

Twigle

Брендовый видео-контент,
как нестандартная форма
интеграции в лицензионное video:
Как не разочаровать клиента?



Новые реалии, новые задачи

Поиск новых индивидуальных решений

Более тесная интеграция с брэндом

Эффект «баннерной слепоты»

Современная аудитория стала лучше разбираться в маркетинговых приемах и стала циничней

Branded – content в специальных проектах:

Новый тренд в российском интернете в 2009-2010гг.

Branded content. Что это такое?

- **В**ысококачественный привлекательный контент, создаваемый специально для ЦА бренда и позволяющий обеспечить максимально полную и органичную коммуникацию бренда
- **И**значально сфокусирован на том, что интересно ЦА – высокая степень внимания и вовлеченности + длительное (до 100%) время контакта аудитории с брендом
- **В**озможность построения интегрированной коммуникации, включающей PR, медийные форматы, интегрированная реклама, активность в соц.сети проекта
- **В**озможность учета и соблюдения brand-guidelines уже на стадии разработки



Преимущества

- **В** отличие от ATL, где контент основан на продвижении brand message, и от product placement, когда бренд встроен в контент, branded content создается одновременно для аудитории и для бренда – на пересечении их интересов.
- **С**огласно исследованию Американской ассоциацией интернет-издателей, брендированный контент увеличивает популярность бренда на 29%, а желание купить продукт на 20%.

Спец.проект:
Медиа-спонсорство
запуска кулинарного
Канала
«Вкусно и Быстро»
на сайте Твигл:

The Electrolux logo is displayed in white text on a black rectangular background. It features a stylized square icon with a circle inside to the left of the brand name "Electrolux".

Electrolux

The Twigle logo is located in the bottom right corner. It consists of the word "Tvigle" in a white, rounded, bubbly font with a thick black outline, set against the orange background of the footer.

Tvigle

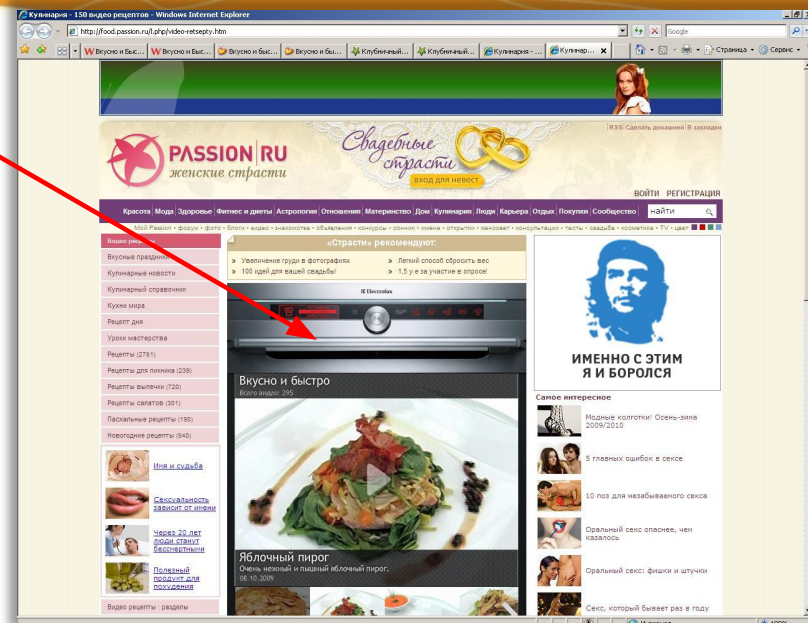
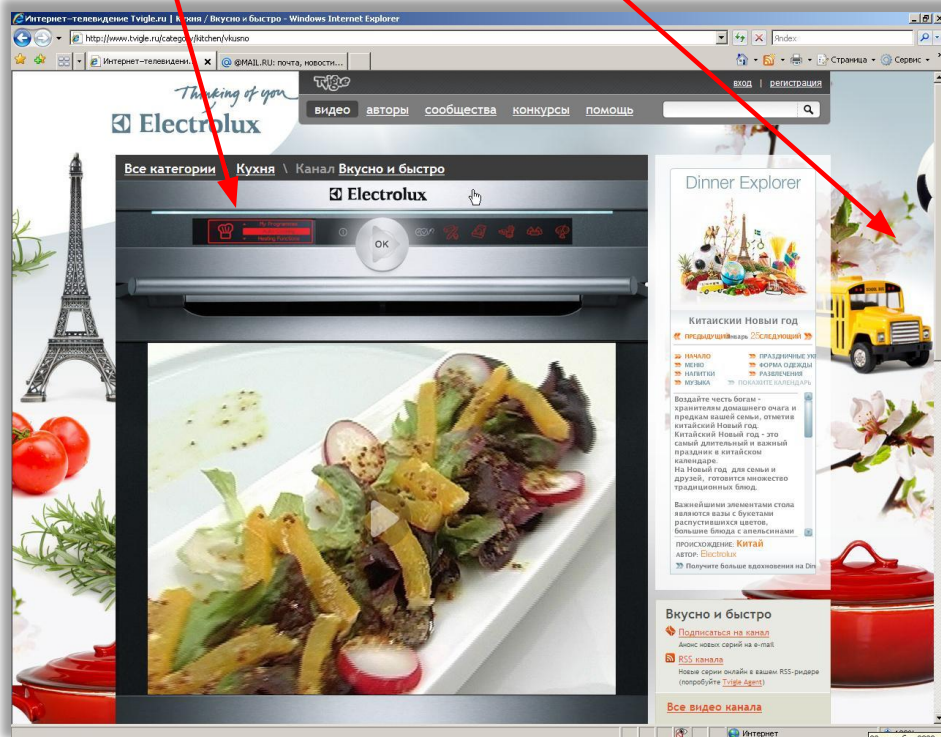
Electrolux

Брендинг подложки страницы и плеера канала «Вкусно и Быстро» на сайте Твигл и сайтах партнерской сети:

Брендинг всего пространства «подложки» кулинарного канала

Брендовый видео-плеер на сайте партнерской сети Passion.ru

Брендинг видео-плеера Канала



KPI проекта:

- Период РК – 3 месяца
- Платформа – Твигл + 15 партнерских сайтов
- Кол-во роликов видео-рецептов - 300
- Гарантированный комитмент по просмотрам – 3 000 000
- Создание брендированного канала
- Брендинг подложки канала
- Брендинг плеера на сайте Твигл и партнерской сети
- Рекламные пре-роллы на сайте Твигл и партнерской сети
- Рекламные оверлеи на сайте Твигл и партнерской сети



Спец.проект:
Интернет фестиваль
короткометражного кино
«Panasonic VIERA» на
сайте Твигл:

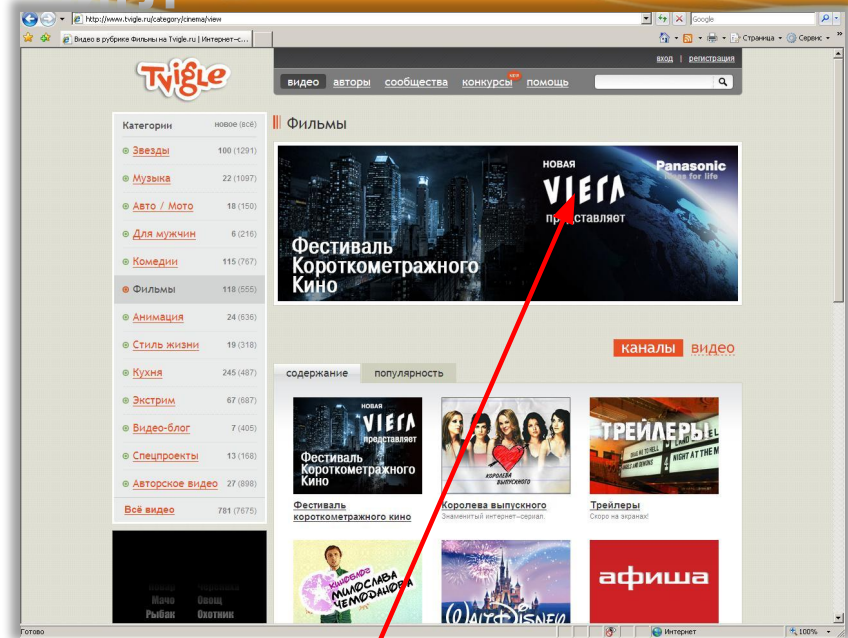
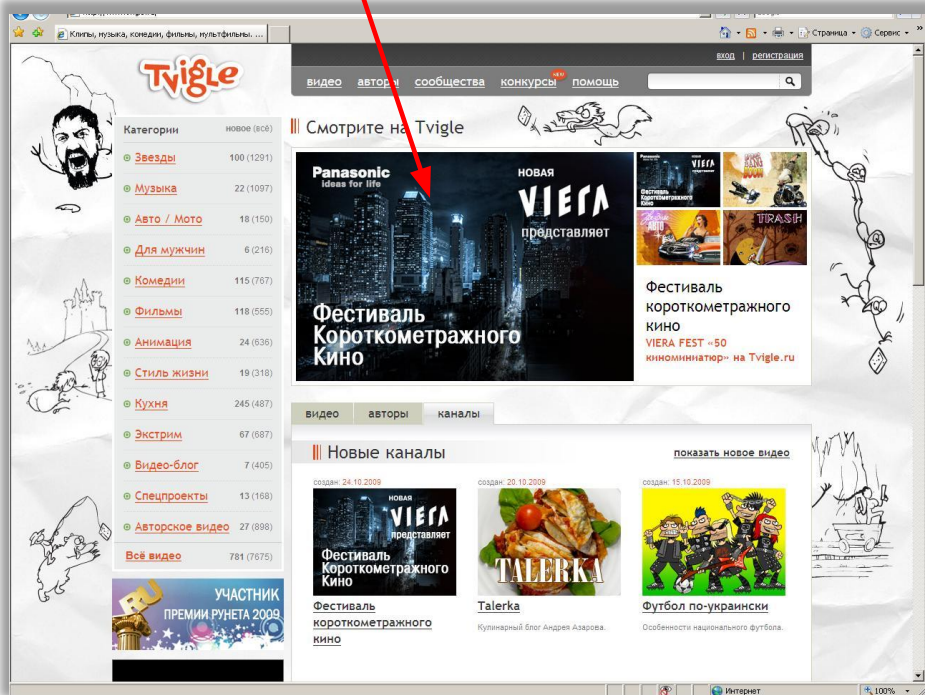
Panasonic
ideas for life

Tvигle

Panasonic VIERA

Интернет фестиваль короткометражного кино на сайте Твигл

Анонсирующий
баннер-слайдер
фестиваля на
главной странице



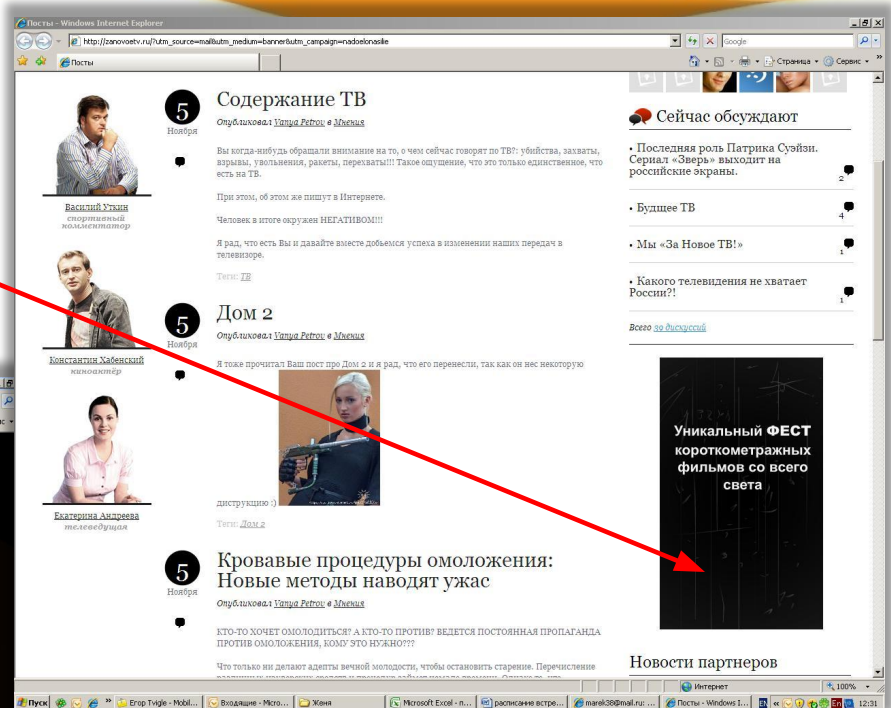
Анонсирующий
баннер-слайдер
фестиваля на
странице категории
720x325

Panasonic VIERA

Брендированный промо-канал фестиваля на сайте Твигл

Брендирование всего пространства «подложки» канала фестиваля

Баннер 240x400 на промо-сайте клиента



KPI проекта:
Период РК – 4 месяца
Платформа – Твигл + промо-сайт клиента
Кол-во короткометражных фильмов – 50
Гарантированный комитмент по просмотрам – 1 500 000
Создание брендированного канала
Брендирование подложки канала
Брендирование плеера на сайте Твигл
Рекламные пре-роллы на сайте Твигл
Рекламные баннеры 240x400 и 728x90

Twigle

**Спец.проект:
Синергия онлайн +
оффлайн:
Медиа-спонсорство
интернет-сериала
«Правда хочешь знать?»
на сайте Твигл и сайтах
партнерской сети**



Брендированные баннеры-слайдеры сериала на главной странице сайта Твигл:

Баннер-слайдер на Главной странице сайта

Категории новое (всё)

- Звезды 9 (1170)
- Музыка 16 (1103)
- Авто 9 (125)
- Для мужчин 2 (211)
- Комедии 85 (602)
- Фильмы 38 (401)
- Анимация 15 (588)
- Стиль жизни 24 (280)
- Кухня 42 (71)
- Экстрим 182 (525)
- Видео-блог 47 (378)
- Спецпроекты 13 (213)
- Авторское видео 23 (861)
- Всё видео 505 (6528)

Смотрите на Tvigle

Timotei MEN

ПРАВДА ХОЧЕШЬ ЗНАТЬ?

Правда хочешь знать?
Timotei men представляет
Правда, хочешь знать, что думает
твоя вторая половинка на самом
деле?

Новые каналы

- Правда хочешь знать?
Что мы думаем на самом деле.
- Ж-ТВ
ЖТВ – В закладки!
- Десерты

Категории новое (всё)

- Звезды 9 (1170)
- Музыка 16 (1103)
- Авто 9 (125)
- Для мужчин 2 (211)
- Комедии 85 (602)
- Фильмы 38 (401)
- Анимация 15 (588)
- Стиль жизни 24 (280)
- Кухня 42 (71)
- Экстрим 182 (525)
- Видео-блог 47 (378)
- Спецпроекты 13 (213)
- Авторское видео 23 (861)
- Всё видео 505 (6528)

Комедии

Timotei MEN представляет

ПРАВДА ХОЧЕШЬ ЗНАТЬ?

Правда хочешь знать?
Timotei men представляет
Правда, хочешь знать, что думает
твоя вторая половинка на самом
деле?

Новые каналы

- Правда хочешь знать?
Что мы думаем на самом деле.
- Ж-ТВ
ЖТВ – В закладки!
- Десерты

Баннер-слайдер на странице категории

Виджет на Главной странице

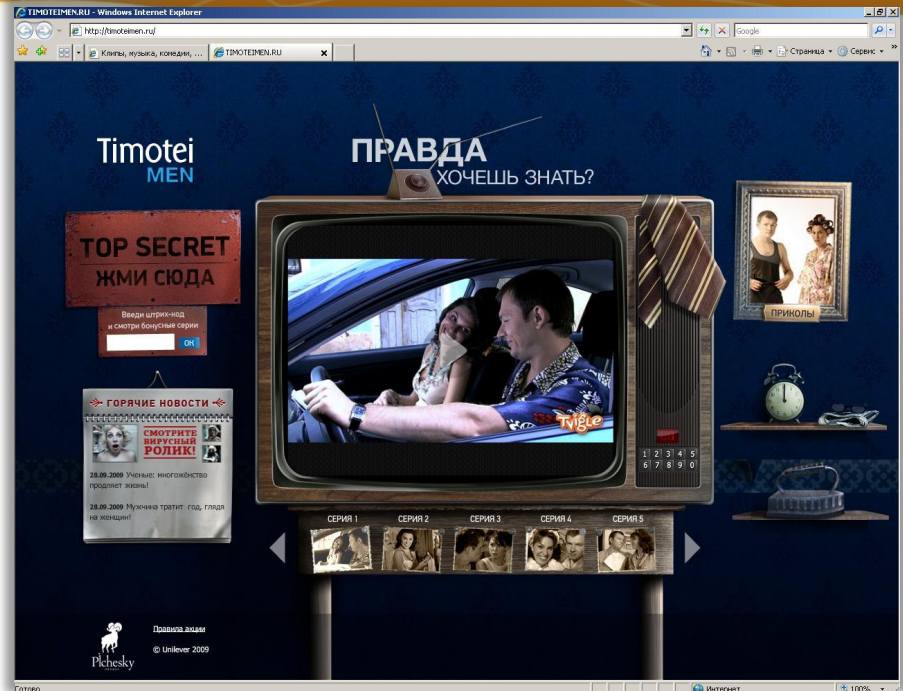
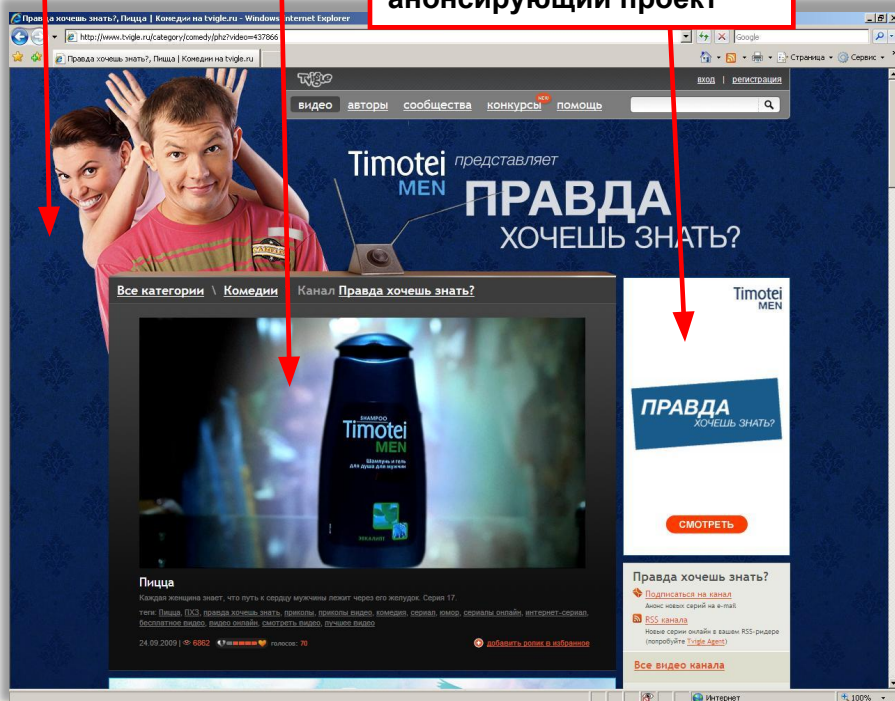
Timotei Man

Брендинг канала сериала + промо-сайт www.timoteiman.ru

Брендинг всего пространства «подложки» проекта

3-х сек. открывающая рекламная заставка перед каждой серией

Баннер 240x400, анонсирующий проект



КРІ проекта:

Период РК – 6 месяцев

Платформа – Твигл + 25 партнерских сайтов

Кол-во серий – 20

Прогноз по кол-ву просмотров серий – 4 500 000

Создание брендированного канала

Брендирование подложки канала на сайте Твигл

Брендирование плеера на сайте Твигл и партнерской сети

Рекламные пре-роллы на сайте Твигл и партнерской сети

Рекламные оверлеи на сайте Твигл и партнерской сети

Twigle

Спец.проект:
Медиа-спонсорство
вирусного
мультипликационного
проекта «VERSUS» на
сайте Твигл и сайтах
рунета.



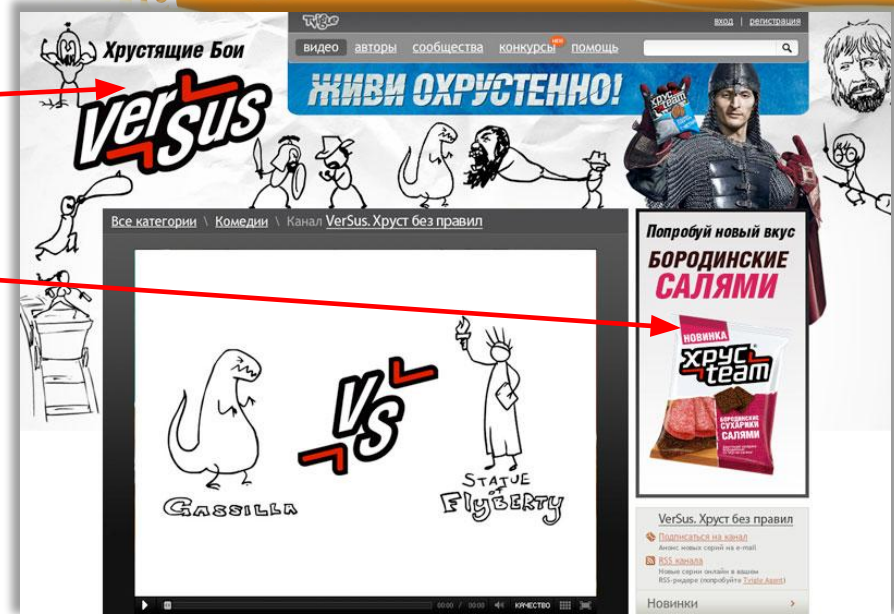
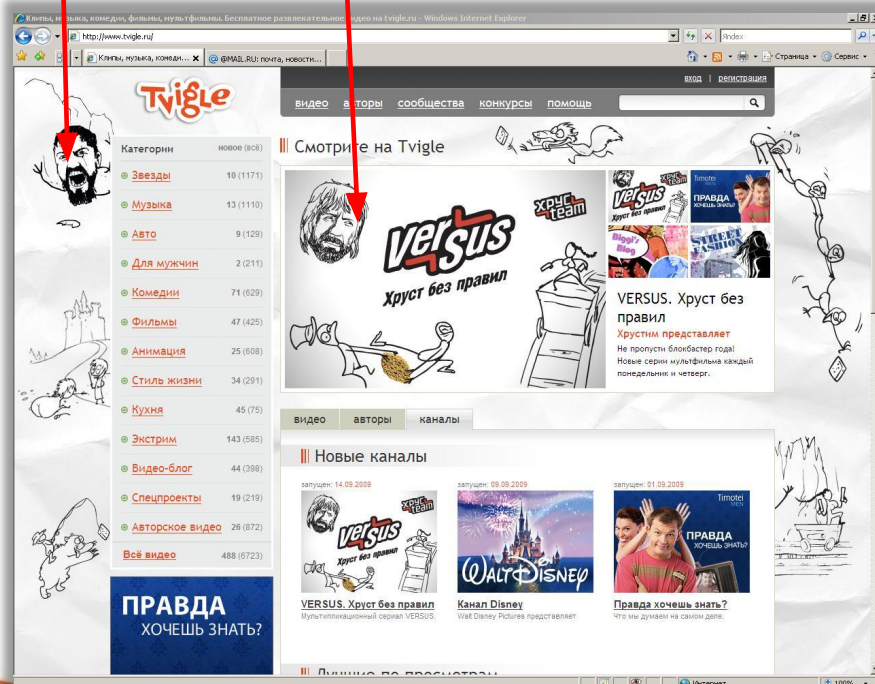
Twigle

Versus – 40 серий

Вирусное медиа-спонсорство мультсериала

Брендинг «подложки» главной страницы сайта / канала

Баннер-слайдер мульт-сериала на главной странице сайта / баннер 240x400

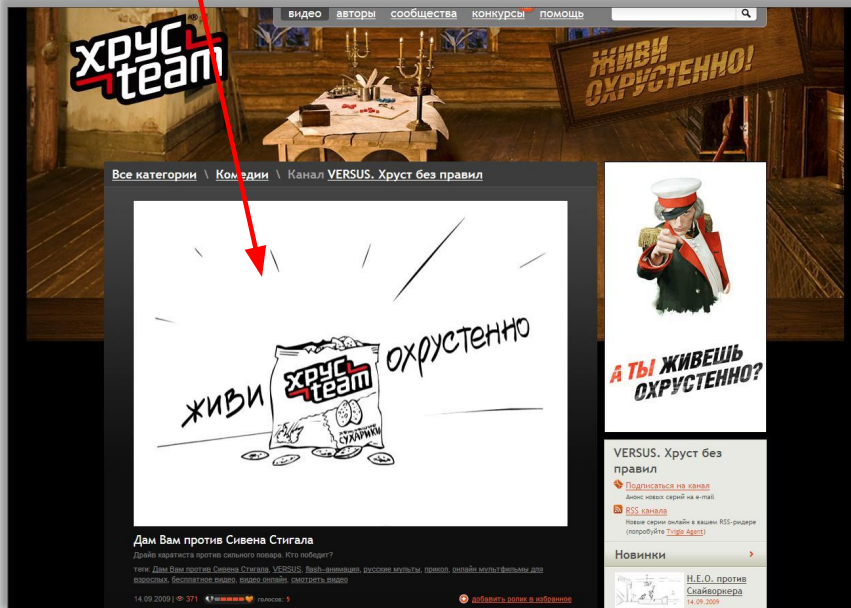
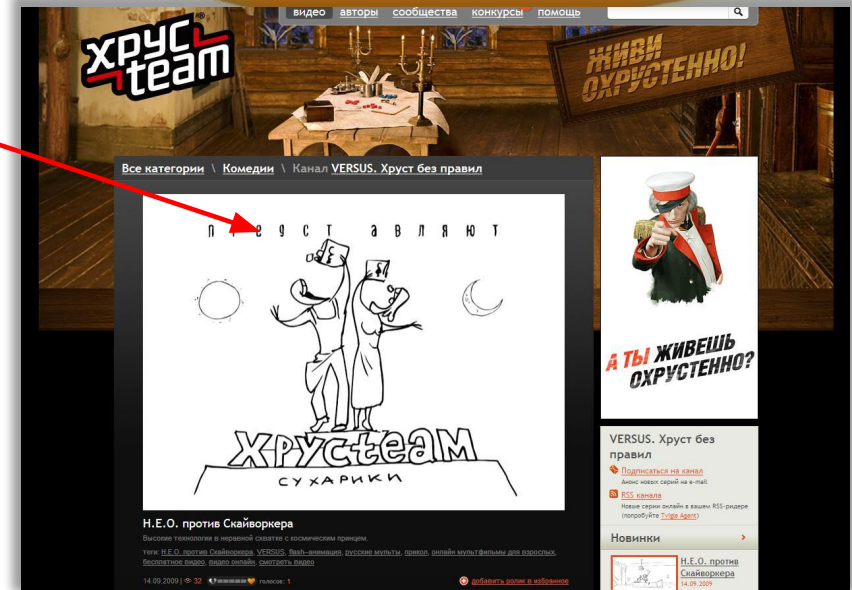


Versus

Открывающая и Закрывающая рекламные заставки продукта, интегрированные в мульт-сериал:

Открывающая
рекламная заставка

Закрывающая рекламная
заставка



KPI проекта:

Период РК – 6 месяцев

Платформа – Твигл + 40 партнерских сайтов + видеохостинги

Кол-во серий – 40

Гарантированный комитмент по просмотру серий– 6 000 000

Создание брендированного канала

Брендирование подложки главной страницы сайта Твигл

Брендирование подложки канала на сайте Твигл

Рекламные пре-роллы на сайте Твигл и партнерской сети

Рекламные оверлеи на сайте Твигл и партнерской сети

TVigle

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Brand Online 2009_Касперович Евгений_Tvigle Media

