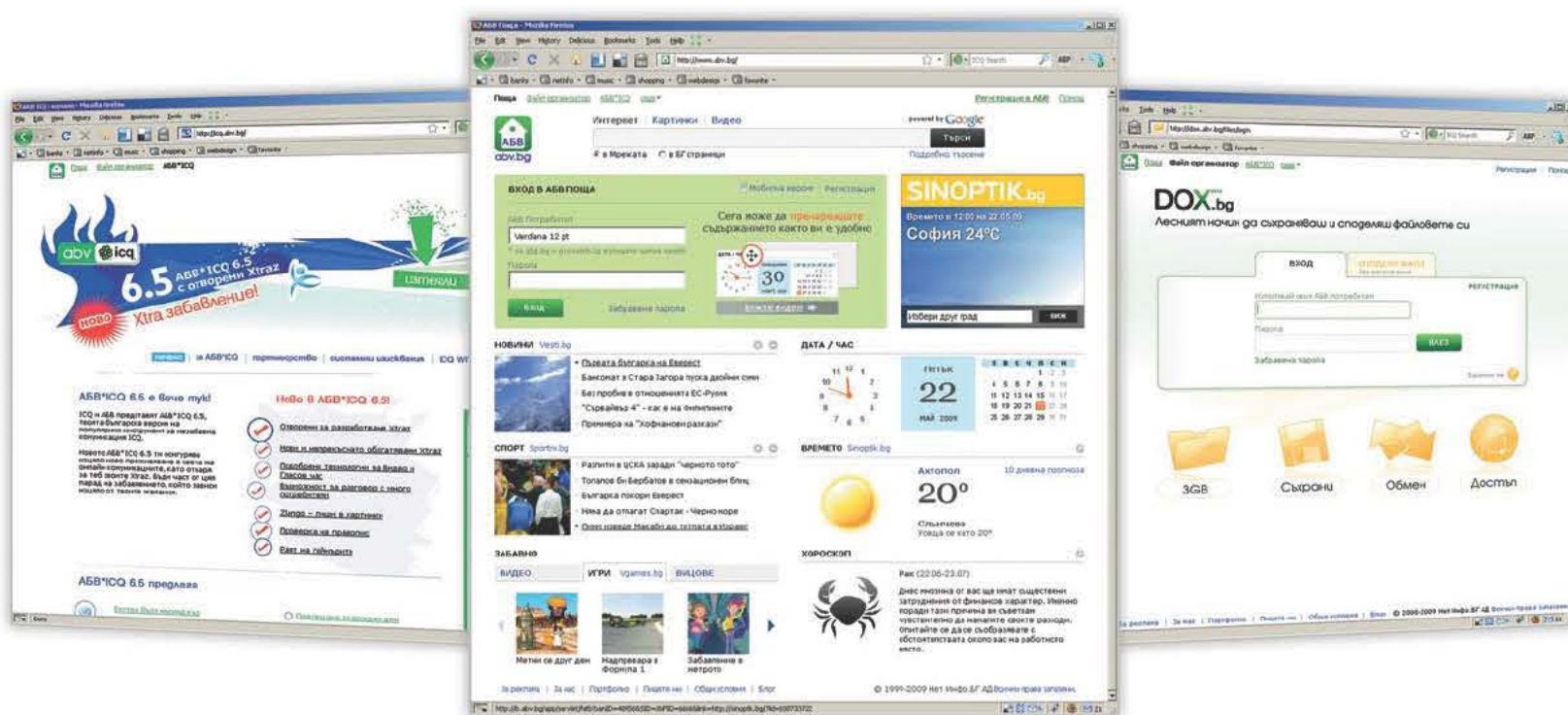


Марката АБВ е добре позната на активните хора, които имат развито и структурирано интернет поведение и ценят времето си. Нейните продукти осигуряват на потребителите приятен и бърз начин да усетят пулса на деня, защото събират на едно място ключовите им дигитални инстинкти чрез началната страница на АБВ, АБВ Поща, DOX.bg и АБВ*ICQ.



ПАЗАР

В началото на 2009 г. онлайн потребителите в България са над три милиона души, с което проникването на интернет у нас вече надхвърля 40%. Това превръща интернет медийния пазар в един от най-бързо развиващите се пазари в страната. Заедно с това се увеличава и времето, което българските интернет потребители прекарват в световната мрежа. Тази тенденция се забелязва най-вече сред по-младата аудитория, чиито престой онлайн бързо се доближава до времето, прекарано в гледане на телевизия.

Най-често българите използват интернет, за да се забавляват – почти 1/3 от времето си онлайн потребителите прекарват в сайтове за развлечения, следвани от портални сайтове и електронна поща. Нараства и интересът към социалните мрежи, като те държат четвъртата позиция сред най-популярните категории сайтове. Марката АБВ и продуктите под нея се използват предимно от образованите млади хора в големите градове. Те са добре запознати със съвременните технологии, възползват се от улесненията на банковата ни система (ползват онлайн разплащания

и притежават дебитни и кредитни карти), обичат да излизат често с приятели, спортуват активно, ползват редовно английски език, изхвърлят боклука си раздельно. Почти половината от аудиторията на продуктите под марката е пътувала извън страната по работа или на почивка.

АБВ е част от портфолиото на водещата българска дигитална медийна компания „Нетинфо“. Освен продукти, с които помага на потребителите да организират лесно всеки свой ден, компанията развива и други, с които задоволява нуждите на потребителите да се забавляват (Vbox7.com, Vgames.bg и Vmusic.bg), да се информират (VESTI.bg, SPORTNI.bg, SINOPTIK.bg, PARITENI.bg и Svejo.net), да се социализират (Zoom.bg) и да търсят (Gbg.bg, Lubimi.com). Неделима част от „Нетинфо“ са и AMEXY – водеща агенция за разработка на уебдизайн и интернет реклама, както и „Хостинг“ – компанията собственик на водещия български хостинг доставчик Host.bg.

От април 2008 г. „Нетинфо“ е част от Sanoma Magazines International – четвъртия по големина издател на списания в Европа. Цел на „Нетинфо“ е да се превърне в дигитално ежедневие на всеки българин. Към

май 2009 г. компанията достигна до над 77% от българските онлайн потребители.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Продуктите под марката АБВ се радват на престиж и признание. Но най-ценни за бранда са потребителското мнение и лоялност. АБВ има висока спонтанна познатост – 85%, а АБВ Поща е първи избор на 3/4 от потребителите на уебпощи в страната. АБВ има и голяма аудитория от лоялни потребители – около 45% от активните потребители използват поне два пъти седмично популярните продукти.

ПРОДУКТЪТ

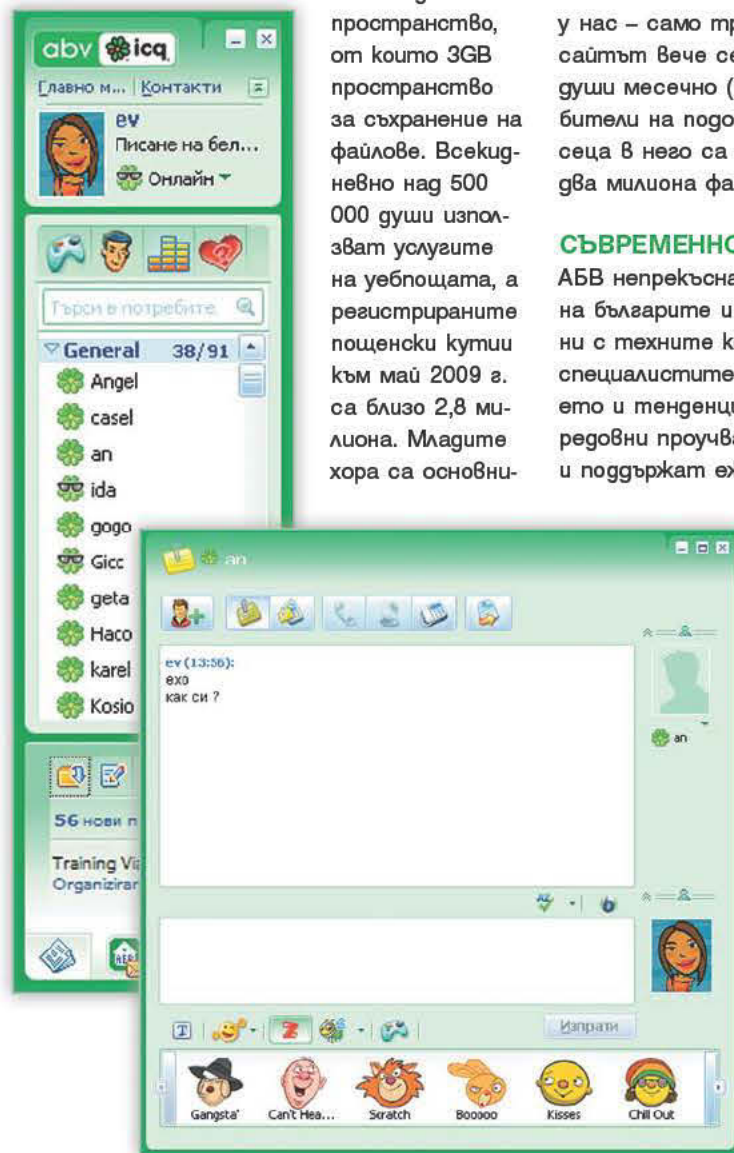
Марката АБВ разработва продукти за активните, работещи хора, които имат развито и структурирано интернет поведение и ценят времето си. Нейните продукти осигуряват на потребителите си приятен и бърз начин да усетят пулса на деня, защото събират на едно място ключовите им дигитални инстинкти чрез началната страница на АБВ, АБВ Поща, DOX.bg и АБВ*ICQ.

От края на март 2009 г. началната страница на АБВ се превръща в приятно място, което помага на потребителите си

бързо и лесно да организират своите всекидневни действия в интернет – преглед на поща, търсене на информация, преглед на основните новини, прогноза за времето, личен хороскоп, забавление. Освен достъп до разнообразна информация, този продукт предоставя на аудиторията си интересни възможности за персонализация. Всеки потребител може да пренарежда отделните блокове, да определя колко съдържание да вижда на тази страница, както и да настрои съдържанието на блоковете според своите лични нужди.

Според данните на пийтълметричната система на „Нилсън Онлайн“ за май 2009 г. най-голямата българска поща – АБВ Поща, достига до над половината от българската онлайн аудитория. Тя предоставя безплатно

6GB дисково пространство, от които 3GB пространство за съхранение на файлове. Всекидневно над 500 000 души използват услугите на уебпощата, а регистрираните пощенски кутии към май 2009 г. са близо 2,8 милиона. Младите хора са основни



те потребители на АБВ Поща – почти 2/3 от аудиторията са на възраст под 29 г.

Продуктът АБВ*ICQ е резултат от партньорството на дигиталната медийна компания „Нетинфо“ и световноизвестна-

та платформа за мигновена комуникация ICQ. Освен възможността за бърза връзка с приятели, услугата осигурява на всеки потребител лесен достъп до неговата АБВ Поща, кратък набор от актуални новини, както и хороскоп за деня. Услугата има над 70 000 активни потребители месечно.

DOX.bg е услуга за съхраняване и споделяне на файлове. Без да се регистрират, потребителите могат да споделят файлове с размер до 1GB, а регистрираните потребители разполагат и с 3GB свободно пространство, в което да съхраняват файловете си. Всички потребители на АБВ Поща могат да използват DOX.bg и през пощенската си кутия, като нямат нужда от допълнителна регистрация. DOX.bg бързо се превърна в любимо място на интернет потребителите у нас – само три месеца след старта си сайтът вече се посещава от над 160 000 души месечно (около 35% от всички потребители на подобен род услуги). За три месеца в него са съхранени и споделени почти два милиона файла.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

АБВ непрекъснато следва потребностите на българите и развива продукти, съобразени с техните конкретни нужди. Маркетинг специалисти от екипа следят развитието и тенденциите на пазара, провеждат редовни проучвания сред потребителите и поддържат ежедневен диалог с тях чрез блог, фен страници в социалните онлайн мрежи и система за обратна връзка. Освен това екипът осигурява денонощна техническа поддръжка седем дни в седмицата.

Именно такива проучвания довеждат до промяна на началната страница на АБВ в края на март 2009 г. Така продуктът осигурява още по-лесен начин за организиране на дигиталния ден, като освен възможност за комуникация, позволява и търсене, информира и забавление. DOX.bg, другият сравнително нов продукт на АБВ, е създаден в резултат на засилващата се потребителска нужда за изпращане и съхранение на големи файлове.

Сред основните цели на АБВ е да продължава да се развива съобразно потребителските навици и нужди.

Факти, които не знаете за АБВ

Над 3 000 000 прочитания месечно имат новините на началната страница на АБВ.

Близо 200 000 писма всеки ден се изпращат от потребителите на АБВ Поща.

Шест хиляди нови регистрации се правят всеки ден в АБВ Поща.

Потребителите прекарват средно пет часа на ден в ICQ/АБВ*ICQ.

За три месеца след старта на DOX.bg над 27 TB информация е преминала през сайта, което се равнява на около 6000 стандартни DVD носителя от по 4.7GB, или на около 400 000 часа музика, записана в mp3 формат.

Близо 600 000 души влизат в АБВ всеки ден.

Над 60 000 търсения се правят всеки ден на началната страница на АБВ.

Всеки един от 10 потребители на АБВ Поща проверява пощата си през мобилен телефон.

Първото заглавие от новините на началната страница на АБВ има над 1 500 000 прочитания месечно.

ПРОМОЦИЯ

Основен комуникационен канал на АБВ е онлайн медията, където марката налага своите послания и достига до потребителите си чрез микс от банер реклама, нестандартна реклама, присъствие в социалните мрежи, продуктови блогове и онлайн PR.

Продуктите присъстват и в традиционните медии чрез използването на PR похвати, а отскоро залагат и на външна реклама. АБВ е желан медиен партньор на различни инициативи, чиято подкрепа е още едно средство марката да достигне до сърцата на своите потребители.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Основните ценности на АБВ са леснотата и удобството. АБВ се стреми да се превърне във виртуалния дом на своите потребители – подреден според техния вкус и нужди, приветлив, достъпен и уютен, като така им осигурява комфорт и увереност.

1999

ABV.bg стартира като безплатна уеббазирана поща.

2001

Forum.abv.bg и Chat.abv.bg се присъединяват към марката.

2005

„Нетинфо“ – компанията, която стои зад АБВ, сключва договор за стратегическо партньорство за ICQ Inc. В резултат е създаден първият инструмент за мигновена онлайн комуникация на български език АБВ*ICQ.

2006

Стартира мобилната версия на АБВ Поща на адрес m.abv.bg.

2007

АБВ Поща е достъпна и през портала на Vodafone Live!.

2008

Потребителите вече се възползват и от новата услуга за съхраняване и споделяне на файлове DOX.bg.

2009

АБВ променя началната си страница и събира на едно място всички основни действия на потребителите в интернет: преглед на поща, търсене на информация, преглед на основните новини, прогноза за времето, забавление и личен хороскоп.