

А.И. Горегляд (ЧПУП «Студия ПЛЭЙ», г. Минск);
А.А. Пузыревская (БГТУ, г. Минск)

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВИДЕОРЕКЛАМЫ

Существует несколько опорных точек, с помощью которых можно оценить качество и конкурентоспособность работ в портфолио студии.

1. Естественность истории. Рекламный ролик – маленькое кино, в котором зрителю рассказывается истории из жизни. Здесь важно все – понятность истории, уместность действий персонажей, отсутствие наигранности, непринужденность, естественность персонажей в кадре.

2. Понятный креатив. История должна раскрывать для аудитории определенное сообщение – натуральность, легкость, говорить о каком-то продукте и его свойстве.

3. Акцент на продукт. Какой бы интересной ни была история, основной эмоциональный фокус должен приходиться на продукт.

4. Художественная ценность кадров. Гармоничная картинка также сильно влияет на доверие потребителей, как и качественная актерская игра.

5. Качественный монтаж. Незаметен для аудитории, кадры правильно стыкуются по крупности и направлению съемки, действие в кадре соответствует закадровому дикторскому тексту.

6. Цветовая гармония. Для того, чтобы картинка рекламного ролика была гармоничной, ее нужно построить вокруг фирменных цветов бренда и сохранить естественность истории. Цветовая гармония достигается путем правильного подбора цветовой палитры ролика, а в зависимости от нее делается остальная подготовка: подбираются локации, одежда героев, цвета игрового и обстановочного реквизита.

7. Соответствие бюджета изготовления видеоролика результату работы.

Правильная оценка качества проекта позволит выбрать качественный пул подрядчиков. А качественный подход при создании рекламного ролика повысит коммерческую эффективность будущей рекламной кампании.