja promotivne akcije, nagradne igre, itd.

SLUŽBA ZA KORISNIKE 24/7

Megafonovim partnerima na raspolaganju je Služba za korisnike koja radi 24 sata, a koja rješava tehničke probleme nastale izvan radnog vremena, na broju 01/63 98 400.

O TVRTKI MEGAFON

Tvrtka Megafon pionir je na hrvatskom telekomunikacijskom tržištu, a razvojni tim koji je pokreće oformljen je 2002. godine. Megafon i danas, godinama kasnije, broji duplo veći broj tehničkog nego prodajnog osoblja, a sukladno tome može se pohvaliti i najvećim brojem samostalno razvijenih mobilnih aplikacija na hrvatskom tržištu. Megafonova misija je pružati inovativne mobilne usluge, što dokazuje stalnim naporima u stvaranju osebnih marketinških mobilnih alata: Megafon je prva tvrtka na hrvatskom tržištu koja je realizirala punokrvnu mobilnu igru ("Di je jaje", 2002.), osmislila originalan SMS program vjernosti koji koristi preko 200 prodajnih mjesta u Republici Hrvatskoj (2007.), da bi u proljeće 2009. godine razvila u potpunosti personalizirano mobilno oglašavanje, koje je potpuna novost na našem tržištu.

Više informacija o Megafonu i uslugama koje je tvrtka razvila potražite na web stranicama www.megafon.hr.

KONTAKT

Sanja Radović, brand manager

Megafon d.o.o., Sisačka cesta II. odvojak 64, Zagreb

Tel: + 385 (1) 6571 109

Fax +385(1) 6571 116

GSM: +385 (91) 928 70 79

e-mail: sanja.radovic@megafon.hr

web: www.megafon.hr