

В России более 137 млн человек являются абонентами мобильной связи, большая часть которых — активная потребительская аудитория. Суммарный бюджет маркетинговых коммуникаций в 2010 году превысил 290 млрд рублей.

Ежедневно покупаются миллионы товаров и услуг, посещаются рестораны и кинотеатры. В это время сознание человека подвергается воздействию с самых разных направлений.

Давление, в свою очередь, порождает природный защитный механизм, включающий фильтры восприятия, снижающие эффективность рекламных сообщений

Текст: Светлана Дю

**П**отребитель попросту перестает замечать адресованные к нему сообщения. Бизнес, в свою очередь, находится в постоянном поиске новых маркетинговых ходов. Возникает замкнутый круг, в котором реклама становится в разы дороже получаемого результата — выход в персональном взаимодействии с каждым отдельным потребителем.

Именно так работает «Единая дисконтная система «Радуга Бонус» и ее генеральный директор Роман Грибоедов.

— **Роман Алексеевич, компания вышла на рынок в сложное экономическое время, больше полугода назад. Не страшно было?**

— Еще летом 2010 года я, с экономическими расчетами и маркетинговыми исследованиями напе-

лагаемые партнеры могли предложить нам самостоятельный старт, и были готовы присоединиться к проекту позже, когда риски будут минимизированы. Тем не менее, попутно появлялись единомышленники, готовые своим трудом, опытом и деньгами активно участвовать в ЕДС. Благодаря этому, уже в августе началась работа по воплощению проекта в жизнь.

— **Что представляет собой Единая дисконтная система «Радуга Бонус»?**

— Прежде всего, это сервис бесплатного смс-информирования, с использованием современных информационных каналов передачи, данных об акциях, скидках, распродажах и других событиях, инициируемых компаниями-рекламодателями.

Потребители товаров и услуг предоставляют нам свои данные

In Russia there are over 137 million subscribers of mobile communication whereas the majority is active customer audience. The total budget of marketing communications in 2010 has exceeded 290 billion rubles.

Every day millions of goods and services are purchased, restaurants and cinemas are visited. Human consciousness is exposed to various impacts. Pressure gives birth to emerging of natural defense mechanism that switches on perception filters reducing the efficiency of advertising messages.

Customer simply does not notice messages addressed to him. Business, in its turn, is in constant search of new marketing moves. This is an endless circle where the advertisement becomes in many times more expensive than the achieved result.

The only way out is personal interaction with each single customer. This is exactly how “Global Discount System (GDS) “Rainbow Bonus” and its general director Roman Griboedov work.

— Roman Alexeevich, your company entered the market in quite difficult economical period, more than half a year ago. Was it fearful?

## БИЗНЕС НАХОДИТСЯ В ПОСТОЯННОМ ПОИСКЕ НОВЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ХОДОВ

ревес, искал инвестора для запуска проекта SMS media diskont.

Как это бывает, полную сумму не нашел. Те, кто имел возможность вложить деньги, предлагали кабальные условия и совсем не готовы были рисковать. Чаще всего предпо-

и разрешение отправлять им смс-сообщения. На основе полученной информации нами формируются пакеты потребительских групп (выборки целевой аудитории), в контакте с которыми заинтересованы компании, продающие товары и услуги.