

01.02.2009 - 14:55 Uhr

Turkcells Tone & Win, die weltweit erste RingBackTone-Werbepattform, wächst mit über 200.000 Mitgliedern schnell an

Istanbul, Turkey (ots/PRNewswire) -

- Anrufer, die auf Handys anrufen, hören Werbung und gewinnen mit Turkcells Tone & Win

Seit Beginn von Turkcells Tone & Win (TonlaKazan), der weltweit ersten RingBackTone (RBT)-Werbepattform, im Mai 2008, ist dieses Bonusprogramm für Kunden auf über 200.000 Mitglieder angewachsen und stellt ein unkonventionelles, einzigartiges und innovatives Werbemedium für Unternehmen dar, die auf ihr Produkt aufmerksam machen möchten. Die Turkcellkunden wählen über die Tone & Win-Plattform eine Markenwerbung, einen Marken-RingBackTone, der ihren Anrufern anstelle eines normalen Freizeichens vorgespielt wird.

Der Chief Executive Officer (CEO) des Business Development bei Turkcell, Cenk Serdar, sagte, dass "die Tone & Win-Plattform für unsere Kunden nicht nur ein interessantes Bonusprogramm mit einem unkonventionellen neuen Medium kombiniert, sondern seit ihrem Beginn schon über 200.000 Mitglieder gewonnen hat und dadurch innerhalb eines halben Jahres monatlich mehr als sechs Millionen Mal aufgerufen wurde. Zusätzlich verringert die Plattform die Kündigungsrate der Turkcellkunden, die Tone & Win-Mitglieder sind, indem sie Ihnen Gratis-SMS und -Gesprächsminuten als Gegenleistung dafür schenkt, dass sie täglich SMS/MMS-Werbung versenden. Dieses neue, auf Werbung basierende Geschäftsmodell ist vielversprechend und besitzt ein grosses Potenzial, andere Modelle im Bereich des Mobile Marketings zu übertreffen."

Turkcellkunden gewinnen Gesprächszeit und Guthaben, dessen Höhe davon abhängt, wie lange die Anrufer die RBT-Werbung insgesamt hören. Im Durchschnitt bekommt ein Tone & Win-Mitglied monatlich 65 Einheiten / 20 Minuten. Diese Anzahl kann bei manchen Mitgliedern, die eine überdurchschnittliche Anrufrate aufweisen, jedoch bis zu 150 Einheiten / 40 Minuten reichen. Während es in der Betaphase nur einer begrenzten Anzahl von Mitgliedern möglich war, sich für Tone & Win anzumelden, ist die Plattform nun allen Turkcellkunden zugänglich. Es ist möglich, per Internet, WAP und SMS Mitglied von Tone & Win zu werden. Mitglieder legen die Werbung einer Marke ihrer Wahl als den RBT fest, den ihre Anrufer hören sollen.

Seit dem 07. Mai 2008 haben 50 verschiedene Markenunternehmen 72 Werbekampagnen mit einer minimalen Dauer von zwei Wochen über die Tone & Win-Plattform durchgeführt. Zu diesen Markenunternehmen gehören Coca Cola, Unilever, P&G, Nestle, Warner Bros und bedeutende nationale türkische Marken wie Garanti, Akbank, Digiturk und Arcelik. Am Ende einer jede Werbekampagne über Tone & Win bietet Turkcell den Markenunternehmen einen Exklusivbericht mit den demografischen Daten des Mitglieds, seinem sozioökonomischen Status, der Abspielanzahl der Werbung und der Sekundenanzahl, die die RBT-Werbung insgesamt von den Anrufern angehört wurde.

Ein Beispiel für eine erfolgreiche, gezielte Werbekampagne über Tone & Win war die im November 2008 von Warner Bros durchgeführte

James Bond 007 "Ein Quantum Trost"-RBT-Kampagne. Nur diejenigen Tone & Win-Mitglieder, die zwischen 13 und 54 Jahren und männlich waren und in den 26 türkischen Städten lebten, in denen dieser Film gezeigt wurde, konnten diese Werbung für ihre Anrufer auswählen.

Tone & Win kam für die Global Mobile Awards 2009 der weltweiten Industrievereinigung der Mobilfunkbetreiber GSMA in der Kategorie "Beste Dienstleistung für Handywerbung" ("Best Mobile Advertising Service") in die engere Auswahl. Rob Conway, Chief Executive Officer (CEO) der GSMA sagte, dass "eine Nominierung bei einer so starken Konkurrenz von über 450 hochqualifizierten teilnehmenden Unternehmen ein grosser Erfolg ist und wir die Bekanntgabe der Gewinner während der Global Mobile Awards in Barcelona nächsten Monat mit grosser Spannung erwarten." Tone & Win wurde in Zusammenarbeit mit "4play Digital Workshop", Turkcells Geschäftspartner, entwickelt, der für innovative Produkte und Ideen steht.

"Cost per Listening"-Preismodell für Werbekunden

Beim leistungsabhängigen Preismodell von Tone & Win, "Cost per Listening (CPL)" ("Kosten pro Anhören") genannt, bezahlt das Markenunternehmen abhängig von der Höhe der Anzahl, die ihre Werbung angehört wurde. Daher ist Tone & Win eine vollständig kalkulierbare Werbemöglichkeit.

<http://www.tonlakazan.com>

Turkcell Mobile Marketing

Turkcell Mobile Marketing schafft für Unternehmen gezielte, kosteneffektive und kalkulierbare Werbemedien mit unterschiedlichen Techniken, die auf bereits existierende oder neue Kunden abzielen. Dadurch wird das Mobile Marketing eine unkonventionelle, effektive und interaktive Werbemöglichkeit, die von vielen Markenunternehmen bevorzugt wird. Mit einer Permission-Datenbank von bis zu 7,5 Millionen Kunden und innovativen Produkten wie Tone & Win und Mobile Ticketing hat Turkcell Mobile Marketing im Jahr 2008 Kampagnen mit 276 Markenunternehmen in 27 unterschiedlichen Branchen durchgeführt. Als ein Gründungsmitglied der Global Mobile Marketing Association ist Turkcell im Vorstand und Komitee der Vereinigung sehr aktiv. Turkcell organisierte verschiedene PR-Aktivitäten wie Konferenzen und Workshops, die sich an Werbekunden und Medienagenturen richteten und darauf abzielten, einen grösseren Bekanntheitsgrad des Mobile Marketing in der Marketingbranche zu erreichen.

Informationen zu Turkcell

Turkcell ist der führende GSM-Netzbetreiber in der Türkei und zählt seit dem 30. September 2008 36,3 Millionen Postpaid- und Prepaidkunden. Turkcell operiert in einem Markt mit drei Wettbewerbern und hält seit dem 31. Juni 2008 einen Marktanteil von ungefähr 56% (Quelle: The Telecommunications Authority). Zusätzlich zu hochwertigen drahtlosen Telefondiensten bietet Turkcell derzeit landesweit General Packet Radio Service (Allgemeiner paketerientierter Funkdienst, "GPRS") sowie Enhanced Data Rates for GSM Evolution (Technik zur Erhöhung der Datenrate in GSM-Mobilfunknetzen, "EDGE") in Ballungsgebieten an, die verbesserte Daten- und Telekommunikationsdienste gewährleisten. Turkcell bietet seit dem 22. Dezember 2008 Roaming mit 605 Betreibern in 201 Ländern an. Turkcell bedient einer grossen Kundenzahl in der Türkei ihr hochwertiges drahtloses Telefonnetzwerk und meldete gemäss IFRS (Internationale Rechnungslegungsvorschriften) Nettoeinnahmen von 5,4 Milliarden US Dollar für die ersten sechs Monate bis zum 30. September 2008 und Nettoeinnahmen von 6,3 Milliarden US Dollar bis

zum 31. Dezember 2007. Turkcell hält Anteile an internationalen GSM-Unternehmungen in Aserbaidshon, Georgien, Kasachstan, Moldawien, Nordzypern und in der Ukraine. Turkcell wird seit Juli 2000 an der NYSE ("New York Stock Exchange") und an der ISE ("Istanbul Stock Exchange") geführt und ist das einzige an der NYSE gelistete Unternehmen aus der Türkei. 51% des Aktienkapitals von Turkcell wird von der Turkcell Holding gehalten, 0,05% von der Cukurova Group, 13,07% von der Sonera Holding, 2,32% von der M.V. Group und 0,08% von anderen, während die restlichen 33,48% Free Float sind.

Pressekontakt:

Für weitere Informationen senden Sie bitte eine E-Mail an investor.relations@turkcell.com.tr oder rufen Sie Turkcell Investor Relations unter +90-212-313 1888 an; USA: Susan Burns, Sard Verbinnen & Co., +1-212-687-8080, sburns@sardverb.com; Vereinigtes Königreich: Toby Moore, Citigate Dewe Rogerson, +44-207-282-2999, toby.moore@citigatedr.co.uk

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100016716/100577038> abgerufen werden.