

IMG

TERMÉKELHELYEZÉS



TERMÉKELHELYEZÉS

TUDNIVALÓK

Magyarországon az új hatályos médiatörvény szerint 2011 Január elsejétől van (ismét) lehetőség termék-megjelenítésre televíziós műsorokban

Elnevezések:

- **Termék-megjelenítés**
- **Termékelhelyezés**
- **Product Placement**

SPAR az elsők között volt:

- **X-Faktor 2 (2011 Október 1- December 18)**
- **Való Világ 5 (2012 Január – Február)**

Termékelhelyezés mérés: Kantar Media



Kitűzött célok

- Komplex, integrált jelenlét a műsorban, és a környezetében
- Fókuszban a Natur-pur és a Verde

A siker titka

- **Koncepció:** Nem a gombhoz kerestük a kabátot
- **A környezet:** egy sikeres, és koncepcionálisan megfelelő médiatermék szükséges egy jó projekthez
- **Partnerség:** a résztvevő felek közös munkájának az eredménye; a kereteken belül maximális rugalmassággal
- **Dedikáltság:** dedikált humán erőforrás a projekt megvalósítására minden résztvevő partner részéről
- **Szemlélet:** A projekt megvalósítása során az elsődleges cél nem a kvantitatív eredmények hajszolása volt

MÁRKÁZOTT TARTALOM AZ X-FAKTOR 2011-BEN

MÓDSZERTAN

Figyelt műsorok

Az RTL Klubon főműsoridőben sugárzott X-Faktor közvetítések
2011.okt.1-2011. dec.18.

Márkázott tartalom típusai

- Szponzorspot
- Nyereményspot
- Termékelhelyezés

Termékelhelyezés alaptípusai

- **Aktív:** ha a terméket használat közben mutatják.
- **Passzív:** ha a termék megjelenik a képernyőn, de nem használják.
- **Teljes:** ha a termék vagy annak logója teljes egészében, felismerhető módon megjelenik a képernyőn.
- **Részleges:** ha a termék vagy annak logója csak részben, de még felismerhető módon megjelenik a képernyőn.

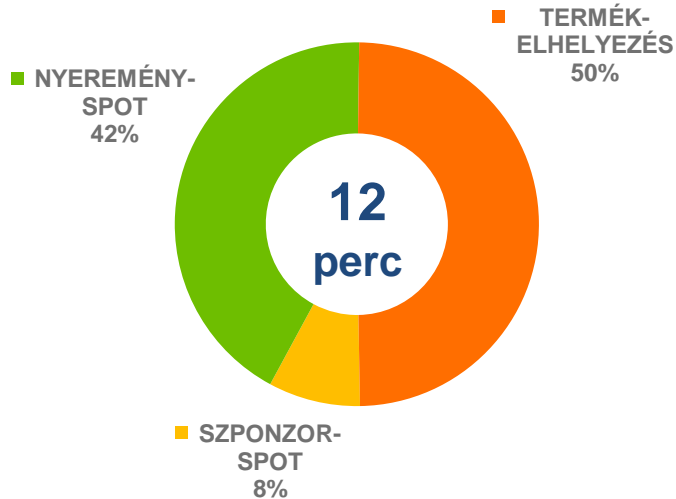


Teljes-aktív
Teljes-passzív
Részleges-aktív
Részleges-passzív

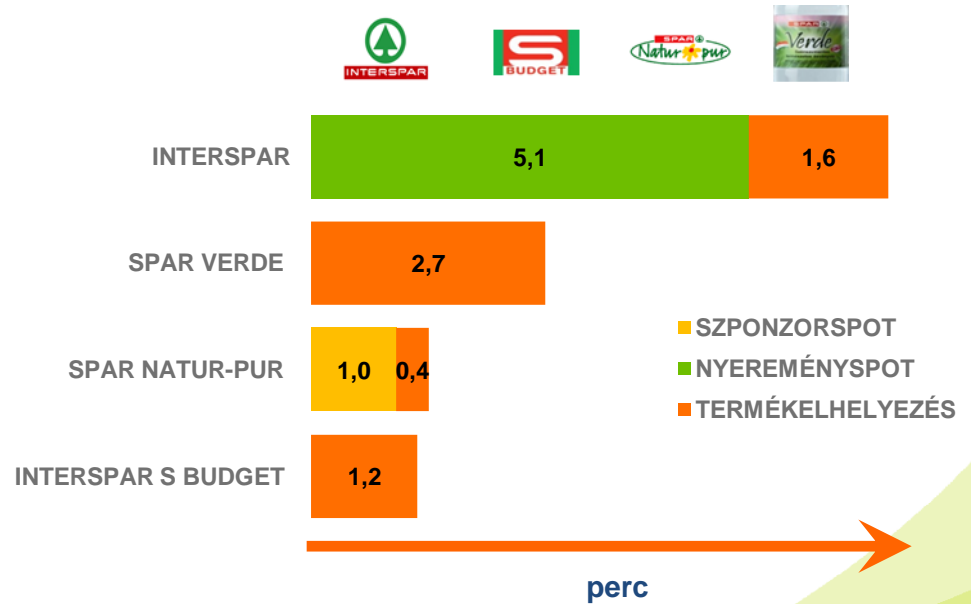
MÁRKÁZOTT TARTALOM AZ X-FAKTOR 2011-BEN

A MŰSORBAN MEGJELENÍTETT SPAR MÁRKÁK

Megjelenés típusonként



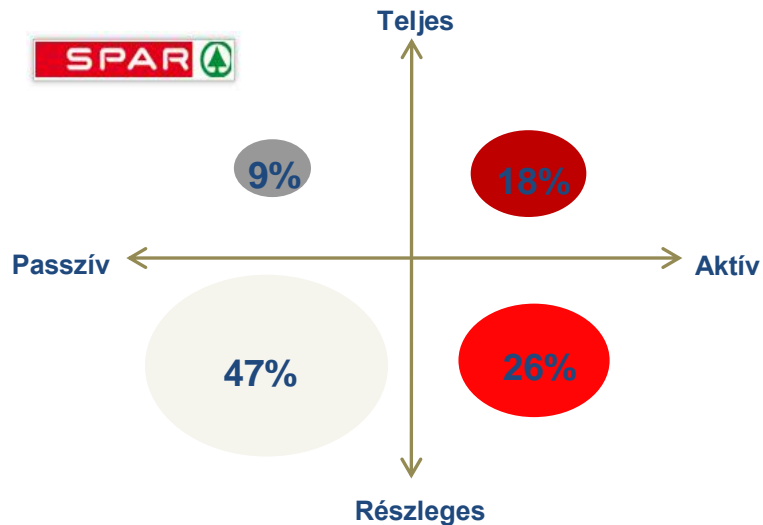
Márkánként



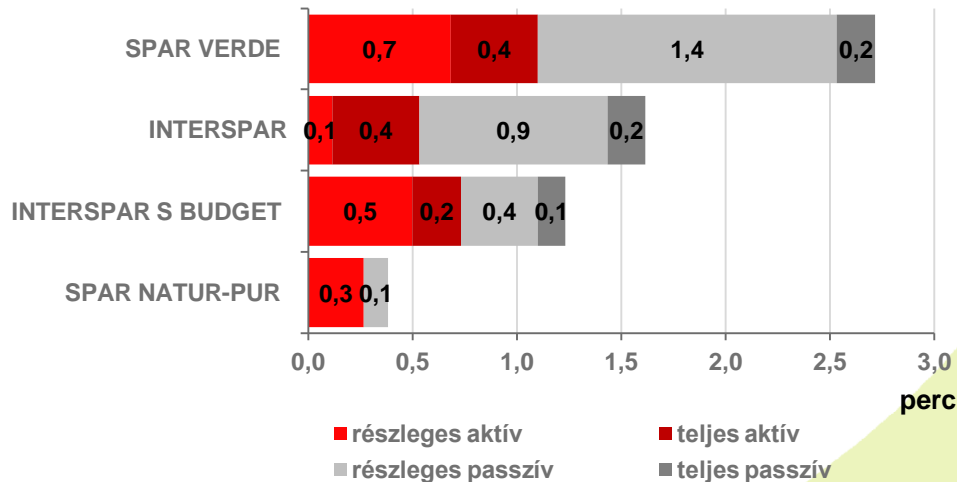
MÁRKÁZOTT TARTALOM AZ X-FAKTOR 2011-BEN

SPAR TERMÉKELHELYEZÉSEK MEGOSZTLÁSA

Megjelenés típusonként



Márkánként



MÁRKÁZOTT TARTALOM AZ X-FAKTOR 2011-BEN

SPAR NAPI MÁRKA AKTIVITÁS

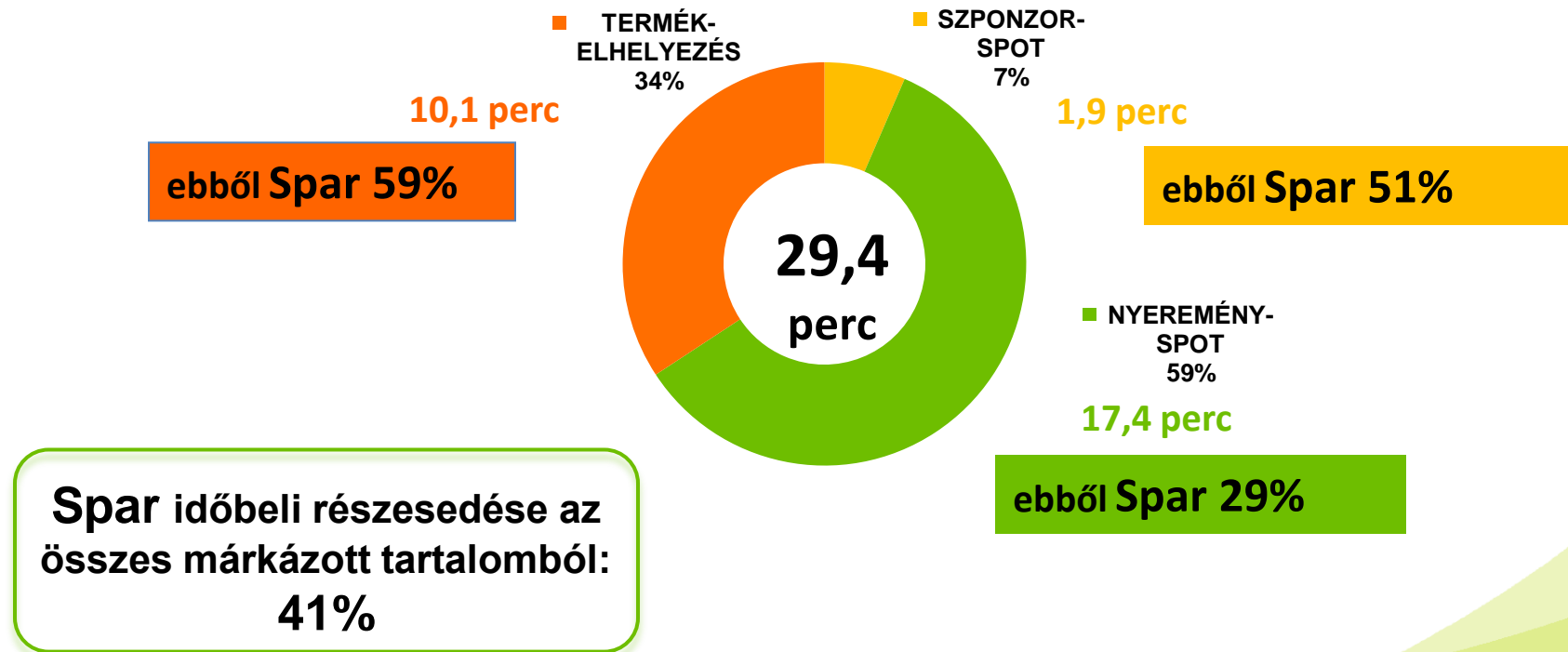
	2011.10.01	2011.10.02	2011.10.08	2011.10.09	2011.10.15	2011.10.22	2011.10.29	2011.11.05	2011.11.12	2011.11.19	2011.11.26	2011.12.03	2011.12.10	2011.12.17	2011.12.18
SZPONZORSPOT															
SPAR NATUR-PUR	16	14	15	14											

NYEREMÉNYSPOT															
INTERSPAR					28	28	28	28	28	28	27	28	28	27	27

TERMÉKELHELYEZÉS															
INTERSPAR					2	19	4	2	9	25	26	6	2		2
INTERSPAR S BUDGET	7	1		12	1	5	7		6	3	11	2	1	16	2
SPAR NATUR-PUR	19		1	3											
SPAR VERDE	12	12	12	11	8	44	19	12	11	10	8			4	

MÁRKÁZOTT TARTALOM AZ X-FAKTOR 2011-BEN

ÖSSZES MEGJELENÉS





SPAR TERMÉKELHELYEZÉS A VALÓ VILÁG 5-BEN

MÓDSZERTAN

Figyelt műsorok

RTL Klub:

ValóVilág, Fókusz, VV Klikk

Cool TV:

BeleValó Világ

2012. január-február

Figyelt hirdetések



1 másodpercnél hosszabb
logó és termékmegjelenések

Termékelhelyezés alaptípusai

- **Aktív:** ha a terméket használat közben mutatják.
- **Passzív:** ha a termék megjelenik a képernyőn, de nem használják.
- **Teljes:** ha a termék vagy annak logója teljes egészében, felismerhető módon megjelenik a képernyőn.
- **Részleges:** ha a termék vagy annak logója csak részben, de még felismerhető módon megjelenik a képernyőn.



Teljes-aktív
Teljes-passzív
Részleges-aktív
Részleges-passzív

SPAR TERMÉKELHELYEZÉS A VALÓ VILÁG 5-BEN

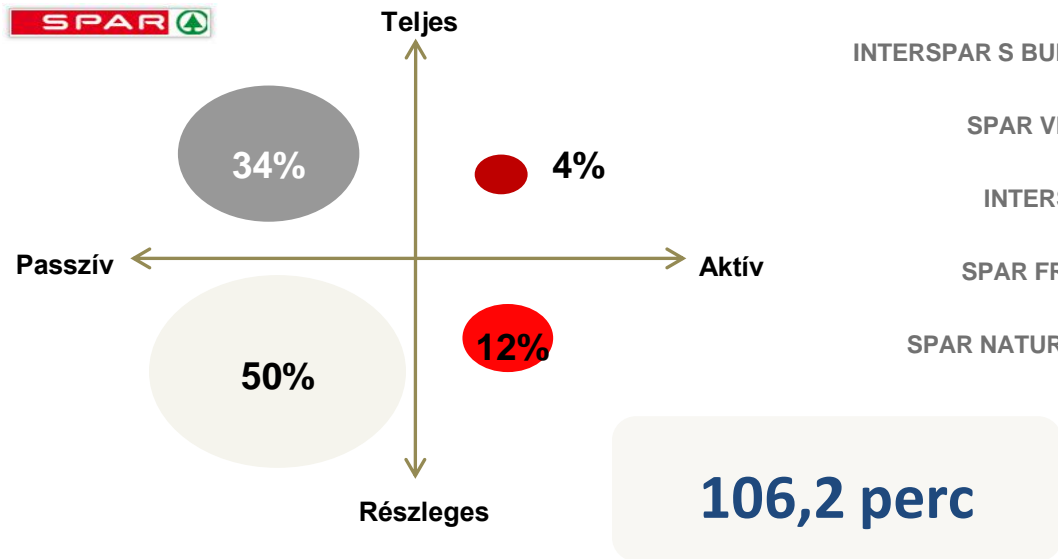
A MŰSORBAN MEGJELENÍTETT MÁRKÁK



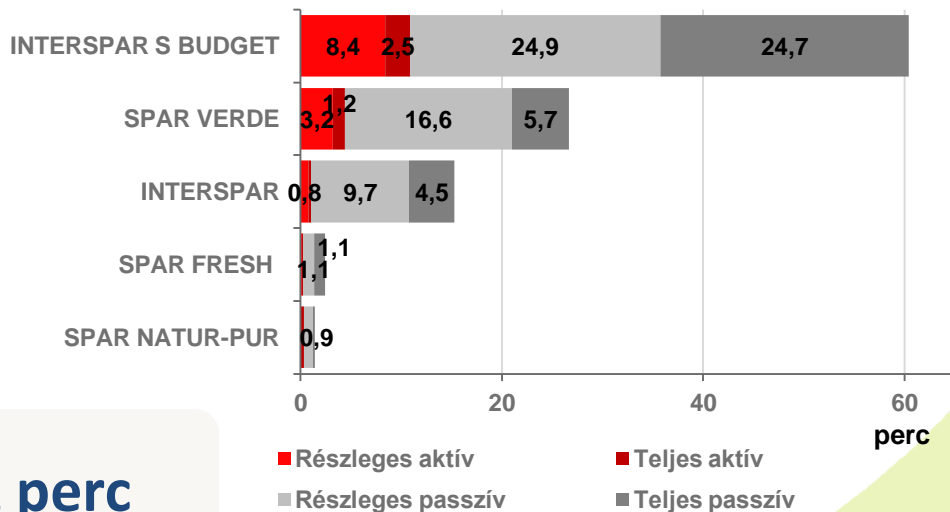
SPAR TERMÉKELHELYEZÉS A VALÓ VILÁG 5-BEN

MEGJELENÉSEK MEGOSZTLÁSA

Megjelenési típusonként



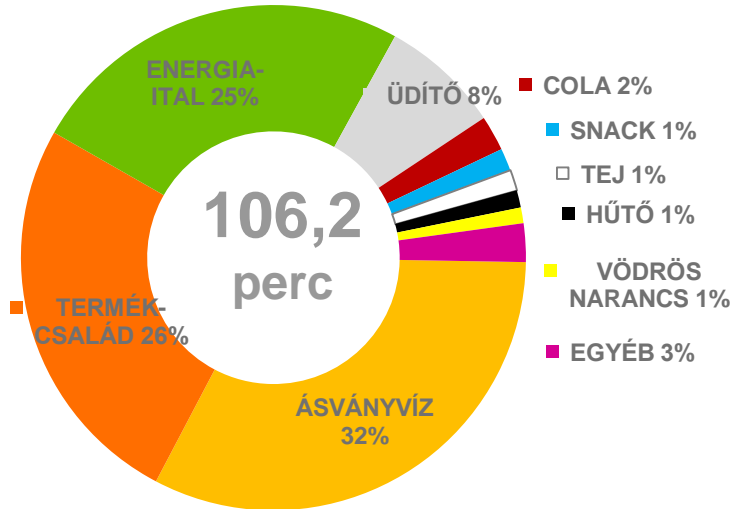
Márkánként



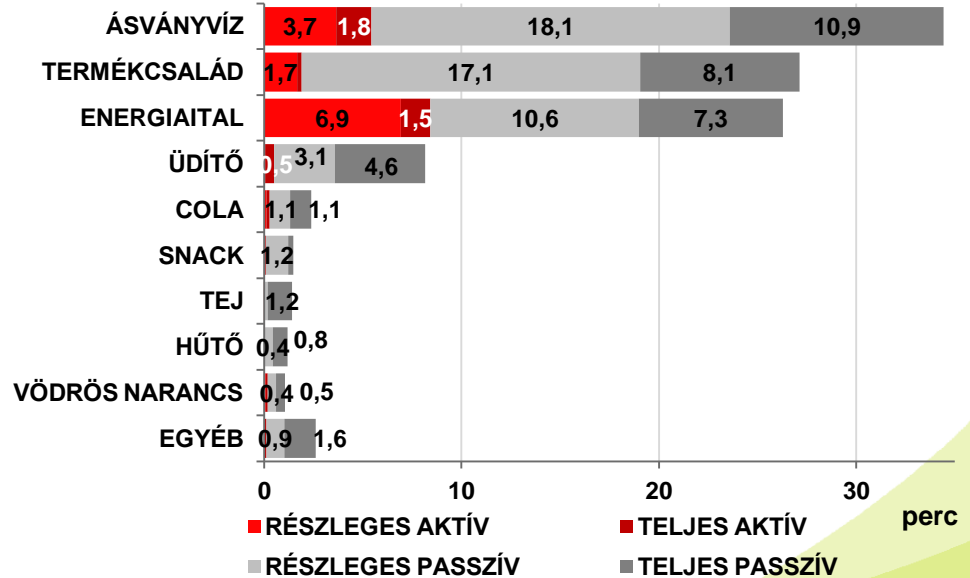
SPAR TERMÉKELHELYEZÉS A VALÓ VILÁG 5-BEN

MEGJELENÉSEK MEGOSZTLÁSA

Termékenként

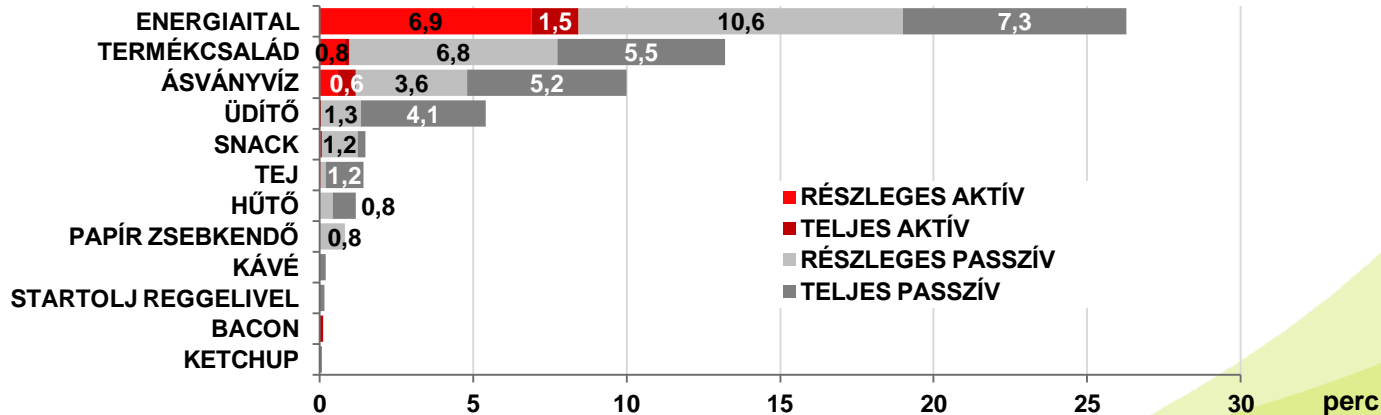


Termékenként és megjelenési típusonként



SPAR TERMÉKELHELYEZÉS A VALÓ VILÁG 5-BEN

MEGJELENÉSEK MEGOSZTLÁSA



HURRÁOPTIMIZMUS ÉS A JÖVŐ REALITÁSA

Bechmark

- Kell egyáltalán egy benchmark rendszer a piacon?
- Hogyan lehet ezt felállítani?

Eredményesség

- Mikor sikeres egy termékelhelyezés?
- Hogyan tudunk túllépni a perceken, GRP-kon, felületarányokon és költséghatékonyságon?

Kreativitás, koncepció

- Univerzális formátum, használjuk úgy!
- Mindig a kabáthoz kell gombot keresni!
- Legyünk kreatívak, természetesekek, de sose kiszámíthatóak és erőltetettek!

A „termék”

- Egy relatíve kicsi, korlátozott volumenű contentet termelő piacon ülünk
- Ne gyártsunk contentet a termékelhelyezéshez, hanem a contentbe találjuk meg a terméket!