

ПРОДАКТ-ПЛЕЙСМЕНТ

М.А. Цалко, 3 курс

Научный руководитель – Ю.О. Тихоновская, м.э.н.

Полесский государственный университет

Роль Интернета в жизни человека становится всё более значимой, часть жизни проходит в виртуальном пространстве - соцсети, мессенджеры, сайты, игры. Каждый из нас ежедневно просматривает, прослушивает или прочитывает большой объем контента.

В научной литературе единого мнения на определение понятия «продакт плейсмент» до сих пор не сложилось. С точки зрения одних исследователей, product placement представляет собой «самостоятельный, специфический вид маркетинговых коммуникаций компании», который «собственно рекламой (скрытой или явной) или определённым способом рекламы не является» [1]. Другие ученые считают, что продакт плейсмент — «это тоже реклама, но другой ее вид — более приятный, действующий исподволь, неагрессивно, мягко» [2].

Продакт-плейсмент — показ или упоминание конкретного предмета, бренда в фильме, сериале, видеоролике, картине, посте в Инстаграме, играх.

Например, главный персонаж какого-либо масштабного фильма ездит только на определенной марке машины, упоминая марку в своих диалогах – это и называется продакт – плейсментом. Сегодня бюджет кампании, обеспечивается спонсорами – теми самыми брендами, которые желают ненавязчиво напомнить о себе потребителю.

Продакт-плейсмент может использоваться: на радио, в социальных сетях, на YouTube-каналах. Например, блогер может на постоянной основе ходить в наушниках «AirPods» и вы обязательно захотите себе их купить, даже если он не сказал об этом ни слова. Этот вид продвижения не обошел даже игровую индустрию. Да, там часто изменяют бренды, но сохраняют основу их брендбука, к примеру не изменяют логотип или меняют одну две буквы в названии.

Рассмотрим положительные и негативные стороны product placement.

Преимущества:

- **Скрытость.** Продакт-плейсмент ненавязчив и не мешает зрителю наслаждаться контентом.
- **Выделение.** Рекламные отсылки не следуют одна за другой, что помогает зрителю лучше запомнить товар.
- **Запоминаемость.** Зритель даже не осознает, что увидел рекламу, но благодаря правильному подходу к интеграции достигается нужный уровень запоминаемости.

Недостатки:

- **Дороговизна.** Чем популярнее контент, в который встраивается реклама, тем дороже продакт-плейсмент.
- **Пассивность.** Призвать покупателя к покупке напрямую невозможно. Персонажи фильмов попросту не могут выйти из образов ради продвижения товара.

- Отсутствие аналитики. Получить конкретные цифры для анализа эффективности не получится.

Сегодня есть три вида продакт-плейсмента, каждый из которых способен проявить себя наиболее эффективно в конкретных ситуациях.

1. Визуальный — это классический вид скрытой рекламы, который подразумевает показ бренда в кадре. Герои в фильмах взаимодействуют с рекламируемым предметом или же он находится в определенном месте.

2. Вербальный – упоминание бренда или товара в устной речи. За счет этого делают больший акцент. Иногда вербальная реклама может быть использована даже в музыкальных произведениях.

3. Смешанный. Наиболее эффективный, но заметный способ продвижения. Название бренда не просто появляется в кадре, герои осознанно начинают с ним взаимодействовать. Смешанный продакт-плейсмент называют маркированием, поскольку он выделяет компанию специальным маркером [3].

Использование смешанного метода требует серьезных навыков и опыта. Малейшая ошибка способна превратить ненавязчивую скрытую рекламу в раздражитель.

Подводя итог можно сказать, что потенциал данного способа продвижения еще не отыгран полностью. Будут добавляться новые плейсменты и вариации. Однако даже сейчас можно с уверенностью сказать, что продакт-плейсмент – один из самых дорогих, востребованных и эффективных методов продвижения.

Список использованных источников

1. https://pnu.edu.ru/media/vestnik/articles-2015/181-190_%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%9D._%D0%9C._%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C_%D0%90._%D0%9D.pdf

2. <https://www.libfox.ru/626694-olga-berezkina-product-placement-tehnologii-skrytoy-reklamy.html>

3. <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-prodakt-plejsment-i-effektivno-li-ego-ispolzovat/>