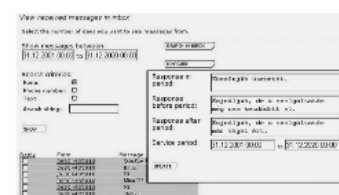
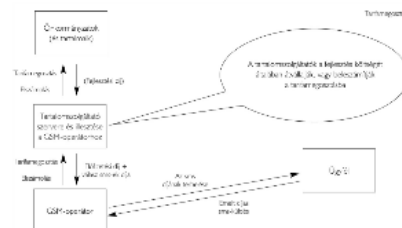
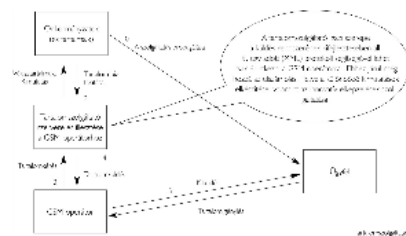


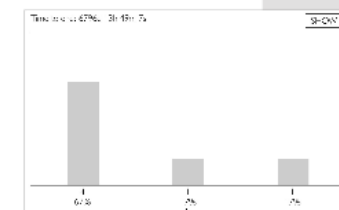
Tartalom: érték

ASP, SaaS, Cloud

- Az üzlet felépítése (mobil):
 - A tartalom tulajdonosa szerződik egy tartalomszolgáltatóval (ASP-vel), ASP vállalja:
 - Tartalom SMS alapú kiküldését
 - Emeldíjas szám biztosítását
 - Küldő applikáció specifikálását, kifejlesztését, üzemben tartását,
 - Kimutatások, elszámolás elkészítését
 - Ügyfélszolgálat ellátását (ez átvállalható)
 - Innovatív fejlesztések ajánlását
- Tartalom tulajdonosa két dologért felel: tartalom (legyen friss!) és ennek propagálása (ez megosztható)
- ASP a GSM operátorral szerződik,
 - Operátor terheli be az ügyfelet,
 - Elszámol az ASP felé



49. ábra: Automata szöveges üzenetküldés felépítése a GSM operátorral



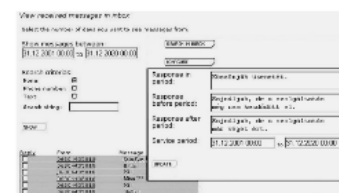
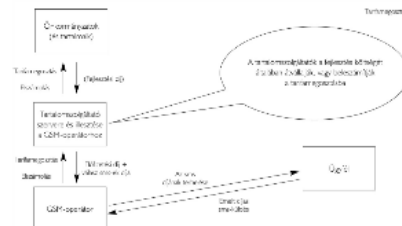
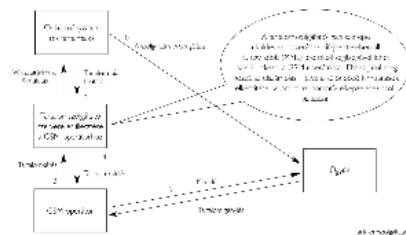
50. ábra: A tartalom tulajdonosa által küldött üzenetek eloszlása a GSM operátorral

Vajda Ágnes nyomán

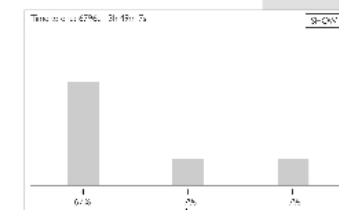
Tartalom: érték

ASP, SaaS, Cloud

- Az üzlet felépítése (mobil):
 - A tartalom tulajdonosa szerződik egy tartalomszolgáltatóval (ASP-vel), ASP vállalja:
 - Tartalom SMS alapú kiküldését
 - Emeldíjas szám biztosítását
 - Küldő applikáció specifikálását, kifejlesztését, üzemben tartását,
 - Kimutatások, elszámolás elkészítését
 - Ügyfélszolgálat ellátását (ez átvállalható)
 - Innovatív fejlesztések ajánlását
- Tartalom tulajdonosa két dologért felel: tartalom (legyen friss!) és ennek propagálása (ez megosztható)
- ASP a GSM operátorral szerződik,
 - Operátor terheli be az ügyfelet,
 - Elszámol az ASP felé



49. ábra: Automata szöveges üzenetküldés felépítése a GSM operátorral



50. ábra: A tartalom tulajdonosának a tartalom szolgáltatóval való együttműködésének felépítése

Vajda Ágnes nyomán

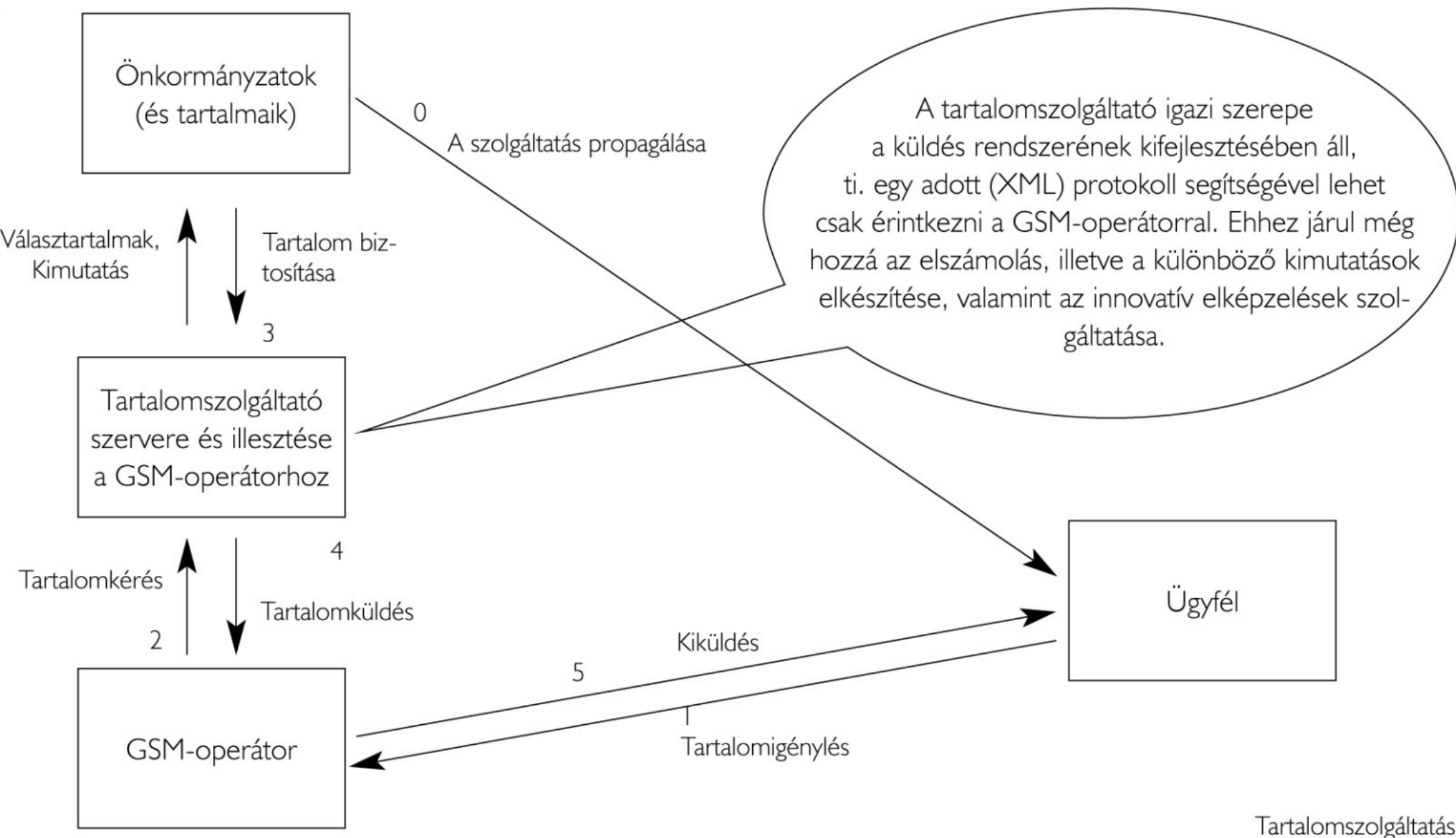
Tartalom: érték

Kapcsolati mátrix		FELHASZNÁLÓK	
		Állampolgár Vállalkozás	Önkormányzat Államigazgatás
TULAJDONOS	Állampolgár	4. fajú szegmens „Önrendelkező piac” (Általános piaci szerkezet, infrastr. fejlesztés)	3. fajú szegmens A közigazgatás sikeres működéséhez szükséges (hozzáadott értékkel rendelkező) tartalom / szolgáltatás vásárlása
	Vállalkozás		
	Önkormányzat	1. fajú szegmens Azon tartalmak, amelyekkel a közigazgatás a társadalom szereplőinek tevékenységét támogatja	2. fajú szegmens Azon tartalmak, amelyekkel a közigazgatás saját funkcióinak betöltését elősegíti (aggregáltak, pl.: anyakönyv, lakóhely- nyilvántartás, népességnyilvántartás)
	Államigazgatás		

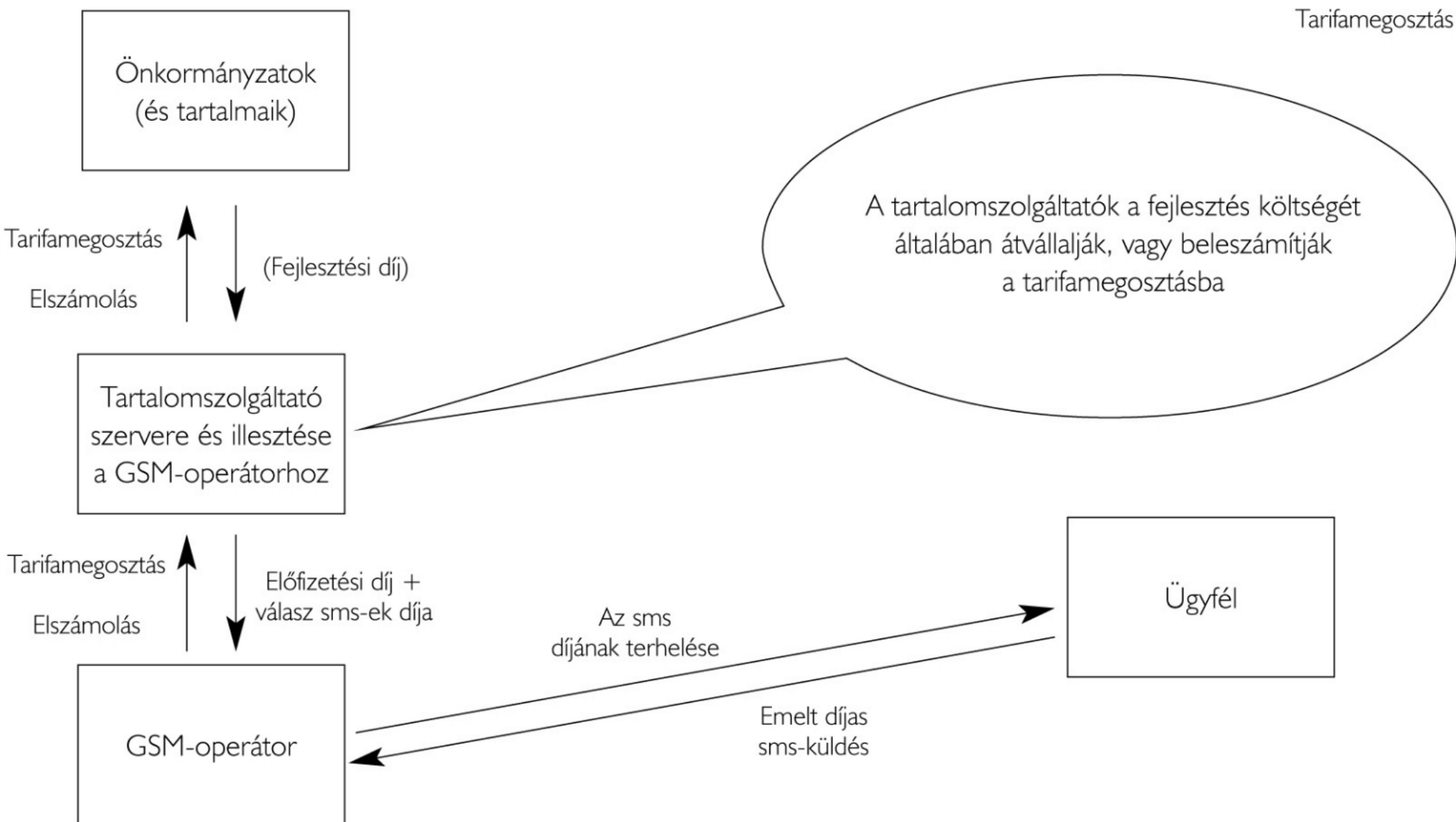
ASP, SaaS, Cloud

- Az üzlet felépítése (mobil):
 - A tartalom tulajdonosa szerződik egy tartalomszolgáltatóval (ASP-vel), ASP vállalja:
 - Tartalom SMS alapú kiküldését
 - Emeltdíjas szám biztosítását
 - Küldő applikáció specifikálását, kifejlesztését, üzemben tartását,
 - Kimutatások, elszámolás elkészítését
 - Ügyfélszolgálat ellátását (ez átvállalható)
 - Innovatív fejlesztések ajánlását
- Tartalom tulajdonosa két dologért felel: tartalom (legyen friss!) és ennek propagálása (ez megosztható)
- ASP a GSM operátorral szerződik,
 - Operátor terheli be az ügyfelet,
 - Elszámol az ASP felé





Tartalomszolgáltatás



View received messages in inbox

Select the number of days you want to see messages from.

Show messages between:

31.12.2001 00:00 to 31.12.2020 00:00

SEARCH IN INBOX

CONFIGURE

Search criterias:

None: ☒

Phone number: ☐

Text: ☐

Search string:

SHOW

Response in
period:

Köszönjük üzenetét.

Response
before period:

Sajnáljuk, de a szolgáltatás
még nem kezdődött el.

Response after
period:

Sajnáljuk, de a szolgáltatás
már véget ért.

Service period:

31.12.2001 00:00 to 31.12.2020 00:00

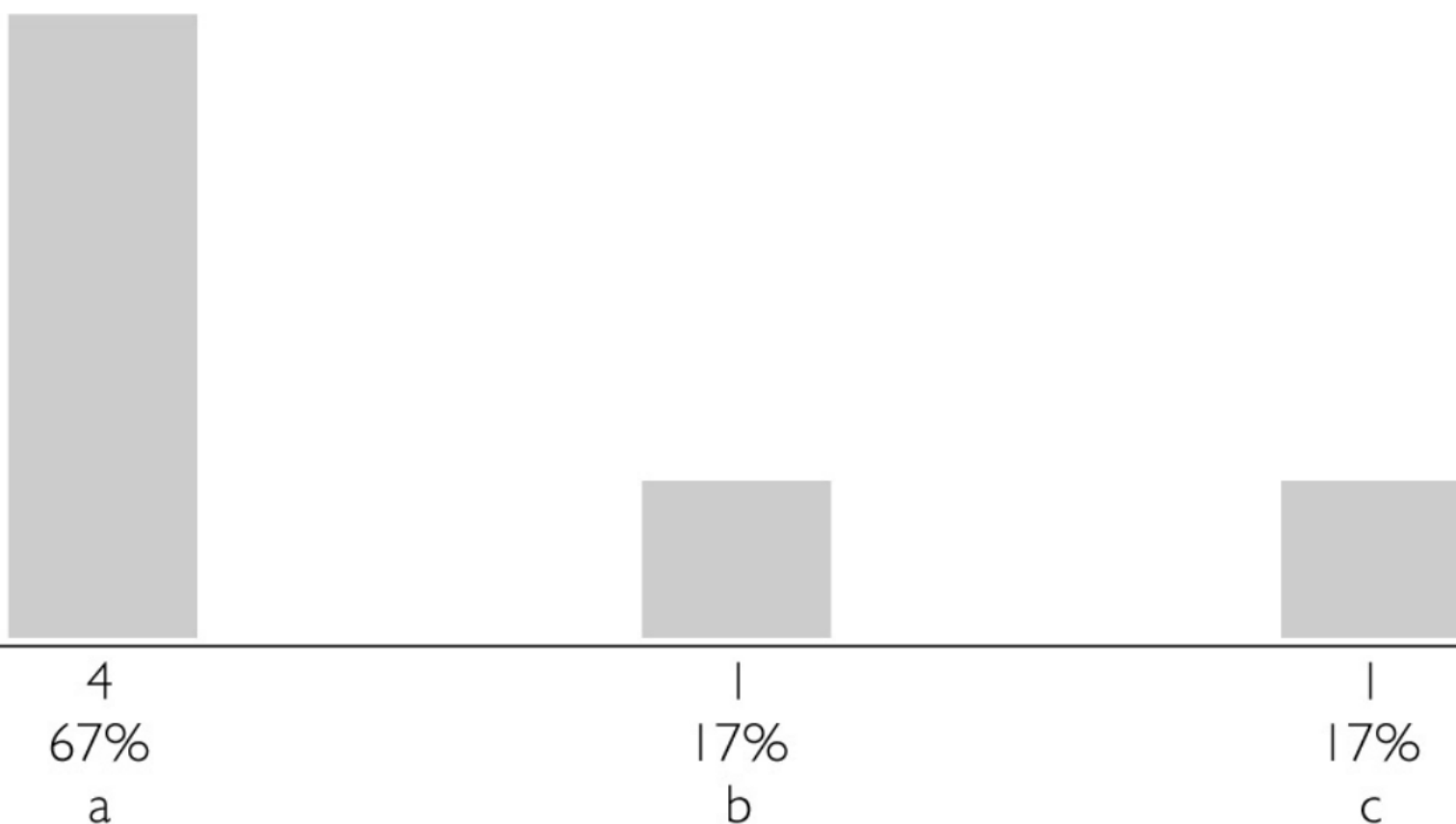
UPDATE

Reply	From	Message
☐	06304435018	SziaFeri!
☐	06304435018	Hello!
☐	06304435018	Hi!
☐	06304435018	Mizu ???
☐	06304435018	Hi!
☐	06304435018	Hello!

49. ábra. Automatikus sms-válaszúzenetek feltételhez kötött beállítása
a Digitánia Rt. adminisztrációs felületén

Time to end: 6796d 13h 49m 7s

SHOW



50. ábra. A válasz-sms-ek adatbázisának grafikus kiértékelő képe a Digitánia Rt. rendszerében

Az SMS, mint stratégiai kommunikációs eszköz

Lojalitás fokozó (márka építő)

- A pártok is marketingelik magukat (!) lásd: közösségi felhasználások, m-propaganda!
- Ösztönző - Főleg az FMCG – (Fast Moving Consumer Goods termékeknél)
- Márkaépítés v. Lojalitás programok részeként (ügyfélkör megtartására)
- Nem csak piac-kiszolgáló, piacteremtő
- Kétirányú (szükséglet feltáró)
- Integrált marketing
 - Ügyfélmenedzsment
 - Promóció
 - Termékmenedzsment
 - Marketing-kutatás

Célzott

- Fogasztói és adatvédelmi jogokat figyelembe vevő célzott reklám alakítható ki
- Az SMS továbbküldhető, így a kampány láncreakciót indíthat – a növekedéssel tovább építhető az ügyfél adatbázis! (az adatbázis érték!)
- Klub szolgáltatások
 - Új szolgáltatásról
 - Árleszállításról
 - Akcióról
 - Új üzlet nyitásáról
 - Aktuális programokról stb.

Gyors

- A mobil marketing célja az SMS gyorsaságában, azonnaliságában rejlik. Termékről, szolgáltatásról szóló üzeneteket azonnal, a megfelelő célcsoporthoz juttatni!
- Újdonsága: Interaktivitás – kétirányú kommunikáció (már a megnyitással olvasom, jelzem, hogy olvastam...)
- Hatékonysága épp ezért is kimagasló (Telemarketing: 5%, SMS: 50% eredményez eladást)
- Helyhez kötött információk: prémium jelleg (pl.: A földszinti XY boltban ezzel az SMS-sel 10% árengedményt kapsz!!!)
- SPAM veszélye! (E-mail spam töredéke, költségvonzata miatt...)
- Gyorsabb manőverezési lehetőség, érzékenyebb piaci reagálás

Játékos

- Kvízzjátékok – erősebb interaktivitás, nagyobb elkötelezettség, márkaépítés, ismertség növekedés, esetleges bevétel

- Virusmarketing (Ralph S. Wilson):
 - Kiváló értékes (vagy sokszor ingyenes) termék vagy szolgáltatást
 - Érd el, hogy más erőfeszítéssel lehessen továbbadni az üzenetet, hírt, reklámat, stb.
 - Jusszon el könnyen kevesekből nagyon sokaknak
 - Használd ki a klassz motivációt és viselkedést
 - Használd már meglévő kommunikációs hálózatokat
 - Használd mások erőforrásait
- Minuticizálás:
 - Tokios timányoki esete (2000 lány, 30.000 ügyfelet hozott)

- A pártok is marketingelik magukat (!) lásd: közösségi felhasználások, m-propaganda!
- Ösztönző - Főleg az FMCG – (Fast Moving Consumer Goods termékeknél)
- Márkaépítés v. Lojalitás programok részeként (ügyfélkör megtartására)
- Nem csak piac-kiszolgáló, piacteremtő
- Kétirányú (szükséglet feltáró)
- Integrált marketing
 - Ügyfélmenedzsment
 - Promóció
 - Termékmenedzsment
 - Marketing-kutatás

- Fogasztói vevő célzó
- Az SMS tovább
láncreakció
építhető az
érték!)
- Klub szolgál
 - Új szolgáltatás
 - Árleszá
 - Akció

- Fogasztói és adatvédelmi jogokat figyelembe vevő célzott reklám alakítható ki
- Az SMS továbbküldhető, így a kampány láncreakciót indíthat – a növekedéssel tovább építhető az ügyfél adatbázis! (az adatbázis érték!)
- Klub szolgáltatások
 - Új szolgáltatásról
 - Árleszállításról
 - Akcióról
 - Új üzlet nyitásáról
 - Aktuális programokról stb.

Gyors

- A mobil marketing célja az SMS gyorsaságában, azonnaliságában rejlik. Termékről, szolgáltatásról szóló üzeneteket azonnal, a megfelelő célcsoporthoz juttatni!
- Újdonsága: Interaktivitás – kétirányú kommunikáció (már a megnyitással olvasom, jelzem, hogy olvastam...)
- Hatékonysága épp ezért is kimagasló (Telemarketing: 5%, SMS: 50% eredményez eladást)
- Helyhez kötött információk: prémium jelleg (pl.: A földszinti XY boltban ezzel az SMS-sel 10% árengedményt kapsz!!!)
- SPAM veszélye! (E-mail spam töredéke, költségvonzata miatt...)
- Gyorsabb manőverezési lehetőség, érzékenyebb piaci reagálás

Játékos

- Kvízzjátékok – erősebb interaktivitás, nagyobb elkötelezettség, márkaépítés, ismertség növekedés, esetleges bevétel

- Vírusmarketing (Ralph S. Wilson):
 - Kínálj értékes (vagy sokszor ingyenes) terméket vagy szolgáltatást.
 - Érd el, hogy kis erőfeszítéssel lehessen továbbadni az üzenetet, hírt, reklámot, stb.
 - Jusson el könnyen kevesektől nagyon sokaknak
 - Használd ki a közös motivációkat és viselkedéseket.
 - Használj már meglevő kommunikációs hálózatokat.
 - Használd mások erőforrásait.

- Vírusmarketing (Ralph S. Wilson):
 - Kínálj értékes (vagy sokszor ingyenes) terméket vagy szolgáltatást.
 - Érd el, hogy kis erőfeszítéssel lehessen továbbadni az üzenetet, hírt, reklámot, stb.
 - Jusson el könnyen kevesektől nagyon sokaknak
 - Használd ki a közös motivációkat és viselkedéseket.
 - Használj már meglevő kommunikációs hálózatokat.
 - Használd mások erőforrásait.
- Miszticizálás:
 - Tokiói tinilányok esete (2000 lány, 30.000 ügyfelet hozott)

Az SMS, mint stratégiai kommunikációs eszköz

Lojalitás fokozó (márka építő)

- A pártok is marketingelik magukat (!) lásd: közösségi felhasználások, m-propaganda!
- Ösztönző - Főleg az FMCG – (Fast Moving Consumer Goods termékeknél)
- Márkaépítés v. Lojalitás programok részeként (ügyfélkör megtartására)
- Nem csak piac-kiszolgáló, piacteremtő
- Kétirányú (szükséglet feltáró)
- Integrált marketing
 - Ügyfélmenedzsment
 - Promóció
 - Termékmenedzsment
 - Marketing-kutatás

Célzott

- Fogasztói és adatvédelmi jogokat figyelembe vevő célzott reklám alakítható ki
- Az SMS továbbküldhető, így a kampány láncreakciót indíthat – a növekedéssel tovább építhető az ügyfél adatbázis! (az adatbázis érték!)
- Klub szolgáltatások
 - Új szolgáltatásról
 - Árleszállításról
 - Akcióról
 - Új üzlet nyitásáról
 - Aktuális programokról stb.

Gyors

- A mobil marketing célja az SMS gyorsaságában, azonnaliságában rejlik. Termékről, szolgáltatásról szóló üzeneteket azonnal, a megfelelő célcsoporthoz juttatni!
- Újdonsága: Interaktivitás – kétirányú kommunikáció (már a megnyitással olvasom, jelzem, hogy olvastam...)
- Hatékonysága épp ezért is kimagasló (Telemarketing: 5%, SMS: 50% eredményez eladást)
- Helyhez kötött információk: prémium jelleg (pl.: A földszinti XY boltban ezzel az SMS-sel 10% árengedményt kapsz!!!)
- SPAM veszélye! (E-mail spam töredéke, költségvonzata miatt...)
- Gyorsabb manőverezési lehetőség, érzékenyebb piaci reagálás

Játékos

- Kvízzjátékok – erősebb interaktivitás, nagyobb elkötelezettség, márkaépítés, ismertség növekedés, esetleges bevétel

- Virusmarketing (Ralph S. Wilson):
 - Kiváló értékes (vagy sokszor ingyenes) termék vagy szolgáltatást
 - Érd el, hogy más erőfeszítéssel lehessen továbbadni az üzenetet, hírt, reklámat, stb.
 - Jusszon el könnyen kevesekből nagyon sokaknak
 - Használd ki a klassz motivációt és viselkedést
 - Használd már meglévő kommunikációs hálózatokat
 - Használd mások erőforrásait
- Mészterizálás:
 - Tokios titkárnői esete (2000 lány, 30.000 ügyfelet hozott)

Hírákoztatás

- Gyorsaság, tömörség, emberközeliség
- Niche piacok számára kézenfekvő megoldás
- Más helyekről aránytalanul nehezen és késve beszerezhető információk
 - Szubkultúráknak
 - Hobbicsoportoknak
 - Rajongóknak
 - Szurkolóknak
- Ide tartoznak még:
 - Figyelmeztető SMS-ek (bármilyen eseményről)
 - Bankkártyával és egyéb pénzügyi ügyletekkel kapcsolatos események SMS-ei
 - Útvonal tervezők (BMGE)
 - Felvételi információk (OFI)



Broadcasting Szolgáltató Központ - BSZ

- Az SMS kiküldés átlagosan 19 Ft/ levél, önkormányzati kézbesítés esetén 200 Ft / levél, postai kézbesítés esetén 218 Ft / levél.
- Egy **22 ezer lakosságú település** önkormányzata évente átlagosan 31 ezer darab levelet küld ki a kézbesítővel, 45 ezer darabot postán (a lakosságnak, illetve az államigazgatásnak, cégeknek és más szervezeteknek, mely összesen 15,8 millió forintot jelent évente. SMS-ben ez mindössze 1,3 millió forint lenne. A különbség összecszerűen **14,5 millió forint**.
- Egy állampolgár évente 6 alkalommal keresi meg a polgármesteri hivatalt szakigazgatási és / vagy önkormányzati ügyben. Ha személyesen teszi, ez 3240 forintjába kerül. Postán 450 forintjába, SMS-ben mindez 114 forintjába kerülne. A különbség az SMS javára **3126 forint** pénzben, és $720 - 12 = 708$ **perc** időben.
- Ha a megkereséseket személyesen és telefonon teszi, a különbség **3192 forint** pénzben, és **714 perc** időben.
- Az elvesztegetett idő egy ekkora nagyságú önkormányzat esetében évente $121\,000 - 52 = 120\,948$ nap.

Vö: SCM modell!

Lehetőségek a közsféra számára

Adattípusok

Állampolgároknak

- személyi jellegű adatok
- iskolai végzettséggel, képzéssel kapcsolatos adatok
- tulajdonnal kapcsolatos adatok
- munkahellyel kapcsolatos adatok
- lakóhellyel kapcsolatos adatok
- egészségügyi adatok
- közlekedési adatok
- távközlési adatok
- kulturális adatok
- turizmus
- szociális, humanitárius tevékenység
- az állam és az önkormányzatok működésével kapcsolatos adatok

Vállalkozásoknak

- az egyes országok gazdasági helyzetéről szóló adatok
- a potenciális vevőkre, felhasználókra vonatkozó adatok
- konkurensekre vonatkozó adatok
- beszállítókra vonatkozó adatok
- közlekedéssel, infrastruktúrával, hírközléssel kapcsolatos adatok
- környezeti és természeti erőforrások adatai
- törvényi környezetre, szabványokra előírásokra vonatkozó adatok

Emelt díjas SMS az hivatalok szolgálatában.

- Információlekérés, információ-adás feliratkozás alapján, (Mikor lesz...? Mi a határideje...? Mennyibe fog kerülni...?)
- Szavazás - Véleménynyilvánítás – (bármely megadott kérdéskörben, rögzített, vagy nyílt válaszok alapján)
- Nyomtatványigénylés (e-mailre, vagy postai címre)
- Hivatali fizetős hírlevél (szerkesztett, specifikusabb hírlevél)

Normál díjas ipari sms-működtetés

- „Klub-szolgáltatás” - Feliratkozás utáni rendszeres küldés, az ügyfelet a regisztrációs SMS terheli, más nem. (A költségviselő a hivatal)
- Ide ültetethető mindazon I-es kategóriában felsorolt közigazgatási szolgáltatás, melynél a hivatal kiemelt érdeke, hogy a szolgáltatást népszerűsítse, bevezesse, illetve a szavazatok számát növelje.
- Hivatali nem specifikus hírlevél

Legkönnyebben bevezethető

- Sorszám igénylés – pl. okmányirodai ügyintézéshez.
- Információ kérés – pl. önkormányzati fogadóórák idejének lekérése.
- Nyomtatvány igénylés.
- Ebek bejelentése és nyilvántartásba vétele.
- Véleménykutatás – pl. az ügyintézéshez történő mobilhasználati kedv felmérése.
- Közterület foglalási engedélyezési eljárás.
- Lakossági vélemény-nyilvánítás.
- Önkormányzati hírlevél.
- Figyelmeztető üzenetek – pl. méhészek értesítése permetezéskor.
- Népszerűsítő üzenetek – pl. az új SMS alapú szolgáltatások bevezetésekor.
- Tájékoztatás határozat meghozataláról.
- Önkormányzati üzenetek – a lakosság tájékoztatása (pl. közüzemi szünetek bejelentése, választási programok ismertetése, fórumok idejének közlése)

Emelt díjas SMS az hivatalok szolgálatában.

- Információlekérés, információ-adás feliratkozás alapján, (Mikor lesz...? Mi a határideje...? Mennyibe fog kerülni...?)
- Szavazás - Véleménynyilvánítás – (bármely megadott kérdéskörben, rögzített, vagy nyílt válaszok alapján)
- Nyomtatványigénylés (e-mailre, vagy postai címre)
- Hivatali fizetős hírlevél (szerkesztett, specifikusabb hírlevél)

Normál díjas ipari sms-működtetés

- „Klub-szolgáltatás” - Feliratkozás utáni rendszeres k...
ügyfelet a regisztrációs SMS terheli, más nem. (A köl...
a hivatal)
- Ide illesztethető mindazon I-es kategóriában felsorolt

körben, rögzített, vagy nyílt válaszok alapján)
átványigénylés (e-mailre, vagy postai címre)
i fizetős hírlevél (szerkesztett, specifikusabb
)

Normál díjas ipari sms-működtetés

- „Klub-szolgáltatás” - Feliratkozás utáni rendszeres küldés, az ügyfelet a regisztrációs SMS terheli, más nem. (A költségviselő a hivatal)
- Ide ültetethető mindazon I-es kategóriában felsorolt közigazgatási szolgáltatás, melynél a hivatal kiemelt érdeke, hogy a szolgáltatást népszerűsítse, bevezesse, illetve a szavazatok számát növelje.
- Hivatali nem specifikus hírlevél

Állampolgároknak

- személyi jellegű adatok
- iskolai végzettséggel, képzéssel kapcsolatos adatok
- tulajdonnal kapcsolatos adatok
- munkahellyel kapcsolatos adatok
- lakóhellyel kapcsolatos adatok
- egészségügyi adatok
- közlekedési adatok
- távközlési adatok
- kulturális adatok
- turizmus
- szociális, humanitárius tevékenység
- az állam és az önkormányzatok működésével kapcsolatos adatok

adatok

Vállalkozásoknak

- az egyes országok gazdasági helyzetéről szóló adatok
- a potenciális vevőkre, felhasználókra vonatkozó adatok
- konkurensekre vonatkozó adatok
- beszállítókra vonatkozó adatok
- közlekedéssel, infrastruktúrával, hírközléssel kapcsolatos adatok
- környezeti és természeti erőforrások adatai
- törvényi környezetre, szabványokra előírásokra vonatkozó adatok

Legkönnyebben bevezethető

- Sorszám igénylés – pl. okmányirodai ügyintézéshez.
- Információ kérés – pl. önkormányzati fogadóórák idejének lekérése.
- Nyomtatvány igénylés.
- Ebek bejelentése és nyilvántartásba vétele.
- Véleménykutatás – pl. az ügyintézéshez történő mobilhasználati kedv felmérése.
- Közterület foglalási engedélyezési eljárás.
- Lakossági vélemény-nyilvánítás.
- Önkormányzati hírlevél.
- Figyelmeztető üzenetek – pl. méhészek értesítése permetezéskor.
- Népszerűsítő üzenetek – pl. az új SMS alapú szolgáltatások bevezetésekor.
- Tájékoztatás határozat meghozataláról.
- Önkormányzati üzenetek – a lakosság tájékoztatása (pl. közüzemi szünetek bejelentése, választási programok ismertetése, fórumok idejének közlése)

Mit tanultunk ma?

- ***Milyen tartalmi szegmenseket ismerünk, hogyan lehet ezeket üzleti alapra helyezni.***
- ***Mi az üzlet az ASP, SaaS, Cloud konstrukciókban.***
- ***Miért stratégiai kommunikációs eszköz az SMS.***
- ***Mi a BSZK, mi a jelentősége.***
- ***Milyen mobil tartalmi szolgáltatások nyílnak meg a közszféra számára.***

40