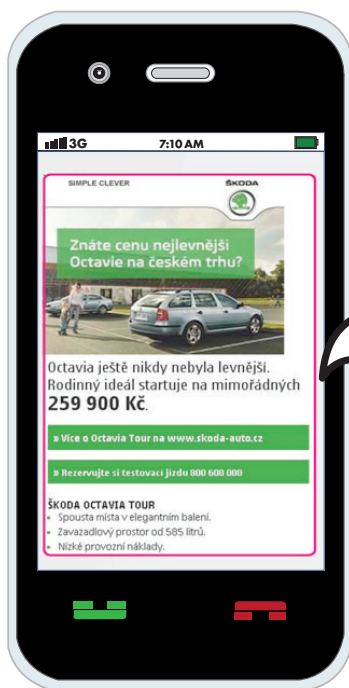


Standardní reklamní SMS/MMS

Oslovení zákazníků pomocí **SMS** nebo **MMS** umožňuje inzerentovi zvolit cílovou skupinu, maximální počet kontaktů a termín začátku kampaně. U MMS je navíc možné kombinovat texty, obrázky (animace), zvuky a videa.

T-Mobile

Ukázka:



Tip

Možnost vložení linku na mobilní stránky, které jsou pro zákazníky zdarma a kde mohou získat více informací, případně se i zaregistrovat, poskytnout kontakt.

Pravidla pro Standardní reklamní SMS/MMS

- > z textu zprávy musí být jasně identifikovatelný zadavatel, inzerovaný produkt. Doporučujeme uvádět velkým písmem v úvodu zprávy, např. „T-MOBILE: využijte 5% slevu na ...“
- > součástí SMS/MMS zprávy může být i URL adresa, která vede na mobilní landing page (mikrostránku). Pod landing page se rozumí jednoduchá mobilní stránka s max. 5 podstránkami a informacemi ke kampani.
- > zadavatel poskytne URL link mobilní landing page minimálně 5 celých pracovních dní před kampaní. T-Mobile zajistí ve spolupráci s technickým partnerem, aby přístup na landing page byl pro zákazníky zdarma. Takto zabezpečená adresa má podobu **http://murl.cz/X** (kde X představuje název zadavatele, brandu nebo kampaně).
- > pokud se v rámci landing page vyskytuje odkaz (y) na další stránky nebo webové stránky zadavatele, musí u odkazu být uvedena informace - tzv. disclaimer „Přístup na stránky bude zpoplatněn dle tarifu“. Tuto informaci uvede buď zadavatel nebo ji zobrazí T-Mobile následně po prokliku odkazu zákazníkem.
- > poslední tři body se nevztahují na případ, kdy cílovou skupinou pro konkrétní kampaň jsou zákazníci s aktivním datovým balíčkem.

Kritéria cílení

na rezidentní zákazníky Post-paid/Pre-paid**

- > věk
- > pohlaví
- > útrata za mobilní služby
- > typ telefonu
- > geografické (dle fakturační adresy)

na malé firmy

pro reklamu relevantní podnikatelským subjektům

- > fakturační adresa
- > zaměření firmy (dle OKEČ)
- > typ telefonu
- > útraty za mobilní služby

Možnost okamžité reakce na reklamní sdělení

- > click-to-call - volání na tel. číslo z MMS/ SMS zprávy
- > click-to-mobilní internet - proklik ze zprávy na mobilní landing page zadavatele
- > posláni SMS na zvolené číslo - zákazník napíše novou SMS na číslo a s přesně definovaným textem podle instrukcí z reklamní SMS/MMS zprávy
- > motivace k návštěvě provozovny

Doporučení

- > motivujte zákazníky (sleva, akce, testovací vzorek dárek...)
- > motivační prvky použijte na začátku zprávy
- > použijte jeden, maximálně dva motivační prvky ve zprávě - jedno hlavní sdělení
- > sdělte zákazníkovi, co má udělat (zavolat, navštívit internet, zajít do prodejny, poslat SMS...)

Objednávky kampaně nebo dotazy

Rádi Vám zodpovíme další dotazy nebo zpracujeme nabídku na míru. Kontaktujte naše obchodní oddělení na emailové adrese **reklama@t-mobile.cz**. Další možnosti inzerce, ceník a specifikaci inzertních produktů včetně obchodních podmínek naleznete na **www.t-mobile.cz/reklama**.

* Click-through-rate procento oslovených, kteří zareagovali na nabídku (proklikli se na mobilní internet).

** Post-paid = zákazníci se smlouvou, Pre-paid = zákazníci s předplacenou kartou. Ne všechna kritéria známá pro Post-paid jsou relevantní pro Pre-paid.

Měřitelné parametry úspěšnosti kampaně

- > **počet volání** na číslo uvedené v SMS/MMS zprávě
Měření provádí vlastník čísla
- > **prokliky na URL** adresu směřující na mobilní landing page (mikrostránku), která je součástí SMS/MMS zprávy
Měření provádí vlastník stránky
- > **počet doručených SMS na zvolené číslo**
Měření provádí vlastník tel. čísla

V případech, že zadavatel požaduje měření výše uvedených parametrů od T-Mobile, musí být tento požadavek doručen obchodnímu oddělení minimálně 5 celých pracovních dní před začátkem kampaně. Tato služba není zahrnuta v ceně kampaně.

Technické specifikace pro SMS/MMS

- SMS:** text max. 159 znaků (včetně mezer a URL adresy pro mobilní landing page) + hvězdička na úvod = 160 znaků
- MMS:** kombinace textu, obrázků, zvuků a případně videa v souhrnném objemu do 300kB na celou MMS zprávu. Pozor, nejstarší typy MMS telefonů mohou přijmout MMS zprávu do objemu pouze 30kB.
- Formát pro obrázky - GIF, JPG nebo PNG pro rozměry 120x120 nebo 160x120 pixelů
- Formát pro zvuk - formáty MP3, AMR, WAV nebo MMF
- Formát pro video - 3GP

Každé obchodní sdělení je dle podmínek T-Mobile označené v úvodu hvězdičkou (*).

Zadání kampaně podléhá schválení T-Mobile. Veškeré podklady k obsahu zprávy (včetně textů) je nutné vzhledem ke schvalovacímu procesu dodat **nejpozději dva celé pracovní dny před realizací kampaně**.