

ЗАПЛАНИРУЙ СЕБЯ В ТЕЛЕВИЗОРЕ..,

или Краткий обзор рынка телерекламы в Беларуси

Выбирая рекламные носители при планировании рекламной кампании, необходимо учитывать ряд факторов. Среди них количественная и качественные характеристики целевой аудитории, время проведения рекламной кампании, специфика рекламируемого товара или услуги или бюджета и т.д.

Но чаще всего возникает ситуация, когда необходимо максимально охватить целевую аудиторию за минимальные деньги. Вот здесь и приходится обрабатывать и анализировать солидный поток информации по тарифам, ценам, скидкам, надбавкам за размещение рекламы в различных источниках.

**Юлия
МАЦКЕВИЧ**

Научный
редактор
журнала

Немного слов о нашем рынке...

Согласно обзору, размещенному на специализированном портале *Marketing.by*, наибольшая доля рынка приходится на телевидение, приблизительно на 2-м месте – пресса, далее – наружная реклама, потом следует радио и, наконец, один из самых перспективных источников размещения рекламы – Интернет.

Ниже представлен обзор рекламного рынка Беларуси в разрезе стоимости и условий (надбавки/скидки) размещения рекламной информации в различных источниках. Анализ произведен на основании прайс-листов за февраль 2009 г. Все цены и суммы рекламных бюджетов приведены с учетом НДС.

Часть 1

Реклама на телевидении

При планировании следует учесть, что стоимость минуты эфирного времени будет отличаться в зависимости от:

- времени суток;
- дней недели (в понедельник-четверг, как правило, цена 1 мин ниже (за исключением некоторых программ), чем в пятницу-воскресенье);
- расположение рекламного блока (перед программой или внутри);
- позиционирование внутри рекламного блока (существует ряд повышающих коэффициентов за приоритетность, которые варьируют от 1,1 до 1,3).

На сегодняшний день республиканское телевидение представлено следующими наиболее популярными каналами (транслируются по всей территории Беларуси): ОНТ,

ПОДАРОК – «Маркетинг: инструкции для профессионалов». Сборник форм рабочей документации
Акция до 31.03.09. Тел. 217 57 00 Акция до 31.03.09. Тел. 217 57 00 Акция до 31.03.09. Тел. 217 57 00 Акция до 31.03.09. Тел. 217 57 00

П. Попелушко:

«...классическое заблуждение – то, что с началом рекламной кампании все сразу бегут на телевидение, причем с любым бюджетом, даже мизерным. Между тем существует определенный порог ТВ-эффективности: если показать, допустим, только пять роликов в неделю на ОНТ, то не стоит ждать высокой отдачи по бизнесу. В такой ситуации лучше рассмотреть размещение ТВ-рекламы на других телеканалах, где меньше цена, а потому возможна большая частотность выходов, где в большей степени сосредоточена именно ваша аудитория».

Интервью с директором рекламного холдинга SMG Belarus Петром ПОПЕЛУШКО читайте на стр. 70

ЛАД, Первый национальный телеканал (далее – ПНТ), НТВ, СТБ, РТР-Беларусь, 1МЗ.

Самое дешевое время на большинстве телеканалов попадает на период с 1.00 до 6.00 (ночь). В это время 1 мин рекламного сообщения обойдется в 50 у.е. С 6.00 до 9.00 (утро) стоимость 1 мин увеличивается в среднем в 4 раза по сравнению с ночным временем (соответственно 50-180 у.е. (что касается телеканала ОНТ, стоимость в это время может достигать до 450 у.е.). В период с 9.00 до 16.00 (день) цена 1 мин в

среднем составляет 200-700 у.е. «Топовое» время (самое дорогое) попадает на период с 19.00 до 22.00, здесь цены варьируются в пределах 800-13 600 у.е. (табл. 1).

Особенности, на которые следует обратить внимание:

- стоимость 1 мин эфирного времени внутри программы в среднем на 20-25% дороже, чем между программами;

- в выходные дни (суббота-воскресенье) цена 1 мин в период с 9.00-16.00 в среднем в 5-6 раз дороже, чем в будние дни;

- самый дорогой канал – ОНТ. «Топовые» передачи: «Жди меня» (цена 1 мин эфира – 13 600 у.е.), «Время» (10 500 у.е.).

Помимо приведенных выше цен, на телеканалах существует целый ряд надбавок:

- за позиционирование:
 - заказ первой и последней позиции внутри рекламного блока – коэффициент 1,3;

- заказ второй и предпоследней позиции внутри рекламного блока – коэффициент 1,2;

- заказ третьей позиции внутри рекламного блока – коэффициент 1,1;

- заказ на размещение в определенном блоке программы (фильма) – коэффициент 1,1;

- за фиксированный медиаплан – коэффициент 1,3;

- при размещении рекламы торговых марок, используемых для идентификации табачных изделий, применяется повышающий коэффициент 1,2.

Таблица 1.

Средняя стоимость 1 мин размещения рекламы на ведущих телеканалах Республики Беларусь внутри программы (с учетом НДС)

Телеканал	Понедельник-четверг		Пятница-воскресенье	
	min (у.е./тыс. руб.)	max (у.е./тыс. руб.)	min (у.е./тыс. руб.)	max (у.е./тыс. руб.)
ЛАД	50/140	500/1 400	50/140	700/1 950
НТВ-Беларусь	50/140	1 800/4 950	50/140	2 800/7 700
СТБ	20/55	1 250/3 450	20/55	1 500/4 150
РТР-Беларусь	40/110	2 300/6 350	40/110	3 600/9900
ОНТ	150/410	13 600/37 400	150/410	10 500/28 900
1МЗ	10/20	200/430	10/20	100/220
ПНТ	50/140	3 500/9 650	50/140	3 500/9 650

• при наличии в рекламных материалах рекламодателя информации об иных торговых марках, не имеющих прямого отношения к рекламируемому товару, услуге, – повышающий коэффициент 1,3.

Кроме того, за размещение рекламного ролика на телевидении предусматривается целый ряд скидок:

- за размещение в низкоприоритетных местах – 20% (за исключением рекламных видеоматериалов, анонсирующих культурные, массовые и спортивные мероприятия);
- за рекламные видеоматериалы, анонсирующие культурные, массовые и спортивные мероприятия – скидка 90% (за исключением выставок); для белорусских производителей независимо от форм собственности – скидка 80%. Причем скидка увеличивается при росте суммы бюджета (до 84%). Суммы рекламных бюджетов для каждого телеканала индивидуальны;
- при размещении рекламы иностранных торговых марок предоставляются скидки

за сумму заказа в месяц/год (табл. 2, 3).

- сезонные коэффициенты (понижающие/повышающие): 0,8 (январь, июль, август), 1 (февраль, июнь), 1,1 (март), 1, 15 (апрель, май, сентябрь), 1, 25 (октябрь), 1,3 (ноябрь, декабрь);

- рекламным агентствам, как правило, предоставляется скидка 15%.

При планировании рекламы на телевидении специалисты компании-подрядчика (как правило, это посредники между каналом и заказчиком) составят для вас медиаплан, исходя из ваших предпочтений относительно времени и рекламных блоков, а также запланированного бюджета. Стоит постараться в нем максимально учесть все возможные скидки, о которых говорилось выше, т.к. в некоторых ситуациях возможно наложение скидок друг на друга (например, вы являетесь белорусским производителем (скидка 80%) и запускаете ролик в летние месяцы (понижающий коэффициент 0,8). ■

Продолжение следует.

Таблица 2.
Скидки, предоставляемые за рекламу иностранных торговых марок (сумма готового рекламного бюджета в у.е.)

Таблица 3.
Скидки, предоставляемые за рекламу иностранных торговых марок (сумма готового рекламного бюджета в у.е.)

Телеканал	Скидка, %									
	за сумму заказа в год									
	40	45	50	55	60	65	67	70	72	74
ЛАД	До 2 000	От 2 000 до 5 000	От 5 000 до 8 000	От 8 000 до 12 000	От 12 000 до 16 000	От 16 000 до 20 000	От 20 000 до 25 000	От 25 000 до 30 000	От 30 000 до 45 000	Свыше 45 000
НТВ-Беларусь	До 15 000	От 15 000 до 25 000	От 25 000 до 50 000	От 50 000 до 75 000	От 75 000 до 110 000	От 110 000 до 160 000	От 160 000 до 210 000	От 210 000 до 260 000	От 260 000 до 330 000	Свыше 330 000
1МЗ	До 2 500	—	От 2 500 до 5 000	—	От 5 000 до 7 000	—	—	От 7 000 до 10 000	От 10 000 до 15 000	От 15 000 до 20 000
ПНТ	До 10 000	От 10 000 до 20 000	От 20 000 до 35 000	От 35 000 до 50 000	От 50 000 до 75 000	От 75 000 до 100 000	От 100 000 до 125 000	От 125 000 до 150 000	От 150 000 до 220 000	Свыше 220 000

Телеканал	Скидка, %					
	за сумму заказа в месяц (30 дней)					
	45	50	55	60	65	67
ЛАД	До 2 000	От 2 000 до 5 000	От 5 000 до 8 000	От 8 000 до 12 000	От 12 000 до 16 000	От 16 000 до 20 000
НТВ-Беларусь	От 5 000 до 10 000	От 10 000 до 15 000	От 15 000 до 20 000	От 20 000 до 30 000	От 30 000 до 45 000	Свыше 45 000
ПНТ	От 3 000 до 6 000	От 6 000 до 10 000	От 10 000 до 15 000	От 15 000 до 22 000	От 22 000 до 30 000	Свыше 30 000

ПОДАРОК – «Маркетинг: инструкции для профессионалов». Сборник форм рабочей документации
Акция до 31.03.09. Тел. 217 57 00 Акция до 31.03.09. Тел. 217 57 00 Акция до 31.03.09. Тел. 217 57 00 Акция до 31.03.09. Тел. 217 57 00