

ПРОДАКТ-ПЛЕЙСМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ

Т.С. Лукомская, студентка 3 курса ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:

кандидат экономических наук,

*доцент **Н.В. Черченко** (ГИУСТ БГУ)*

В современном маркетинге существуют разнообразные инструменты продвижения товаров, в том числе и скрытая реклама (product-placement).

Продакт-плейсмент используется в фильмах, телепередачах, компьютерных играх, музыкальных клипах, книгах и т. д. Как правило, он проявляется в том, что артисты или герои художественных произведений используют в качестве реквизита те или иные бренды, ненавязчиво демонстрируют логотип либо упоминают о положительных сторонах данного продукта.

Скрытая, она же неявная, реклама заполонила телевидение. Статистика гласит, что две трети ре-

кламодателей используют продакт-плейсмент и на телевизионные программы приходится более 80 % [2].

Герои фильмов не случайно ездят на определенных автомобилях или носят определенные часы. Примером может служить Джеймс Бонд. И если зрителю нравится герой, то, естественно, нравятся и марки, которые он использует. Психологически у зрителя зреет желание приобрести такой же товар, как у кумира.

Выделим основные виды скрытой рекламы. Визуальный показ – это демонстрация продукта в кадре. Обязательное условие – читаемость логотипа. В боевике «Восход Меркурия» с Брюсом Уиллисом в кадрах демонстрируется растворимый напиток Swiss Miss. Именно на этот напиток реагировал герой фильма – мальчик, болеющий аутизмом. Второй вид неявной рекламы – это использование, т. е. любое взаимодействие персонажа с продуктом. Этот вид продакт-плейсмента нередко называют кинестическим. Взаимодействие актера с продуктом является наиболее востребованной разновид-

ностью рекламы. Так, к примеру, в фильме «Завтра не умрет никогда» в сцене гоним по крышам жилого квартала демонстрируется модель мотоцикла BMW Cruiser R 1200. Третий – вербализация. Упоминание торговой марки главными героями. Форрест Гамп в одноименном фильме после посещения Белого дома сказал: «Самое лучшее во время встречи с президентом было то, что можно было пить Dr. Pepper столько, сколько хочется!»

Продакт-плейсмент не обошел стороной и компьютерные игры. Знак Adidas на мяче и небольшой логотип Puma на майке во всем известной новой игре FIFA 2015. Поклонники игры Need For Speed уже наизусть должны знать рекламные щиты известнейших компаний, которые расставлены вдоль трассы, да и машины, на которых можно ездить в игре, выбраны явно не случайно [3].

Почему невидимая реклама – это именно то, что требуется многим компаниям? Во-первых, это экономичнее прямой рекламы. Компании не требуются расходы на съемку ролика и разработку концепции сценария. Во-вторых, широкий охват целевой аудитории. Третье, условия просмотра. Если обычную рекламу многие переключают, то интегрированная реклама не позволяет переключить внимание на что-то другое. И еще немаловажный факт: практика продакт-плейсмента не позволяет размещать в одном фильме конкурирующие товары и услуги [4].

С пеленок дети узнают о мире от корпораций. Хорошо или плохо – это вопрос глобальный. Но на Новый год ребенок попросит именно Barbie и Kinder. А студент убедит родителя, что учеба в XXI веке невозможна без планшета Samsung. За всем этим стоят профессионалы, которые управляют брендами. «Детей воспитывают корпорации: развлекает Дисней, кормит Мак-Дональдс. И мир устроен так, чтобы получить запрограммированный отклик: как собака Павлова» [5].

А вот product placement бренда Jack Daniel's, присутствующий в фильме «Основной инстинкт», повысил продажи этого виски на 6 млн долларов США и принес компании доход более чем в 4,5 млн [2].

Продакт-плейсмент поглощает киноиндустрию настолько, что о нем же и снимают фильмы. «Величайший фильм из всех когда-либо проданных» – фильм о том, как делается фильм и как режиссеры заполучают лучшие бренды, кому и зачем это нужно и что должно быть в кадре рядом с доро-

гой маркой машины, а в какой момент главный герой возьмет стакан не простого кофе, а именно Starbucks или Costa. Людям все чаще интереснее увидеть кухню изнутри, а не замыленную блестящую обертку. Фильм рассказывает о том, как делаются огромные деньги на рекламе и продакт-плейсменте, как при помощи фильмов, сериалов, ток-шоу, реалити-шоу и различных программ на ТВ продвигаются бренды, сколько это стоит, кто платит, как относятся к этому люди и главный вопрос, который, несомненно, волнует любую компанию, эффективно ли это.

Для Беларуси тема скрытой рекламы носит характер новизны. Один из первых и ярких примеров белорусского продакт-плейсмента фильм «На спине у черного кота» Ивана Павлова, вышедший в 2008 году. По сценарию фильма деньги выигрывают старики в лотерею. Вместо обычного билета, главные герои держали билеты «Ваше лото».

Подводя итоги, следует заметить, что в быстроменяющемся мире и во время новых технологий все находится в погоне за эксклюзивом и чем-то новым. Белорусский рекламный рынок заинтересован в поисках новых путей и форм развития. И даже если велосипед изобрести уже невозможно, то грамотно перенять опыт зарубежных компаний тоже своего рода искусство. Бесспорно, Product Placement – один из них. Скрытая реклама – это огромная работа над имиджем компании [1].

В нашем мире видимость и есть достоверность: ведь тебе не поверят, если не увидят [5].

Литература

1. «Беларусьфильм» может покорить Голливуд [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа : <http://www.open.by/culture/45689/>. – Дата доступа : 23.02.2015.
2. Как извлечь выгоду из скрытой рекламы [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа : http://www.promo.ru/old/promo.ru/1635-PRINT_VIEW=1.htm/. – Дата доступа : 23.02.2015.
3. Реклама в компьютерных играх: product placement и все-все-все [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа : <http://www.ferra.ru/ru/games/s26672/#.VPCivhaSWxA/>. – Дата доступа : 22.02.2015.
4. Что такое продакт-плейсмент? [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа : http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_p/abc_product-placement/. – Дата доступа : 22.02.2015.
5. Продакт-плейсмент себя-любимого [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://managementkino.wordpress.com/category/маркетинг-реклама-pr/>. – Дата доступа : 22.02.2015.