



Brand Day 2021

Виртуальное интеграционное спонсорство

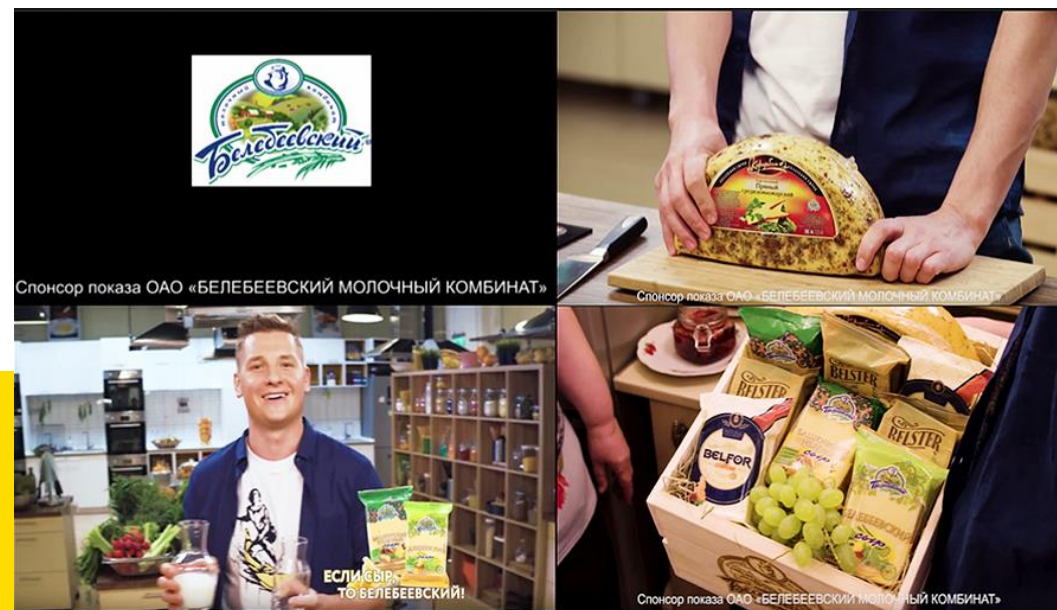
Почему мы смотрим на данную технологию?

- Эксперименты с менее навязчивыми, нативными форматами рекламы важны для **повышения качества продукта** для аудитории, испытывающей “ad fatigue”.
- В то же время бренды находятся в поиске новых форм присутствия своих визуалов и сообщений как вокруг, так и внутри профессионального контента – **рекламы, которую невозможно пропустить**.
- С развитием различных моделей распространения контента в диджитал-среде и развитием международной дистрибуции контент может обрести **и вторую, и третью жизнь**.

Unskippable vs ad-skipppers



Новая ли это технология?



Чем отличается новый подход к виртуальному продакт-плейсменту?

- Появляется возможность интеграции в рамках сюжета по аналогии с реальным продакт-плейсментом.
- Новые технологии распознавания видеоряда позволяют определить лучшие места для интеграции в контент.

Из чего состоит виртуальный продакт-плейсмент?

- Умный поиск объектов/событий/моментов для интеграции с помощью искусственного интеллекта.
- Креативный подход к интеграции.
- Техническое исполнение (визуальные эффекты).

Области применения виртуального продакт-плейсмента

- Новая жизнь для «старого» контента.
- Внедрение в контент, находящийся в производстве, – возможность для спонсора «успеть в последний вагон».
- Нетривиальные интеграции в новом контенте, где традиционный продакт-плейсмент может быть нерационально дорог или логистически неудобен.

Спасибо за внимание!

