

## **Підсекція «Текстильний дизайн, дизайн виробів з текстилю, фотовідеодизайн»**

УДК 77.09

### **ВАЖЛИВІСТЬ ПРОМО-РОЛИКІВ ДЛЯ ІМІДЖУ КОМПАНІЇ**

Студ. Г.А. Мазур

Наук. керівник ст. викл. О.С. Васильєва

Київський національний університет технологій та дизайну

Іміджеве відео - вид реклами, спрямований на підвищення репутації компанії серед потенційних споживачів або партнерів, що може позитивно позначитися на лояльності до того чи іншого товару або послуги.

Як правило, іміджеве відео замовляється компанією напередодні переговорів з партнерами, перед виставками або презентаціями, для освітлення завдань, поставлених перед колективом компанії на цих заходах. Іміджеве відео іноді демонструються безпосередньо на виставках в якості складової стенду. Інформація, що міститься в відео, може відобразити історію розвитку і створення компанії, методів, що застосовуються колективом для досягнення поставлених завдань. Більш того, для створення успішного іміджу в роликуні містяться посилення аксіологічного характеру. Іншими словами, ілюструються ті цінності і принципи, які культивуються в компанії. З метою встановлення контактів з партнерами іміджеві ролики знайомлять аудиторію з керівництвом компанії. Один з видів даного напрямку це промо ролики - рекламні ролики, які б мотивували аудиторію на звернення в конкретну фірму або організацію для замовлення товару, послуги або з іншої аналогічної метою.

Чим відрізняється проморолик від іншого іміджевого відео:

короткий час показу,

динамічність,

обов'язкове звернення до глядача за допомогою мовного звернення або заголовків.

Основна мета проморолика це просування продукту але при цьому головним може бути саме не сам продукт а «історія» де сам продукт може грати не першу роль але задавати напрямок дій героїв. Наприклад, промо ролики можуть мати форму інформаційного блоку про те, наскільки важливий для компанії захист прав споживача або увага до своїх співробітників.

Промо-ролики майже не обмежені в форматі. Можна використовувати різні жанрові форми, методи зйомки і обробки зображення. Безліч інструментів для вирішення рекламних завдань дозволяється використання різноманітних технологій зйомки, включаючи 3D-графіку і анімацію, що дає можливість режисерам, операторам і монтажерам, застосувати різні техніки і технології зйомки, монтажу та графічної обробки.

Промо ролик не обмежений в хронометражі, але рекомендується не перевищувати розміри короткометражного фільму. Обмеження в часі дозволяє відкинути зайву інформацію, і зосередитися на самій суті - на перевагах і вигодах представленого продукту.

Як правило, даний тип роликів вписаний в загальну програму рекламної кампанії. Найчастіше промо відео залучають інформацію про соціальні ініціативи і благодійної діяльності компанії.

Промо-ролики не створюються для трансляції в телевізійних ЗМІ. Сфера їх проживання інша - виставки, місця продажів, презентації, інтернет-сайти. До того ж зміст проморолика не регулюється обмеженнями закону «Про рекламу».