

Традиционная реклама



Web Images Video Local Shopping More

YAHOO!

Web Search

My Yahoo! | Make Y! your homepage

Sign In | New here? Sign Up | What are you doing? | Page Options

MY FAVORITES + Add

- View Yahoo! Sites
- Yahoo! Mail
- Autos
- Facebook
- Finance (Dow Jones)
- Flickr
- Games
- HotJobs
- Messenger
- Movies
- Personals

NEWS WORLD LOCAL FINANCE

- Obama urges nervous Democrats to fight for his agenda
- Bernanke wins second term as Fed chairman with Senate vote
- Lawyer: Louisiana phone scheme meant to embarrass senator
- Pentagon, Sec. Gates to propose way forward on gay ban
- TV host says he 'forgot Obama was black' during speech
- Dog rescued from Baltic Sea after floating 75 miles on ice
- Walnut Hills killing is city's 1st of year - Cincinnati...
- Traffic Stop Leads To Stolen Copper - Kentucky Post
- GM Dealers Try To Lure Toyota Buyers After Recall - WLWT-TV
- NFL - Australian Open - NBA - NCAA - NHL - Soccer

updated 6:25 pm EST More: News Popular Buzz

Markets: Dow: 10,120.45 -1.13% Nasdaq: 2,179.00 -1.90%

Sponsored by: Scottrade Go Get Quotes

TRENDING NOW

- Catcher in the R...
- Haiti
- Ben Bernanke
- Barack Obama
- Apple iPad
- Kristen Bell
- Toyota
- Justine Henin
- America Ferrera
- High-Speed Rail

0 CALORIES

CLICK FOR VIDEO 0
CLICK FOR COUPON 0

SoBe Lifewater - Ad Feedback

Скрытая реклама

Product placement (PP) (*англ.*, дословно переводится как размещение товара) — маркетинговая стратегия, которая предполагает неакцентированное использование логотипа, слогана или продукта заказчика.

Березкина О. П. Product Placement. Технологии скрытой рекламы
СПб.: Питер, 2009. - 206 с.

История

- В среде рекламистов началом эры product placement принято считать появление в 1940-х годах мультсериала про моряка Папая. Анимационный персонаж в трудную минуту подкрепляется шпинатом, а весь сюжет выстраивается вокруг непростых отношений Папая с девушкой по имени Олив Ойл - Оливковое Масло.
- Незамысловатые мультфильмы быстро снискали популярность, а вместе с ними - и растительная пища, которую сериал пропагандировал, выполняя социальный заказ государства.



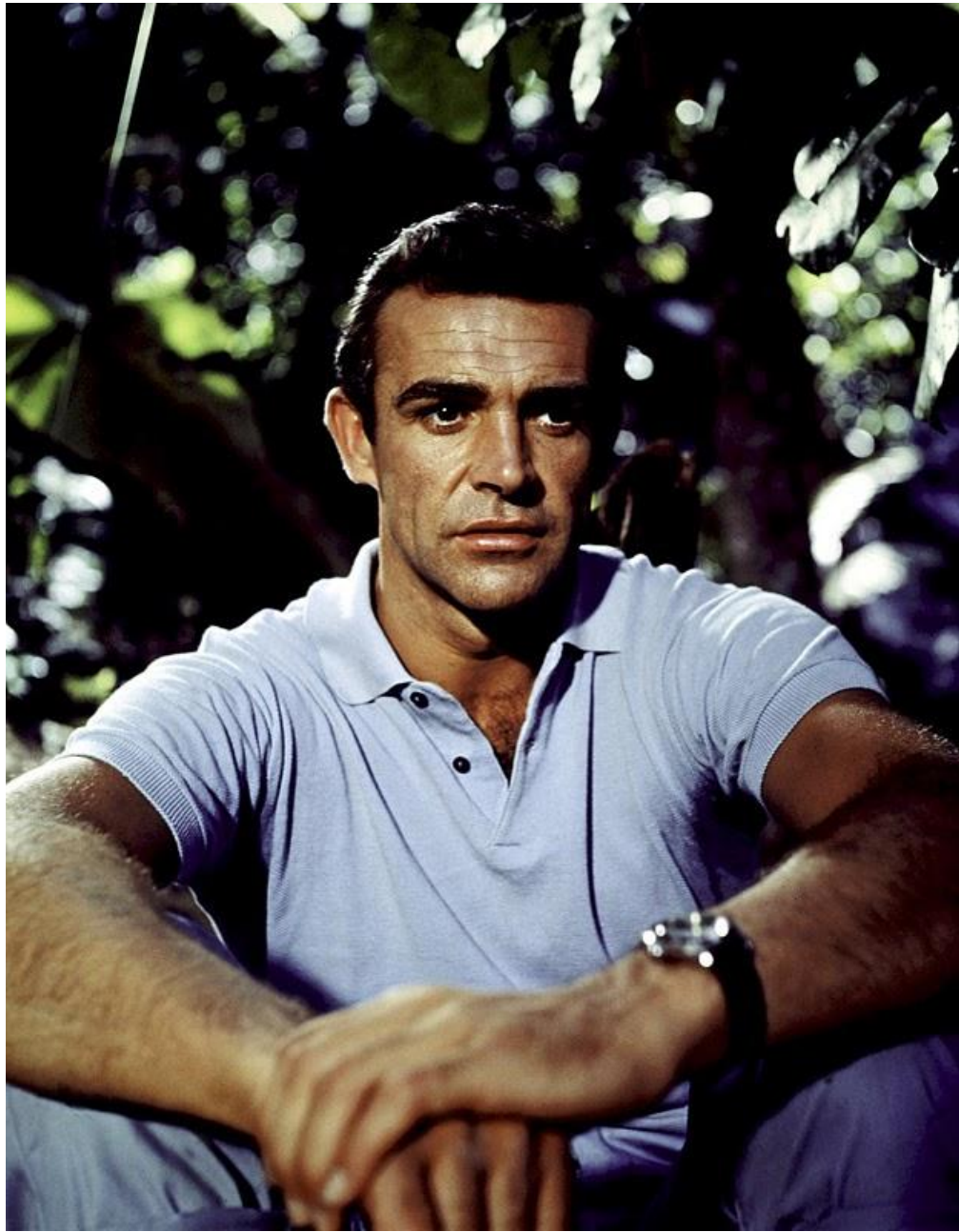
POPEYE



Джеймса Бонда «Доктор Но»

- вышел в 1962 году,
- нарочито демонстрировались наручные часы марки Breitling. В следующих сериях на коммерческих условиях в кадр попадали автомобили, напитки, сигары...
- По оценкам экспертов, на скрытой рекламе создатели последнего фильма бондианы «Умри, но не сейчас» собрали около \$70 млн.







— □ ×

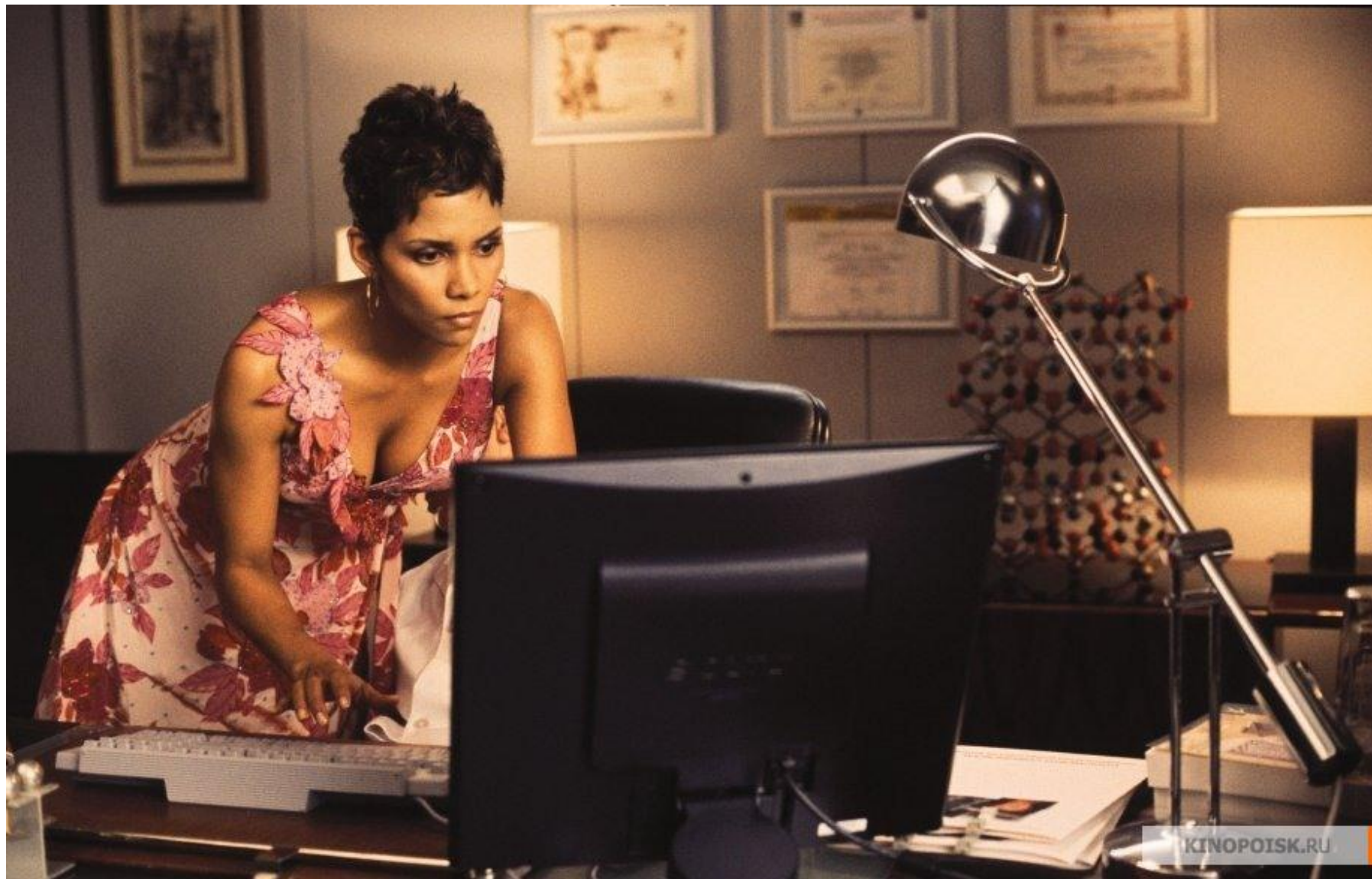
00:46:59 Pause

WATCHMAN MOVIES VIDEO Ch 14 / 32











Еще в кинофильмах

- «Люди в черном» пропагандируют солнцезащитные очки марки Ray Ban, в «Матрице» рекламируется Cadillac, в «Особом мнении» - Lexus.
- А сиквел Люка Бессона «Такси» не последней целью ставил поднять престиж автомобильной марки Peugeot.





История вопроса в России

- Скрытая реклама в кино и литературе в нашей стране появилась не так давно.
- Тем не менее, новое направление в российской рекламной индустрии стремительно набирает обороты.

Первый в России

- Первым успешным примером использования принято считать снятый в 1998 году фильм «Особенности национальной рыбалки» Александра Рогожкина.

«Антикиллер-2»

- бренд Panasonic: ноутбуки, мониторы, камеры, телефоны этой марки не сходят с экрана на протяжении всего киносеанса.

«Ночной дозор»

- продвигаются Nescafe и МТС, а сцена, где с помощью интернет-поисковика Rambler ведется поиск в будущем, и вовсе заняла первое место в номинации Product Placement конкурса рекламистов «Профи'04».

Основные каналы product placement:

- Киноиндустрия
- Телевидение

1. Киноиндустрия

- Здесь скрытую рекламу (демонстрацию бренда) делят на три типа: визуальная, звуковая и сюжетная.
- **Визуальный** product placement подразумевает показ продукта или логотипа (марки автомобиля, освежающего напитка, шоколадки и т. д.).
- **Звуковой** — упоминание героями названия бренда (например, страховой компании или банка). Считается, что звуковая скрытая реклама действеннее визуальной, так как зрители лучше реагируют на аудиоинформацию.
- Но самым эффективным, хотя и более откровенным, является **сюжетный** product placement. Например, действие фильма разворачивается в реально существующем бизнес-центре или банке, либо значимую роль в сюжете фильма играет одежда главного героя.

Возможности кино и телевидения

- **Статическое размещение** — присутствие продукта или объекта по ходу развития действия.
- **Вербализация** — устное упоминание названия продукта (объекта) и его свойств.
- **Динамическое размещение** — показ использования или употребления продукта (объекта).
- **Специальная сцена** — сцена, в которой продукт или объект играет существенную роль.



2. Телевидение

- В телепередачах можно наблюдать примерно те же вариации product placement, что и в кино.
- Так, в кулинарных программах демонстрируется кухонная мебель, бытовая техника, продукты питания.
- В передачах по обустройству жилья в объектив попадают логотипы строительных материалов, а ведущий произносит их названия.
- Сюжеты программ о здоровье снимаются в выбранных медицинских учреждениях.

3. Радио

- В радиопередачах можно рассчитывать на звуковой product placement.
- Через этот канал лучше продвигать бренды, которые либо достаточно известны, либо очень просты и легко запоминаемы.
- Так, если Ваш продукт имеет сложное иностранное название, то радио для скрытой рекламы не подойдет.

4. Пресса

- Здесь скрытая реклама может фигурировать в тексте материала или в иллюстрациях.
- Например, в гляцевых журналах на фотографиях видов престижных жилых районов можно встретить вывеску банка, магазина, аптеки и т. д.
- Иногда такая скрытая реклама не является предметом договоренности.
- В этом случае маркетологам необходимо проанализировать количество и характер упоминаний компании в разных журналах и газетах, поскольку в некоторых изданиях подспудно формируется хорошая почва для восприятия прямой рекламы.

5. Книги

- Дарьи Донцовой, Татьяны Устиновой, Александры Марининой, Сергея Лукьяненко и многих других.
- Продается все: товар может просто «ненароком» промелькнуть в произведении; вокруг него может выстраиваться сюжетная линия - второстепенная или основная; под товар вводят в сюжет отдельного персонажа (например, следователь, бреющийся бритвой определенной марки). В дальнейшем распространитель товара сможет использовать данный персонаж в своих рекламных кампаниях.

6. Интернет

- Возможности для скрытой рекламы здесь безграничны — размещение информации в статьях, новостях, электронных рассылках и др.
- Существенную часть веб-пространства занимают также компьютерные игры, которые представляют значительные возможности для product placement.

7. Компьютерные игры

- Среди распространителей product placement они становятся все более популярны.
- По данным некоторых исследований, увиденные или услышанные в игре названия торговых марок запоминает около четверти игроков.
- Название компании (продукта) может упоминаться на рекламных щитах вдоль гоночных трасс или автомобилях, на ярких загрузочных экранах-заставках.
- Так, например, в игре «Адреналин» компании 1С свои торговые марки продвигали Gillette, Coca-Cola, «Сибирский берег».

8. Шоу-бизнес

- Этот канал, подобно кино и телевидению, предполагает визуальный, звуковой и сюжетный product placement.
- Скрытая реклама может присутствовать в песнях (название бренда), музыкальных клипах (демонстрация логотипа или самого товара).
- Примером может быть некогда популярная песня «Орбит без сахара» группы «Сплин».
- Немало брендов упоминается и в песнях «Мумий Тролля» (среди них «Эффералган УПСА», «Фастум гель»).