HTK

PRODUCT PLACEMENT



Информационно-развлекательный канал республиканского значения

- аполитичный канал, который дарит своим зрителям только положительные эмоции, яркие впечатления и хорошее настроение
- четко соблюдает концепцию канала, ориентированного на социально-активную часть населения страны
- 92% населения Казахстана в городах «100 тыс.+» имеют возможность принимать канал



Product placement это:

- уникальная технология управления массовым сознанием и покупательским поведением
- очень быстрый и эффективный способ внедрения брендов в подборку потребителя

Возможности Product placement:

- повышение ценности бренда
- увеличение продаж



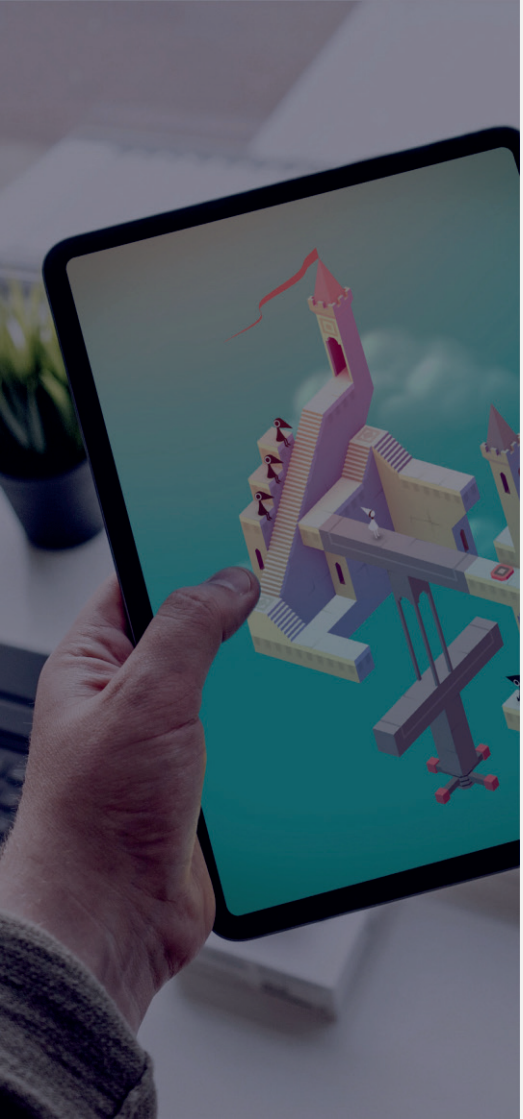
The Plaza Hotel в Нью-Йорке

Отель снимался в таких фильмах, как «Великий Гэтсби», «Один дома-2», «Король Нью-Йорка», «Человек-паук», «Крокодил Данди» и многих других. В 1986-м признан историческим наследием национального масштаба.



Дом Кевина МакКалистера

Благодаря фильму «Один дома» - «дом Кевина» внесен в список главных туристических мест штата Иллинойс. В 2012-м году особняк был продан за 1,5 млн долларов.



Игра «Monument Valley»

В третьем сезоне «Карточного домика» Фрэнк Андервуд играет на iPad в головоломку Monument Valley. Через несколько дней после выхода эпизода фанаты вывели Monument Valley в ТОП-10 платных приложений в iTunes и на 3-е местов чарте платных игр Google Play.



Виски «Jack Daniel’s»

После выхода фильма «Основной инстинкт» в 1992 компания, которой принадлежит бренд виски Jack Daniel's, увеличила продажи этого напитка на $6 млн. за год. Компания заплатила создателям фильма $1,2 млн только за одну фразу, которую произносит герой Майкла Дугласа: «Jack Daniel's подойдет?».



Что даёт спонсорство в проектах НТК:

- возможность показать товар/услугу в действии;
- меньший отток аудитории на спонсорской рекламе, высокая вовлеченность аудитории, концентрация целевой аудитории;
- заметность из-за меньшего количества рекламы;
- повышение лояльности к бренду со стороны зрителей программы;
- увелечение узнаваемости за счет более длительного контакта бренда с аудиторией;
- репутация бренда/показатель премиальности бренда, знак качества размещаемого продукта;
- гибкость коммуникации в отношении преимуществ бренда;
- креативность/возможность связать бренд с имиджем определенной программы, проекта.

Product Placement (PPL):

устное упоминание бренда в контексте разговора (походя, невзначай) без демонстрации

устное упоминание related content (фразы или слова прямо ассоциирующиеся с брендом)

явная демонстрация продукции с нативной рекомендацией

явная демонстрация продукции с рекламным текстом по брендбуку

явная рекомендация продукции или бренда без демонстрации

использование бренда или продукции в кадре без упоминания

PPL: макроплан (лого, бренд, продукция)

PPL: фоном (до 20% экрана) - лого, бренд, продукция

PPL: фоном в расфокусе - лого, бренд, продукция

PPL: узнаваемые корпоративные цвета или элементы бренда фоном (часть лого, вывеска, лайтбокс)

PPL: узнаваемые корпоративные цвета или элементы бренда в расфокусе (часть лого, вывеска, лайтбокс)

Product Placement (PPL):

- брендированная атрибутика - взаимодействие
- брендированная атрибутика - фоном в кадре
- брендированная атрибутика - в расфокусе
- брендированная атрибутика - на герое
- брендированная атрибутика - макроплан
- брендированные сопутствующие предметы (упаковка, пакеты, коробка)
- история бренда в сценарии (факты, справки, отзывы)
- текстовые упоминания - акк. в соц.сетях - без устного озвучивания
- диджитальные упоминания - демонстрация акк. в соц.сетях, просмотр сториз и др. взаимодействие в кадре
- второй экран - демонстрация на экране смартфона героя в кадре - использование мобильного приложения

Другое:

- благодарность в конечных титрах
- контактные данные в конечных титрах, хештеги, акк. в соц.сетях
- брендированные анонсы
- присутствие продукции или элементов бренда в кадрах анонсов
- брендированные тизеры, анонсы в соц.сетях
- присутствие продукции или элементов бренда в тизерах, анонсах в соц.сетях
- размещение незаблюренного контента на сайте и на страницах в соц.сетях
- нарезки для размещения рекламодателем на своих страницах в соц.сетях
- участие представителя бренда в эпизоде сериала, в программе (не рекламный сюжет) в качестве эксперта
- другой связанный контент публикуемый в интернете
- интерактив с вовлечением зрителей и продукции спонсора
- брендированная продукция для продажи

Электронное спонсорство:

- начальная заставка (спонсор показа)
- рекламный ролик (в начале или в конце)
- сплит-скрин
- промо рамка
- адаптированная заставка
- динамичная заставка
- спонсирование эфира в течение дня
- логотип
- баннер

ТОО «Независимый Телевизионный Канал»
050013, Республика Казахстан, г. Алматы, ул. Юрия Померанцева, 1
Тел.: +7 (727) 244 88 44
E-mail: office@ntk.kz
www.ntk.kz
#НТК #ВключайНастроение