



КОНЦЕПЦИЯ ТЕЛЕКАНАЛА

2020



Свидетельство о регистрации электронного средства массовой информации Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

Эл № ФС **77-78279** от **14** апреля **2020**г.

Распространяется в кабельных сетях операторов связи

РОСТЕЛЕКОМ (**49** кнопка)

ДОМ.РУ (**25** кнопка)



Сетевой партнёр телеканал «ИЗВЕСТИЯ»

Вещательные окна

9:00

13:00

20:00

4:00

6:00

«Урал-Информ ТВ» –

Краевой информационный канал. Является производителем и распространителем новостного контента в любом формате, предлагающий спектр новостей общественной жизни, политики, экономики, культуры. Телеканал информирует зрителя о самых важных событиях в жизни города и края, предлагает контент собственного производства так и купленный у агрегатора.

Основная задача телеканала –

Свою задачу и предназначение телеканал формирует следующим образом; создать и оперативно донести актуальные, достоверные, современные новости до каждого зрителя. Максимально объективно информировать обо всех событиях, происходящих в городе и крае.



КОНЦЕПЦИЯ ВЕЩАНИЯ

- Приоритетной частью эфира телеканала «Урал-Информ ТВ» является новостная повестка региона. Для получения, анализа и подготовки специализированных выпусков новостей используются мощности объединённой редакции холдинга «Местное время» .
- Особое внимание телеканал уделяет принципу «оптимистичного ТВ», пропагандирующего уверенность в будущем, стабильность настоящего, трезвую адекватную оценку событий без нагнетания страхов и социальной напряженности.
- Основным принципом построения вещания является ориентированность на широкие возрастные и социальные категории зрителей. Канал нацелен на зрителя с активной жизненной позицией, интересующегося новостями, событиями и происшествиями



информационный контент. инфоэкраны

Информационный контент на телеканале представлен в виде инфоэкранов, выходящих в эфир круглосуточно, 2 раза в час.

Инфоэкраны производятся в соответствии с форматом Mute-TV— отсутствие дикторов и ведущих, только закадровый голос. Вся необходимую информацию о событии можно получить с экрана, даже при выключенном звуке.

Формат Mute-TV подходит для трансляции в магазинах, ресторанах, гостиницах, офисах и других общественных местах. Также такой формат подходит для людей с нарушением слуха. Для удобства зрителей в каждом сюжете имеется текстовый блок, а в 5ти минутных выпусках ещё и бегущая строка.

выпуск инфоэкранов 3 минуты:

- 5-6 сюжетов хронометражем от 20 до 40 секунд каждый;
- прогноз погоды хронометражем до 20 секунд

выпуск инфоэкранов 5 минут:

- 8-10 сюжетов хронометражем от 20 до 40 секунд каждый;
- прогноз погоды хронометражем до 20 секунд

Инфоэкраны производятся и выдаются в эфир по следующему графику:

12:00-15:00 – 3х минутный выпуск 1 + повторы (1 оригинал+ 5 повторов)

15:00-18:30 – 3х минутный выпуск 2 + повторы (1 оригинал + 3 повтора)

18:30-20:30 – 5ти минутный выпуск + повторы (1 оригинал + 3 повтора)

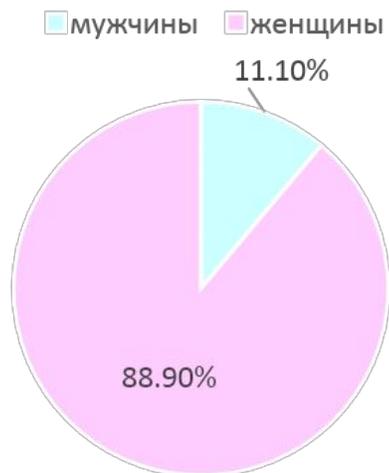
20:30-07:00 – 3х минутный выпуск 3 + повторы (1 оригинал + 20 повторов)

07:00-12:00 – 3х минутный выпуск 4 + повторы (1 оригинал + 9 повторов)



аудитория

пол



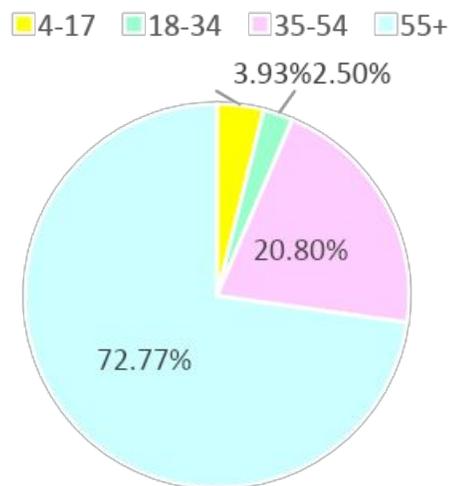
Аудиторию телеканала на **89%** составляют женщины.

Желаемым ядром целевой аудитории телеканала являются женщины 30 - 45 среднего достатка, семейные.

Кто эти люди в реальной жизни:

Наша зрительница ценит уют семейного очага, заботится о благополучии своих близких, с большой долей ответственности подходит к воспитанию детей, работает, развивается, интересуется новым, следит за трендами и модными течениями. Интересуется волнующими современных женщин темами: взаимоотношения, семья, воспитание детей, кулинария, здоровье, мода, красота, стиль, досуг, путешествия и пр.

возраст



Как потребляют контент:

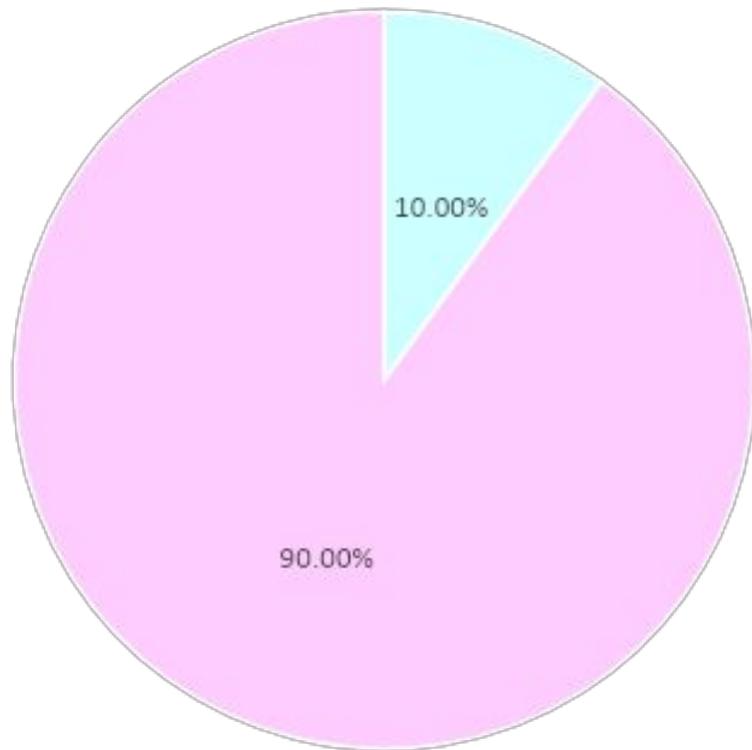
контент потребляет, в основном, в фоновом режиме, пока занимается делами. Утром включает детям мультфильмы, в течение дня смотрит заинтересовавшие программы. Вечером смотрит телевизор, чтобы отдохнуть, расслабиться и «выдохнуть», т.е. самый интересный и качественный контент необходимо располагать в утреннем и вечернем праймах, и, применяя технологии эфирного программирования, обеспечивать перетекание аудиторного интереса на следующие за праймами слоты.



плановая аудитория

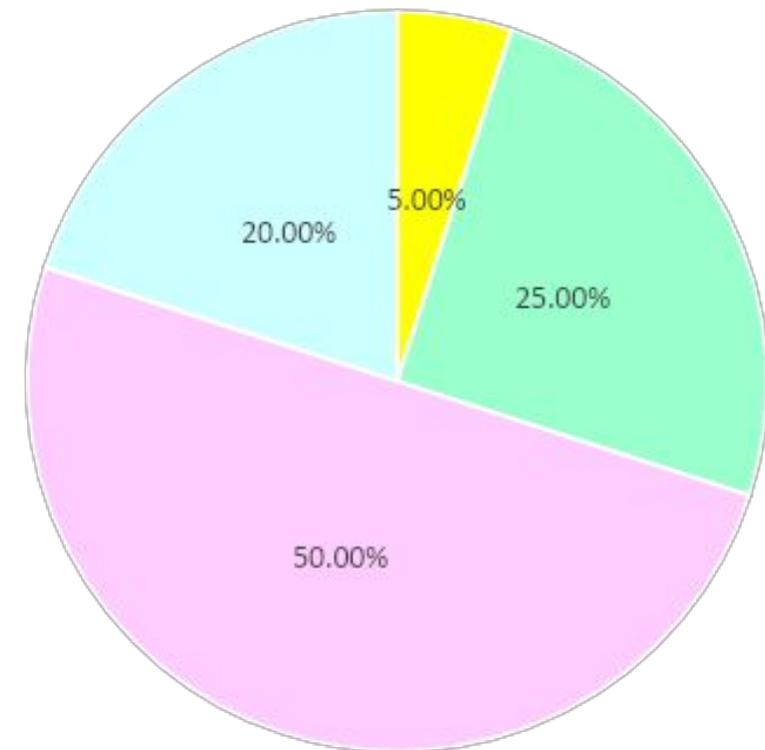
пол

■ мужчины ■ женщины

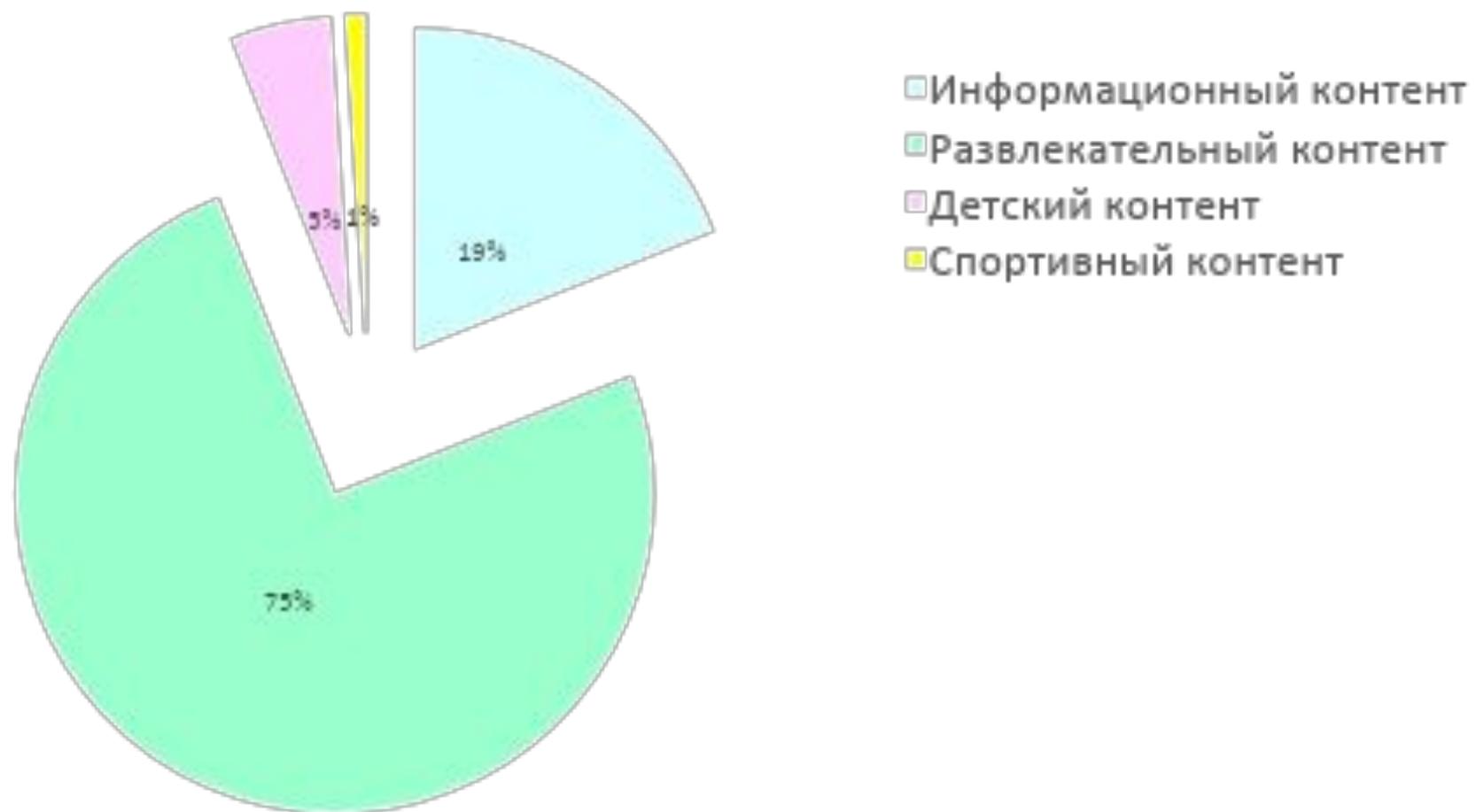


возраст

■ 4-17 ■ 18-34 ■ 35-54 ■ 55+



структура эфирной сетки



план развития

- ❖ Производство универсального межрегионального развлекательного контента
- ❖ Усовершенствование качества и количества инфоэкранов
- ❖ Омоложение аудитории телеканала
- ❖ Увеличение аудиторных показателей (доля и охват)
- ❖ Выход на самоокупаемость и прибыльность



решение

✓ *Производство универсального межрегионального развлекательного контента*

Производство качественного универсального утреннего шоу с врезками под контент региона- партнёра для сокращения затрат на производство контента.

При ротации в нашем эфире доля, характерная для нашего утреннего прайма, потенциально увеличится с 1,3-6,3 до 8,0-12,0 по слоту, что подтянет среднесуточные и среднемесячные аудиторные показатели.

Регионам- партнёрам отгружается готовый к эфиру оформленный материал, перед выдачей в эфир в который нужно только вставить собственные коммерческие сюжеты, информационные сюжеты, репортажи и рекламу.

Предполагается динамичная развлекательная программа-канва, рассчитанная на семейную аудиторию, с акцентом на женщин 25-45. Энергичный позитивный и интересный диалог ведущих в формате подводка-рубрика-подводка-сюжет + универсальные рубрики (живой астрологический прогноз с ведущим, живой прогноз погоды с ведущей, лайфхаки, рецепты\кулинария, здоровье, авто, недвижимость и пр).

-Ежедневная ротация в эфире записи программы по будням в утренний прайм.

-Общий хронометраж выпуска- 2 часа.

-Врезки под сюжеты\рубрики региона-партнёра в каждом выпуске. 6 врезок по 3 минуты и 4 врезки по 2 минуты (информационные сюжеты региона, репортажи, спонсорские сюжеты региона).



решение

✓ *Усовершенствование качества и количества инфоэкранов*

Для более частой смены инфоэкранов в эфире необходим апгрейд материально-производственных мощностей.

✓ *Омоложение аудитории телеканала + Увеличение аудиторных показателей (доля и охват)*

Формирование понятного зрителю «лица» телеканала и предсказуемой сетки вещания, корректное и своевременное промотирование контента, внеэфирная поддержка (соцсети!)

Разработка и производство эфирного оформления, релевантного запланированному ядру аудитории.

Закупка музыкальных клипов и концертов для ночного эфира позволит одновременно как омолодить аудиторию, так и увеличить суточную долю телесмотрения. Так же в ночной слот разумно будет добавить качественный юмористический контент, реалити-шоу, сериалы (реалити и сериалы можно ставить повторами).

Анализ аудиторных показателей региона по схожим по ЦА телеканалам показывает*, что потребность в качественно-заполненном ночном слоте существует. Качественно заполненный ночной слот способен формировать среднесуточную долю до 1,5 при нулевом дневном и праймовом телесмотрении, что, при усилении контентного наполнения выходных дней и утреннего прайма в будни, четкому следованию запланированной сетке, нормальному промотированию продуктов и внеэфирной поддержке, потенциально способно в короткие сроки не только привести среднемесячную долю к показателю 0,9 - 1,2, но и увеличить аффиinitивность по ядерной аудитории.



решение

✓ *Выход на самоокупаемость и прибыль*

Разработка уникальных контентных предложений под запрос конкретного клиента.

Увеличение потенциального рекламного инвентаря.

Проведение мероприятий-презентаций для рекламодателей 1-2 раза в год.

Стимулирование продаж рекламным агентством хотя бы 15% существующего у телеканала рекламного инвентаря.



прямая реклама в рекламных блоках

Согласно ФЗ о рекламе, допустимый объём прямой рекламы - 16 минут\сутки, от 1 до 3 минут\час

Карта распределения допустимого объёма прямой рекламы в рекламных блоках по суткам:

23:00-06:00 офф. 12 минут (720 секунд)

06:00-11:00 утренний прайм. 60 минут (3600 секунд)

11:00-19:00 офф. 96 минут (5760 секунд)

19:00-23:00 прайм. 48 минут (2880 секунд)



информационные услуги

Изготовление и размещение телевизионного сюжета/ролика с выездом съёмочной группы

Написание сюжета по материалам\тз заказчика, выезд съёмочной группы, съёмка, монтаж, дикторское озвучание, титрование, размещение

Ролик 40 секунд, 1 оригинальный выход + не менее 10 повторов\сутки

Максимальный допустимый объём- 150 сюжетов\месяц

Изготовление и размещение телевизионного сюжета/ролика без выезда съёмочной группы

По видеоматериалам заказчика, без съёмки. Монтаж, дикторское озвучивание, титрование, размещение

Ролик 40 секунд, 1 оригинальный выход + не менее 10 повторов\сутки

Максимальный допустимый объём- 150 сюжетов\месяц

Изготовление и размещение пресс-релиза на инфоэкранах

По фотоматериалам заказчика, не менее 2 фото. Дикторское озвучивание, титрование, размещение

Ролик 20 секунд, 1 оригинальный выход + не менее 10 повторов\сутки

Максимальный допустимый объём- 150 сюжетов\месяц



спонсорство и участие в

программах

Спонсорство выхода инфозэкранов (будни)

рекламный ролик спонсора с титром «спонсор показа» в начале и в конце выпусков, 2 выхода в час, круглосуточно (исключая 3 выхода пятиминутных выпуска с 18:30 до 20:30)

Максимальный допустимый объём- 4 партнёра\месяц

Спонсорство выхода инфозэкранов (выходные)

рекламный ролик спонсора с титром «спонсор показа» в начале и в конце выпусков, 2 выхода в час, круглосуточно (исключая 3 выхода пятиминутных выпуска с 18:30 до 20:30)

Максимальный допустимый объём- 4 партнёра\месяц

Спонсорство программы «Битва Блогеров» (+участие в программе)

Программа хронометражем 20 минут, выход оригинального выпуска в прайм (06:00-11:00 + 19:00-23:00) 1 раз в неделю + не менее 2 повторов

благодарность в титрах, рекламный ролик заказчика после программы, активный продакт плейсмент, нативное упоминание в программе

Максимальный объём- 2 выпуска\месяц, по 2 спонсора\выпуск



спонсорство и участие в программах

Генеральное спонсорство программы «Битва Блогеров» (+участие в программе)

Программа хронометражем 20 минут, выход оригинального выпуска в прайм (06:00-11:00 + 19:00-23:00) 1 раз в неделю + не менее 2 повторов

рекламный ролик заказчика с титром "спонсор показа" перед программой, упоминание генерального спонсора ведущими в программе, благодарность в титрах, рекламный ролик заказчика с титром "спонсор показа" после программы + совместная акция\игровая механика\рубрика в теле передачи, продактплейсмент, нативное упоминание в программе, по желанию- съёмки на территории генерального спонсора + отсутствие других спонсоров в программе

Максимальный объём- 1 выпуск\месяц

Генеральное спонсорство сезона (10 программ) программы «Битва Блогеров» (+участие в программе)

10 программ (сезон) хронометражем 20 минут, выход оригинальных выпусков в прайм (06:00-11:00 + 19:00-23:00) 1 раз в неделю + не менее 2 повторов

рекламный ролик заказчика с титром "спонсор показа" перед программой, упоминание генерального спонсора ведущими в программе, благодарность в титрах, рекламный ролик заказчика с титром "спонсор показа" после программы + совместная акция\игровая механика\рубрика в теле передачи, продактплейсмент, нативное упоминание в программе, по желанию- съёмки на территории генерального спонсора + отсутствие других спонсоров в программе

Максимальный объём- 1 шт\2,5 месяца



СПОНСОРСТВО И УЧАСТИЕ В

Участие в программе «Попрограммах»

Программа хронометражем 20 минут, выход оригинального выпуска в прайм (06:00-11:00 + 19:00-23:00) 1 раз в неделю + не менее 2 повторов

благодарность в титрах, небольшой продакт плейсмент, нативное упоминание в программе

Максимальный объём- 4 программы\месяц * 4 участника\программа

Спонсорство программы «Попробуй Пермское» (+участие в программе)

Программа хронометражем 20 минут, выход оригинального выпуска в прайм (06:00-11:00 + 19:00-23:00) 1 раз в неделю + не менее 2 повторов

благодарность в титрах, рекламный ролик заказчика после программы, активный продакт плейсмент, нативное упоминание в программе

Максимальный объём- 4 программы\месяц * 2 участника\программа

Генеральное спонсорство программы «Попробуй Пермское» (+участие в программе)

Программа хронометражем 20 минут, выход оригинального выпуска в прайм (06:00-11:00 + 19:00-23:00) 1 раз в неделю + не менее 2 повторов

рекламный ролик заказчика с титром "спонсор показа" перед программой, упоминание генерального спонсора ведущими в программе, благодарность в титрах, рекламный ролик заказчика с титром "спонсор показа" после программы + совместная акция\игровая механика\рубрика в теле передачи, продакт плейсмент, нативное упоминание в программе + **отсутствие других спонсоров в программе**

Максимальный объём- 2 программы\месяц



СПОНСОРСТВО И УЧАСТИЕ В

Участие в программе «Детские программы»

Программа хронометражем 15 минут, выход оригинального выпуска в прайм (06:00-11:00 + 19:00-23:00) 1 раз в неделю + не менее 2 повторов

благодарность в титрах, небольшой продакт плейсмент, нативное упоминание в программе

Максимальный объём- 4 программы\месяц*3 участника\программа

Спонсорство программы «Детское Время» (+участие в программе)

Программа хронометражем 15 минут, выход оригинального выпуска в прайм (06:00-11:00 + 19:00-23:00) 1 раз в неделю + не менее 2 повторов

благодарность в титрах, рекламный ролик заказчика после программы, активный продакт плейсмент, нативное упоминание в программе

Максимальный объём- 4 программы\месяц * 2 участника\программа

Генеральное спонсорство программы «Детское Время» (+участие в программе)

Программа хронометражем 15 минут, выход оригинального выпуска в прайм (06:00-11:00 + 19:00-23:00) 1 раз в неделю + не менее 2 повторов

рекламный ролик заказчика с титром "спонсор показа" перед программой, упоминание генерального спонсора ведущими в программе, благодарность в титрах, рекламный ролик заказчика с титром "спонсор показа" после программы + совместная акция\игровая механика\рубрика в теле передачи, продакт плейсмент, нативное упоминание в программе + **отсутствие других спонсоров в программе**

Максимальный объём- 2 программы\месяц



ключевые показатели эффективности

- Доля телесмотрения 1,2 к маю и повышение аффинитивности по выбранной ЦА
- Увеличение предложения рекламного инвентаря
- Разработка и производство универсального межрегионального контента
- Увеличение процентного соотношения межрегионального контента в сетке вещания



Дорожная карта

Формирование чёткого и узнаваемого лица телеканала с учётом пожеланий к наращиваемому ядру аудитории (женщины 30-45)

новое оформление телеканала				
разработка логотипа	февраль			
утверждение логотипа (фокус-группа)		11-20 марта		
покупка макета эфирного оформления		21 марта		
доработка макета эфирного оформления		21-25 марта	10-15 мая	
производство видеозаписей эфирного оформления (перебивки, добивки, заставки)		21-29 марта	15-20 апреля	6-13 мая



Дорожная карта

Увеличение доли до 1,2

контент покупка							
покупка контента у ГПМ РТВ (Школа доктора Комаровского, половинки, единоразовый платёж)		апрель					
покупка музыки для ночного эфира (30 т.р\год, единоразовый платёж)	март						
поиск и покупка юмористического контента для ночного эфира		апрель	май				
закупка межпрограммок собственного производства у конвергентной редакции	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь
Анализ качества и получение прав на трансляцию фильмов от студии "Новый Курс" + пермские документальные фильмы+ циклов передач про Пермь	март	апрель	май	июнь			
Поиск и получение контента условно-свободного использования (например- школы Новиков Групп, университета Синергия)	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь
покупка контента у СТП	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь



Дорожная карта

Увеличение доли до 1,2

программный отдел			
переговоры с Омском о программном директоре и аренды существующих у них технических мощностей	февраль-март		
переговоры с другими подрядчиками о программном директоре и аренды существующих у них технических мощностей		февраль-апрель	
формирование конкурентоспособной эфирной сетки совместно с программным директором			апрель

