МедиаБренд®

Телевизионный брендинг

МедиаБренд®

Специфика медиабрэнда

- Мы предлагаем общение
- Мы должны постоянно развиваться, иначе станем не интересны (собеседник, говорящий и выглядящий одинаково, становится скучен)
- Медиа брэнд – это личность
- (Исследования Nilsen в США – подсознательно Телеканал – это человек)

МедиаБренд®

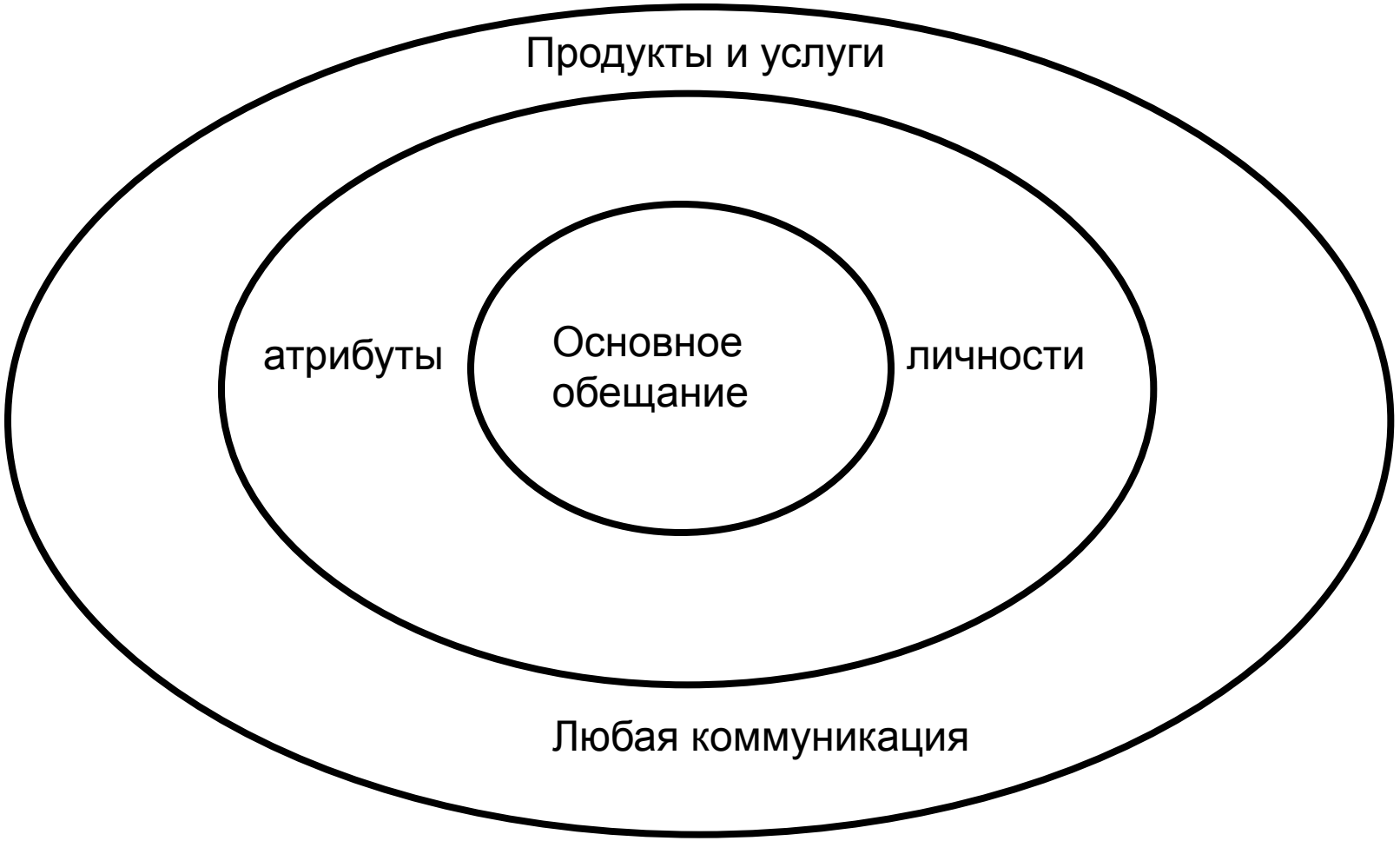
Мы должны постоянно развиваться, при этом оставаясь верным своей аудитории
Мы должны расширяться, оставаясь четко сфокусированными

Ниши позиционирования ТВ

- Программная
- Демографическая
- Психографическая

МедиаБренд®

Линза телевизионного брэнда



МедиаБренд®

Брендинг на телевидении

- Внеэфирный промоушен
- Эфирный промоушен:

- Оформление канала – дает мгновенную узнаваемость и понимание на подсознательном уровне, что это за канал – ВАЖНА ДИСЦИПЛИНА ДИЗАЙНА !!!
- Имиджевые ролики канала – дают понимание, что это за канал
- Имиджевые ролики программ – дают понимание о программах
- Информационный промоушен – настраивает на конкретные программы

МедиаБренд®

Некоторые напоминания

- Бренд рождает общественное мнение
- Создается и поддерживается ТВбренд при четкой дисциплине, прежде всего дизайна – один шрифт, основные цвета, место и размер логотипа
- Если о программе или канале знают «в народе», значит бренд уже существует, даже если его созданием не занимались
- Бренд – это то, что находится в головах у потребителей. Управлять этим сложно. Часто это прежде всего интуиция, уже потом исследования, анализ и опыт
- Если не понятно с чего начинать, начинайте с малого
- Получайте удовольствие от процесса, в конце концов это телевидение !