

Temat: Film promocyjny dla firm - średnie ceny rynkowe i jak planować budżet?

Słowa kluczowe: filmy reklamowe, filmy promocyjne, film reklamowy, film promocyjny, cena, ceny, cennik, produkcja, dla firm, budżet.

Film reklamowy - czy moją firmę na to stać?

Nikogo nie trzeba raczej przekonywać, że filmy promocyjne są świetnym rodzajem reklamy, łatwo i w atrakcyjny sposób prezentują ofertę i pomagają stworzyć korzystny wizerunek firmy.

Film reklamowy nie tylko wzbudza zainteresowanie, ale i wywołuje emocje, a to wszystko sprawia, że ostateczne wyniki sprzedaży mogą poprawić się nawet o 70-80% procent po wdrożeniu tej formy przekazu. Czy jednak budżet reklamowy średniej firmy jest w stanie znieść takie obciążenie? Wszystko zależy od paru czynników.

Filmy promocyjne – gdzie mają być wyświetlane?

Czy film reklamowy musi być przeznaczony do emisji w telewizji?

Oczywiście koszt wykupienia czasu antenowego jest bardzo wysoki i będzie stanowić znaczny procent ceny całej kampanii. Dla firm o mniejszych możliwościach finansowych dobrym rozwiązaniem będzie film reklamowy przeznaczony do emisji w Internecie. Czy wiesz, że według badania Google reklama na YouTube przyniosła większy zwrot z inwestycji niż reklama telewizyjna w prawie 80% przypadków?

Filmy promocyjne w Internecie

Filmy reklamowe – ludzie to lubią

Użytkownicy spędzają na oglądaniu filmów w Internecie coraz więcej czasu. Specjaliści przewidują, że w 2017 r nawet 74% całego ruchu w sieci będą stanowić filmy video. Rozpowszechniane w sieciach społecznościowych generują więcej udostępnień niż posty zawierające tekst czy zdjęcia. Związane jest to nie tylko z większym zainteresowaniem ze strony użytkowników, ale też z powodu algorytmu, który częściej wyświetla treści wideo niż pozostałe posty. Dotyczy to najpopularniejszych platform, takich jak: Facebook, Snapchat, Instagram.

Film promocyjny o charakterze viralu

Jeśli skoncentrujesz się na reklamie w sieci, mniejsza część budżetu będzie przeznaczona na nakłady na

rozpowszechnianie niż w przypadku reklamy telewizyjnej. A jeśli uda się wykreować film promocyjny o wiralowym potencjale, który użytkownicy sami będą chętnie udostępniać, te koszty mogą być bardzo niskie.

Jak powstają najlepsze filmy reklamowe?

Świetny pomysł na film reklamowy

Podstawą jest dobry scenariusz. Idealne rozwiązanie to taki pomysł na film reklamowy, którego produkcja będzie kosztowała niewiele, przy zachowaniu rzecz jasna odpowiedniego poziomu, a będzie on - dzięki swojej atrakcyjności - rozchodzić się w sieci sam. Takie filmy reklamowe muszą wyróżniać się kreatywnością, bardzo ważny jest też humor. Mówiąc krótko - dobra treść w atrakcyjnej formie. Scenariusz musi być zgodny ze strategią firmy, ale także oparty o najnowszą wiedzę na temat aktualnych trendów w spotach reklamowych. Tutaj o sukcesie decyduje niekoniecznie duży budżet, ale świetny pomysł koncepcyjny. Ważne, by zainteresować widza od pierwszych minut, wciągnąć w treść, zaangażować, wzbudzić emocje.

Film reklamowy - o tych krokach musisz pamiętać!

Film reklamowy – dla kogo i o czym?

Po pierwsze, aby stworzyć dobre wideo musimy precyzyjnie określić cel i grupę docelową. Ponieważ filmy promocyjne są krótkie, nie mogą przekazać naraz zbyt dużej ilości treści, stąd potrzeba postawienia na najważniejsze. Dobry film unika też przekazu typowo sprzedażowego, lepiej skoncentrować się na opowiedzeniu jakiejś historii, zgodnie z ideą modnego obecnie storytellingu.

Oglądaj inne filmy reklamowe

Warto pooglądać rozmaite filmy promocyjne, największych światowych marek ale i mniejszych firm. Jeśli będziesz wiedzieć co ci się podoba łatwiej przekażesz swoje oczekiwania wykonawcy. I tutaj dochodzimy do momentu najtrudniejszego:

Kto wykona mój film promocyjny?

Szukanie odpowiedniej oferty, czy tylko cena jest ważna?

Świetnie, jeśli w portfolio wykonawcy uda się znaleźć produkcję, która będzie stanowiła punkt odniesienia - wtedy sprawniej, szybciej mamy szansę stworzyć odpowiednią kreację. Sprawdź także rekomendacje dotychczasowych klientów. Wiadomo, że bardzo ważny jest cennik, natomiast nie należy zapominać, że internauci bez trudu wychwycą kiepską produkcję i efekt może być odwrotny do zamierzonego. Opcja: “przyjdzie szwagier z kamerą i nakręci” nie jest w tym wypadku najlepszym rozwiązaniem.

Jak sprawdzać ceny?

Produkcja i jej etapy

Musisz wiedzieć, że przedsięwzięcie składa się z kilku etapów. Zazwyczaj będą to - opracowanie scenariusza lub storyboardu (czyli scenopisu obrazkowego), organizacja i realizacja zdjęć, montaż, tworzenie dodatkowych animacji. Niektórzy producenci mają również w ofercie dla firm pomoc w pozycjonowaniu gotowego filmu w Google czy na YouTube.

Chociaż to truizm, warto przeanalizować co wchodzi w skład ceny proponowanej przez wykonawcę.

Problem z podaniem ceny

Ponieważ na wstępnym etapie trudno jest od razu oszacować koszt produkcji cennik niekoniecznie będzie dostępny na stronie internetowej wykonawcy. Większość udostępnia po prostu formularz zapytania, często składający się z przynajmniej kilku pytań dotyczących planowanej produkcji, dzięki któremu łatwiej podać wstępną wycenę.

Średnie ceny

Można jednak założyć, że bardzo prosty film uda się zrealizować nawet za kwotę poniżej 2 000 zł. Średnia cena wahać się będzie w granicach 4 000-6 000 zł. Oczywiście dla firm, dla których duży budżet na reklamę nie jest problemem, rynek oferuje też dużo droższe rozwiązania.

Czy budżet to udźwignie?

Oczywiście cennik zależy od wielu czynników.

Kto tworzy film reklamowy?

Powstaje on przy udziale kilku, a czasem nawet kilkunastu osób. Operator, reżyser, dźwiękowiec, oświetleniowiec, aktorzy lub statyści, makijażystka, lektor, scenograf. Zamiast aktorów można wykorzystać pracowników firmy. Wcale nie musi to świadczyć o braku profesjonalizmu - raczej wskazuje na autentyczność przekazu. Taki trend jest obecnie bardzo modny w marketingu internetowym.

Ile potrwa produkcja?

Kręcenie zazwyczaj trwa zaledwie 1-2 dni, ale obecność wielu pracowników na planie znacznie podraża produkcję. Także opracowanie specjalnej scenografii, czy konieczność wynajęcia odpowiednich wnętrz. Oczywiście często wystarczy wykorzystać budynki firmy. Nie bez znaczenia jest także planowana długość trwania filmu.

Co zawiera cena?

Warto też sprawdzić, czy cena wzrośnie o koszty dojazdu ekipy na miejsce produkcji - w takim wypadku może lepiej poszukać zleceniobiorcy w swojej okolicy?

Na koniec – promocja

Gotowy film reklamowy musi jakoś zaistnieć w sieci. Niektóre firmy proponują to w cenie całej usługi. Na odpowiednie pozycjonowanie materiału wideo wpływa nie tylko tytuł i otagowanie filmu, ale ilość wyświetleń, udostępień, komentarzy, oceny. A jeśli film promocyjny użytkownicy uznają za atrakcyjny, możemy liczyć na ich pomoc w tym zakresie.