

Алтернативни рекламни форми, предлагани в двете основни телевизионни групи

30.11.2015



lead. don't follow

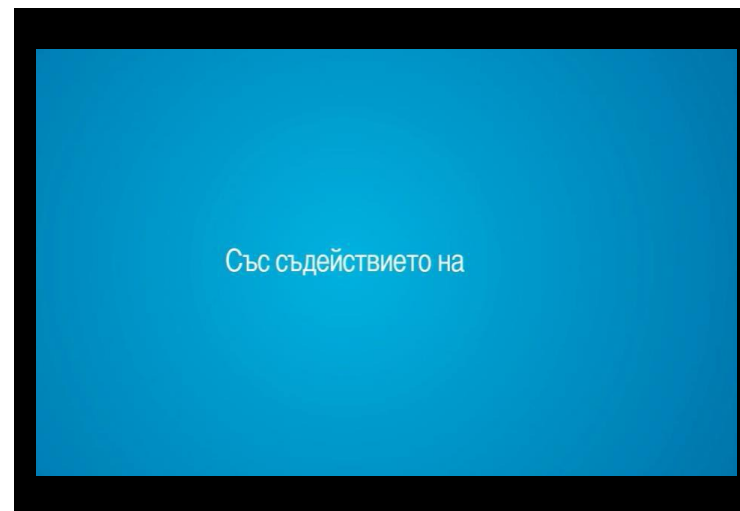
Nova Broadcasting Group



Sponsorship Tag

Спонсорска заставка – форма на спонсорство с дължина до 7 секунди, която се излъчва преди началото и в края на предаването. Спонсорските заставки се продават винаги в комплект – отваряща и затваряща.

Спонсорирано промо – промотира определена програма и съдържа спонсорска заставка с продължителност до 7 секунди;



BREAK ID

Брандирана шапка реклама – рекламен спот с дължина 5 секунди и надпис „реклама“, отварящ и затварящ рекламния блок.

Брандираните шапки реклама се продават винаги в комплект – отваряща и затваряща.



BRANDED MENU

Интегрира графични елементи на рекламодателя в програмните менюта на телевизионния канал. Общата дължина на формата е до 15 секунди.

Излъчва се преди рекламен блок.

Появяването му преди всички реклами в рекламния блок, дава приоритетна възможност продукта да бъде забелязан от по-голям брой зрители.

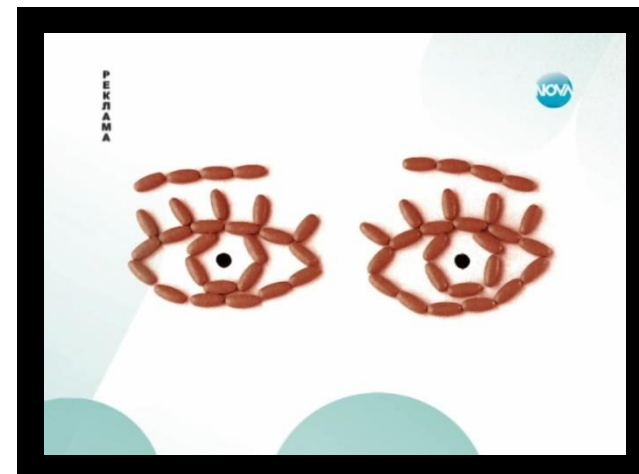


SPECIAL ID

Приветства зрителите преди започването на определено предаване.

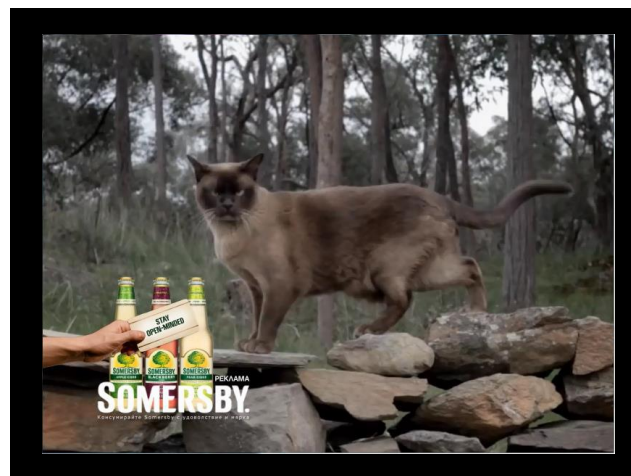
Излъчва се извън рекламните блокове.

Появяването му извън рекламен блок е предпоставка продукта да получи приоритетно внимание от зрителската аудитория.



BRANDED BUG

Статична или динамична кратка рекламна форма с продължителност до 7 секунди. Излъчва се по време на предаването (без то да се прекъсва) и се реализира като закачка или акцент към определен кадър или момент от действието.



BRANDED CUT-IN

Статична или динамична рекламна форма с продължителност до 7 секунди. Разполага се хоризонтално в долната 1/3 част на екрана.

Излъчва се по време на действието на предаването.



bTV Media Group



lead. don't follow

Шапка реклама

Излъчва се извън рекламен блок. Всеки рекламодател може да създаде свой собствен сюжет, който е съобразен с разположената в долния ляв ъгъл графична идентичност (лого), запазена за каналите от bTV MG .

Анимацията може да бъде една и съща и в двата елемента или може да има начало на действие и развързката му.

Вход – 3 секунди, изход – 4 секунди.

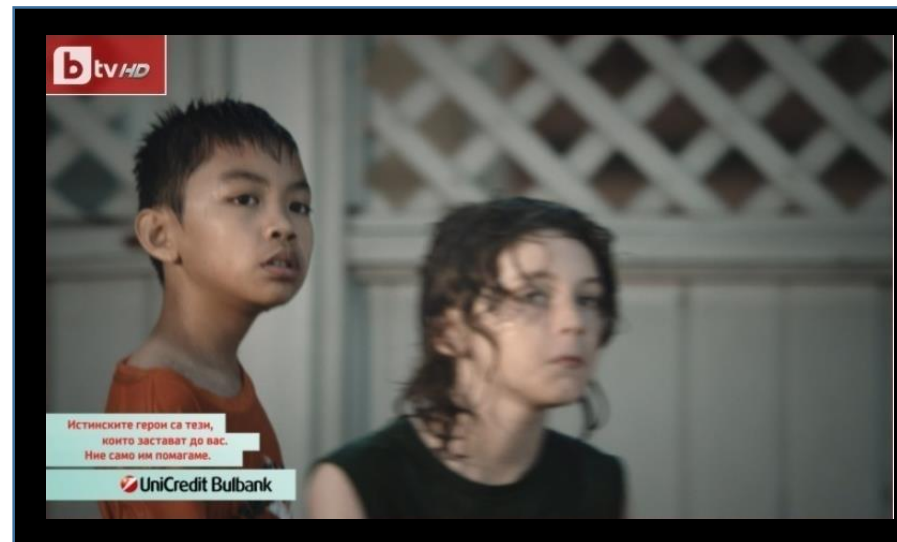


Branded Promo Bug

Елемент от рекламната идентичност на фирма, продукт, или услуга, до 10 секунди в комбинация с елемент, характерен за дадено предаване от програмата на bTV MG.

Брандираната разновидност позволява позиционирането му извън предаването, с което се осъществява главната асоциация.

Продължителност между 5 и 10 секунди.



Lead. don't follow

Interactive Promo Bug

Вариация на branded promo bug с елементи от визията на рекламодателя (без запазена марка). Продължителност около 10 секунди.

Представява интерактивен диалог между водещия на предаването, в което се излъчва бъга, и анимацията, която се появява, за да промотира излъчването.



Skyscraper

Позволява на рекламодателя да използва действието по време на конкретно предаване (излъчване, филм) за реклама на неговия продукт.

Продължителност 8–10 секунди.

Анимацията е върху вертикална, полупрозрачна подложка, 1/3 от дясната или лявата част на екрана.



Cut-in & Countdown

Продължителност 8–10 секунди.

Анимацията се разполага хоризонтално, като заема около 1/3 от долната част на екрана.



Nexter

Разновидност на промо анонс. Знакът на рекламодателя е статичен на екрана до 10 секунди (в зависимост от анимацията на промо-опаковката на всеки от каналите в групата).



Content Split

Позволява на рекламодателя да използва действието по време на конкретно предаване.

Излъчва се непосредствено преди рекламния блок. Заема едновременно хоризонталната и вертикалната част на екрана.

Продължителност 10 секунди.



Спонсорска заставка

В спонсорската заставка могат да присъстват име, търговска марка, дейност, продукти и услуги на спонсора. За спонсорска заставка може да бъде използвана част от рекламен клип.

При представянето на спонсора, по закон, не може да присъства: покана за закупуване на продукти или ползване на услуги на спонсора; споменаване или изтъкване по друг начин на качества на продукти или услуги на спонсора; тук влизат и указанията относно ефективността на продукта (Обяснителен доклад към ЕКТТ); адрес, телефон или други форми за контакт, включително Интернет адрес.