

# Positionsbaserad marknadsföring via mobilen

Katarina Chowra, VD  
Manna från himlen





- Vad är "Positionsbaserad marknadsföring"?
- Vad är fördelen med "Positionsbaserad marknadsföring"?

Relevans!

***Erbjudande till rätt person vid rätt tidpunkt och rätt tillfälle.***

# Produkt

Skicka erbjudande/  
värdekupong och styr  
mottagaren till önskad  
butik.



*Vi samarbetar med Bonnier Respons Media kring mobila värdebevis. Dessa kan lösas in av mottagaren i cirka 1 400 butiker.*

# Produkt

Titta på väderprognosen –  
var någonstans är det  
mulet?

Skicka värdekupong och  
styr mottagaren till önskad  
butik.

= ökad relevans



*Vi samarbetar med Bonnier Respons Media kring mobila värdebevis. Dessa kan lösas in av mottagaren i cirka 1 400 butiker.*

# Pilotcase:

*Det finns stor potential med att kunna anpassa erbjudanden till kunder som befinner sig på en viss plats. En stor fördel är att medlemmarna har godkänt på förhand att de vill ha erbjudanden. Vi har butiker i hela Sverige och med en sådan här tjänst kan vi göra lokala kampanjer, där vi driver trafik till våra butiker:*

säger Johan Paulsen Järnliden, Marknadsdirektör, The Phone House.

**The Phone House**



**50% på laptopen  
Lenovo S10-3C** (ord pris 2999kr) hos The Phone House på Drottninggatan! För mer info se [m/manna.me/](http://m/manna.me/) Först till kvarn gäller och erbjudandet är giltigt 18 sep, 2009

**Halva priset på  
Lenovo S10-3C!**  
Lenovo Ideapad S10-3C är en nätt, lätt och snygg netbook. Datorn väger blott 1,1 kg, har 1 GB RAM och 160 GB .



**Kampanj fre 18 sept.**

*Mottagaren får erbjudandet "först till kvarn" får köpa en Lenovo S10-3C till halva priset". Mottagaren får erbjudandet till den närmaste butiken.*

**40% av mottagarna klickade på länken i sms utskicket.**



# Förutsättningar



- **Samtycke från användare**
  - att ta emot reklam till mobilen.
  - att bli positionerad
- **Ingen applikation behövs** – bara en påslagen mobil
- Annonssören måste **följa etiska riktlinjer**
- **Enkelt**



1. Select campaign template or get your customized template



2. Customize your SMS message to suit your brand image



3. Build the campaign page (by editing existing image/copy)



4. Preview the SMS and landing page on your mobile(s)



5. Select from the map the location you want to target



6-B. Filter age, gender and interests - trigger times for send-out - run it

# Hur kan det praktiskt gå till?

- Skapa din kampanj själv med ett enkelt gränssnitt



## Manna från himlen

- En mobil marknadsföringstjänst - erbjuder annonsörer att nå en relevant målgrupp via sms på en given tid och plats.
- Vinnare av Draknästet (SVT 2009)
- Nominerad till "Guldmobilen 2009" i kategorin "Årets mobila affärslösning"
- *Vission: To evolve advertising to a common good.*

Tack!

Katarina Chowra, 0706358680



# Team

## **CEO - Katarina Chowra**

Responsible: PR, Sale & Partners

History: Strong track record of launching new mobile services to the masses: mms, 3G, mobile commerce, mobile Internet, mobile email, etc. Has worked with mobile data since 2000.

## **CTO - Ola Udén**

Responsible: To make it all rock together

History: He has done it before, made things happen and servers run. Now he will take it to a new level. Ex CTO at Tradedoubler.

## **Founder - Trond Bugge**

Responsible: Concept development & IR

History: Pre-millennium futurist with a story from advertising and and int'l track record (1,5 million users worldwide) from mobile social networking. Pioneer within positioning services.

**Kika gärna på**  
**[www.manna.me](http://www.manna.me) och**  
**bli medlem.**