

Тезисы доклада Максима Трухина, исполнительного директора компании «Мамба»

Единая Служба Знакомств и Общения – Мамба: влияние на развитие личности и общества

- Преимущества интерфейса и бизнес-модели компании
- Анализ пользователей и их обращений к системе
Объем базы позволяет удовлетворить максимально широкие критерии поиска, будь то совместное времяпрепровождение, дружба, флирт, любовь или брак. Кроме того, пользователи приходят не только знакомиться, но и общаться, поскольку система предоставляет широкие возможности для общения. Именно эта возможность определяет присутствие пользователя на постоянной основе, а не на периодически-разовой, как принято считать, говоря о службах Интернет-знакомств
- Психологические факторы
Возможность общения в реальном времени, просмотра фотографий противоположного пола, интерактивные игры, инструменты персонификации, что позволяет чувствовать себя частью социума, причем, ни спам, ни реклама не отвлекает пользователя от контента
- Фактор «одинокого человека» в разрезе общества
Одинокий человек = несчастное общество. Служба знакомств «Мамба» видит решение проблемы одиночества – своей первоочередной задачей
- Инструменты интеграции пользователей
Интегрировать одинокого человека в социум позволяют интерактивные сервисы. Это возможность для пользователя сделать первый шаг, чтобы завести знакомство или начать общение
- Общение на Мамбе – ключ к интеграции личности в социум
Система позволяет пользователям применить свои ресурсы, как стартовую площадку для начала знакомства с последующей встречей в реальной жизни. Кроме того, поскольку уровень образования, мировоззрения и т.д. у всех пользователей разный, общение даже с частью такой большой аудитории дает возможность по-другому взглянуть на какие-то привычные вещи и явления, расширить кругозор

- **Сообщество счастливых людей**

Новые знакомства, последующее общение в реальной жизни положительно сказывается на состоянии человека, отражается на его поведении и отношении к обществу.

Единая Служба Знакомств и Общения – Мамба **Информация о компании**

Год образования – 2002

выход на рынок – 2004

Доля рынка Интернет-знакомств

Согласно мнению экспертов компании, система «Мамба» занимает 85% рынка Интернет-знакомств

Масштаб

Единая база в 5,2 млн. анкет пользователей,

2,2 млн. из которых «активны».

Количество ежедневных регистраций более 30 тысяч,

от 30 до 35 тысяч человек online

Динамика развития

10.04.04 – к системе подключен первый сайт Mheart.ru,

26.01.06 – более 1500 тысяч партнерских сайтов

Крупнейшие партнеры

Знакомства на Mail.ru

Знакомства на Rambler

Знакомства на КМ, Mheart.ru и другие

Тенденции партнерской программы

С появлением программного решения Конструктор стало возможно подключение небольших и малых партнеров в полуавтоматическом режиме

Основная аудитория

Мужчины и женщины от 18 до 45 лет с перевесом 60% к 40% в пользу последних.

География – вся Россия, СНГ, ближнее и дальнее зарубежье. По мажоритарному принципу, жители Москвы и Санкт-Петербурга