



Media Group

**Зареди се за нови
преживявания.**

Осмели се да разбереш.

Преоткрий бранда.

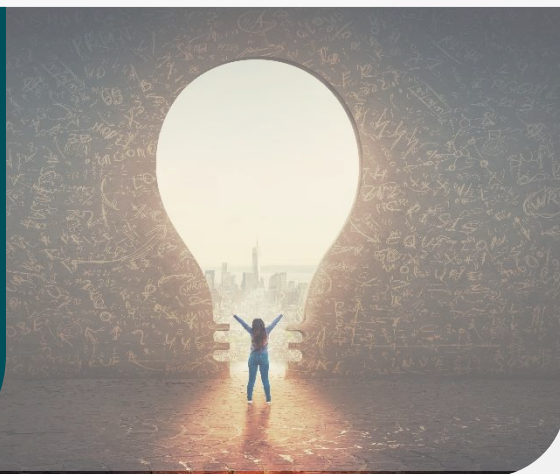
СПЕЦИАЛНО ПРЕДЛОЖЕНИЕ

МАЙ 2020



Преоткрий бранда

“Има стойност в това да продължиш да рекламираш. Затъмнението и липсата на активност само допринасят към чувството за криза и паника...”
Питър Фийлд



Извънредното положение се отменя
Постепенно ограниченията от социалната
изолация започват да се премахват.

Парковете са отворени и други места за
отдых и активност започват дейност.

В същото време, страхът от вируса и
белезите на социалното дистанциране
остават и ще продължат да се отразяват
на ежедневието и потребителските ни
навици.

Все пак, „Човекът по природа е социално
животно“, желанието да се върне към
нормалния начин на живот ще
възтържествува по един или друг начин.

Брандовете, като неизменна част от
ежедневието ни, също имат важна роля в
установяването на „новото нормално.“

Жадни за реклами?!

Пандемията доведе до глобална
икономическа рецесия и много компании
отчетоха или повишено търсене заради
презапасяване от страна на обществото,
или съществено редуциране в
потреблението заради стриктните
ограничителни мерки.

Това постави рекламодателите в сложната
позиция как най-правилно да планират и
разпределят рекламните си активности.
Според глобално проучване на Kantar, се
оказва, че „само 8% от потребителите
смятат, че има смисъл от това брандовете
да спрат да рекламират заради вируса.“

Когато другите са тихи, се чува по-силно

Все по-широко обсъждана е тезата, че
компаниите, които имат възможност, в
момента следва да насочат вниманието си
към това да надградят емоционалната
стойност на бранда за потребителя, което
ще им донесе значителна преднина в
дългосрочен план, когато икономиката
започне да се възстановява.

Според маркетинговия експерт Питър
Фийлд, „Има стойност в това да
продължиш да рекламираш.
Затъмнението и липсата на активност
само ще допринесат към чувството на
криза и паника, както и към разклащането
на бранда в дългосрочен план.“

Творчески потенциал

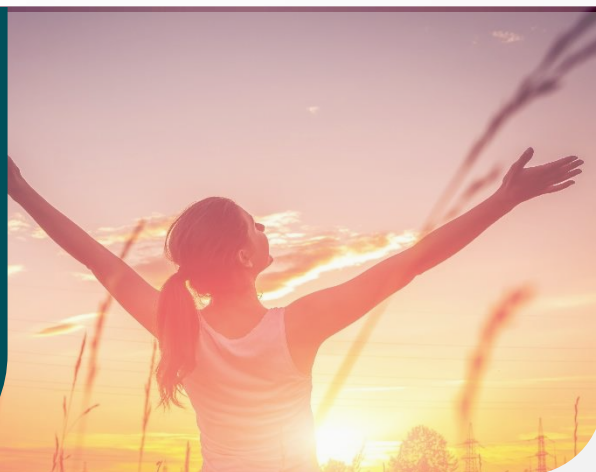
По-големият въпрос е каква стойност
трябва да добави един бранд, как и към
кого най-точно да я комуникира, както и
по какви начини потребителите ще я
усетят и възприемат.

Напоследък сигурно често сте чували
фразата „трудните времена изискват
крайни мерки“ – същото важи и за
креативността – сега е времето за идеи –
не „извън рамката“, а сякаш няма рамка.

“Само 8% от
потребителите смятат,
че брандовете трябва
да спрат рекламните
заради вируса.”

Осмели се да разбереш

„Човекът по природа е
социално животно“ –
Аристотел



Ударно завръщане или крайни ограничения

Би било наивно да приемем едната от двете тези, че щом ограниченията отминат, хората или ще се затичат към магазините и ще пазаруват още повече, или ще се затворят изцяло, с идеята да се съхранят.

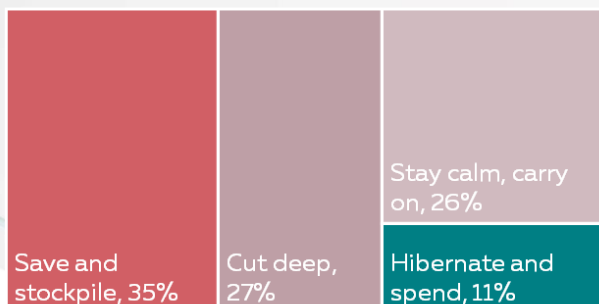
Все пак, „По природа човекът е социално животно“ и като такова, иска да участва в обществения живот, както и да има нови и зареждащи преживявания.

В този смисъл, активното търсене на „общ език“ с потребителя е едно практично средство за оцеляване и задържане на пазарни позиции.

Проучванията на консултантски компании вече разполагат с данни какви са потребителските групи, формирани по време на пандемията от COVID-19, давайки ценни насоки за техните нагласи и поведение.

Според изследвания на EY Future Consumer Index, тези групи са четири:

EY Future Consumer Index: Now, four consumer segments have emerged during the COVID-19 crisis



„Пести и трупай“, 35% – хора, които са не толкова притеснени от самата пандемия, а загрижени за близките си, с песимистична нагласа за дългосрочните последици.

„Дълбока спестовност“, 27% – най-засегнати от пандемията и песимистични за бъдещето, поради което рязко намалят цялостното си потребление.

„Запази спокойствие и продължи напред“, 26% – стабилно потребителско поведение и навици, без значителни директни последици от пандемията, притеснени от намаленото потребление на останалите.

„Покрий се и харчи“, 11% – дълбоко притеснени за пандемията, но най-добре подготвени да се справят с нея – харчат повече по всички категории

Групите са динамични

Проучванията идентифицират и как тези групи ще се трансформират, и какви биха били техните потребителски намерения след COVID-19.

Така например, индексът в момента предполага, че след време повечето потребители от първата група ще се разделят в две нови групи, които можем да наречем „Остани спестовен“ и „Предпазливо неразумни“.

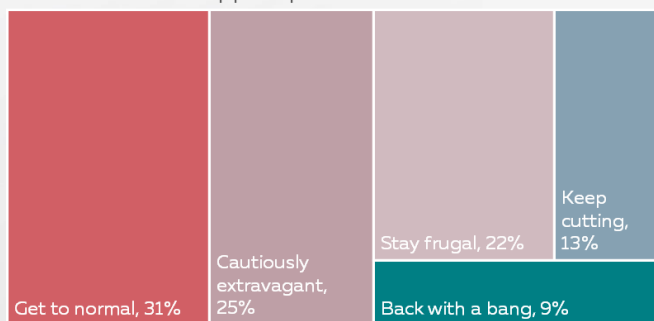
COVID-19 доведе до
формирането на нови
потребителски групи

Осмели се да разбереш

"42% от участниците
вярват, че начина, по който
пазаруват, ще се промени
из основи"



EY Future Consumer Index: Next, five segments will
appear post-COVID-19



„Завръщане към нормалното“, 31% – потреблението остава стабилно, без особени последици за ежедневието, равнодушие към пандемичната обстановка

„Предпазливо неразумни“, 25% – хора със среден до висок доход, фокусирани върху здравето си, по-скоро оптимисти въпреки вярването, че може да настъпи дълбока рецесия. Ще продължат да харчат за това, което считат за приоритетно

„Оставам спестовен“, 22% – потреблението е намалено, с големи бюджетни намаления в опит да се възстановят – тази група е сред най-песимистичната

„Продължавам с ограниченията“, 13% – ниско образовани и най-вероятните потърпевши от безработицата, продължават да се ограничават и пестят

„Ударно завръщане“, 9% – млади и работещи. С най-засегнато ежедневието от пандемията, но оптимисти и с увеличено потребление.

Промяна в нагласите

Групите, чиито нагласи относно потреблението след COVID-19 са по-скоро стабилни или с оптимистични нагласи относно бъдещо потребление, формират около 65% и са тези, към които си заслужава да се насочат комуникациите и усилията за надграждането на стойността на бранда.

Като цяло, 42% от отговорилите вярват, че начина, по който пазаруват ще се промени из основи вследствие на кризата с COVID-19.

Що се отнася до брандове и продукти, **34% от потребителите твърдят, че биха платили повече за местно производство, 25% за продукти и марки, които познават и на които вярват, и 23% за компании, които спадат към т.нар. „етични“ продукти.**

Разбира се, тези данни не са финални и зависят от динамичната ситуация, но са добра отправна точка за насочването на бъдещите комуникационни планове и реализирането им в каналите и платформите, в които потребителите прекарват най-голяма част от времето си.

Потребителите посочват, че биха платили повече за местни, познати и етични продукти.

Зареди се за нови преживявания

“Глобално, потребителите пренасочват времето си от работа към дигитални и видео развлечения”



Преразпределение на времето

Карантината дълбоко повлия на начина, по който се информираме и забавляваме. В проучване на McKinsey & Company се посочва, че в глобален аспект хората са пренасочили част от времето, в което работят, към дигитални и видео занимателни активности. Най-голямото увеличение се наблюдава при новинарското съдържание „на живо“ и онлайн, развлекателно видео съдържание, контактуването в социалните мрежи и експериментирането в кухнята.

На местно ниво

Сходни тенденции се забелязват и на местно ниво в България – наскоро споделихме повишените резултати в потреблението на каналите на bTV Media Group в периода на извънредното положение.

Нуждата от надеждни новини изстреля и btvnovinite.bg до челната позиция сред сайтовете през м. Март с над 2.3 млн. посетители (Gemius).

Довереният кулинарен бранд „MasterChef“ продължава да вдъхновява кулинарните ентусиасти с иновативен и целесъобразен подход с насоченост към „zero-waste“ готвенето.

„Гласът на България“ пък е сцената, на която се сбъдват мечтите на местните таланти, а „Бригада Нов дом“ променя живота на хората, които имат най-належаща нужда от помощ.

През изминалите седмици на изолация, bTV Media Group остана отдадена на мисията си да подкрепя брандовете да достигнат до аудиторията, съобразно нейните променени нагласи и навици чрез разнообразни мулти-платформени предложения към пазара, изпращани почти на седмична база. Вярваме, че това е правилният начин да съдействаме на рекламодателите в задачата да изградят стойност в комуникацията на брандовете.

Зареждаме екраните

Сега, когато мерките постепенно отпадат, ние се подготвяме да се завърнем шумно в ефир – още през Юни, стартирайки със специално ТВ събитие по случай 20-годишнината на bTV, както и с грандиозните концерти „на живо“ на „Гласът на България.“ Следва продукцията на нови сезони с локален фокус на „Фермата“ и „Ловци на храна,“ всеки от които осигурява подходяща среда за брандовете, кореспондирайки с новите потребителски нагласи.

Междувременно, можете да се запознаете със специалните ни #Springback предложения за Май 2020 в следващите страници.

#Springback
#goTrusted
#goConscious
#goLIVE

- [McKinsey & Company: A global view of how consumer behavior is changing amid COVID-19](#)



Media Group

#Springback пакети

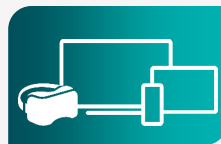
СПЕЦИАЛНО ПРЕДЛОЖЕНИЕ
МАЙ 2020



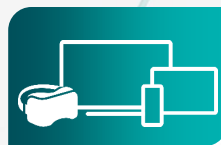
SPRINGBACK ПАКЕТИ

От тук може да достъпите пакетите за различните платформи, а от тях можете да се върнете обратно към долното меню, като натиснете върху логото „reach more” в долния десен ъгъл.

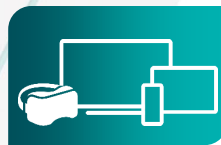
goTRUSTED



goCONSCIOUS



goLIVE



ДОПЪЛНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ

Break IDs + VO
3" IN + 4"OUT

БОНУС GRPs
220%

БОНУС
ИЗРАБОТКА

ПРОГРАМА	КАНАЛ	ДЕН	ЧАС	# ОБЩИ ЕД. ИЗЛЪЧВАНИЯ	GRPs A-18-49
Сутрешен блок	bTV	П-П	7:00	6	24.0
Преди обед	bTV	П-П	9:30	4	14.0
Късното вечерно шоу (Повт.)	bTV	П-П	12:30	4	14.0
Домашен арест	bTV	П-П	16:30	2	7.0
Новини 17:00	bTV	П-П	17:00	6	33.0
Лице в лице	bTV	П-П	17:30	2	11.0
Новини 19:00	bTV	П-П	19:00	2	22.0
Сериал (Божествено)	bTV	П-П	21:00	2	21.0
Късното вечерно шоу	bTV	П-П	22:00	2	16.0
Късни новини	bTV	П-П	23:00	2	11.0
Тази събота	bTV	Съб	8:00	2	8.0
Новини	bTV	Съб	19:00	2	20.0
Тази събота	bTV	Нед	8:00	4	16.0
120 минути	bTV	Нед	17:00	4	24.0
Филм	bTV	Нед	23:00	2	10.0
DT, PA, PT	bTV Comedy	П-Н	-	38	28.1
DT, PA, PT	bTV Cinema	П-Н	-	32	19.8
TOTAL – paid and bonus				116	298.9
ГАРАНЦИЯ НА РЕЙТИНГ ТОЧКИ				✓	
Брутна цена по тарифа – платени и бонусни излъчвания				206 482	
Бонусни GRP-та в/у броя платени, включени в горния бр.				220%	
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				64 607	
НЕТНА ЦЕНА				38 757	

Break IDs + VO
3" IN + 4"OUT

БОНУС GRPs
200%

БОНУС
ИЗРАБОТКА

ПРОГРАМА	КАНАЛ	ДЕН	ЧАС	# ОБЩИ ЕД. ИЗЛЪЧВАНИЯ	GRPs A-18-49
Преди обед	bTV	П-П	9:30	6	21.0
Късното вечерно шоу (Повт.)	bTV	П-П	12:30	4	14.0
Домашен арест	bTV	П-П	16:30	2	7.0
Новини 17:00	bTV	П-П	17:00	4	22.0
Тази събота	bTV	Съб	8:00	2	8.0
Новини	bTV	Съб	19:00	2	20.0
Тази неделя	bTV	Нед	8:00	2	8.0
120 минути	bTV	Нед	17:00	2	12.0
DT, PA, PT	bTV Comedy	П-Н	-	24	17.7
DT, PA, PT	bTV Cinema	П-Н	-	24	14.9
TOTAL – платени и бонуси				72	144.6
ГАРАНЦИЯ НА РЕЙТИНГ ТОЧКИ				✓	
Брутна цена по тарифа – платени и бонусни излъчвания				93 993	
Бонусни GRP-та в/у броя платени, включени в горния бр.				200%	
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				30 724	
НЕТНА ЦЕНА				18 699	

П-wallpaper
Video roll
Cut-in Carousel

БОНУС IMPR
40%

БОНУС
ИЗРАБОТКА

САЙТ	РЕКЛАМЕН ФОРМАТ	ПОЗИЦИЯ	БРОЙ ДНИ	# ОБЩ БРОЙ ИМПРЕСИИ
ladyzone.bg	П-Wallpaper	Категория #ОСТАВАМВКЪЩИ	14	135 000
btvplus.bg	Video roll – от 16" до 45"	Всички страници	13	170 040
btvnovinite.bg	Video roll – от 16" до 45"	Всички страници	5	84 000
bweb / DMP segmentation	Cut-in Carousel	Всички сайтове	25	245 250
ТОТАЛ – платени и бонуси				634 290
ГАРАНЦИЯ НА ИМПРЕСИИ				✓
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси				31 036
Бонусни импресии в/у брой платени, включени в горната бройка				40%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				18 496
НЕТНА ЦЕНА				15 546

Video roll
Cut-in Carousel

БОНУС IMPR
40%

БОНУС
ИЗРАБОТКА

САЙТ	РЕКЛАМЕН ФОРМАТ	ПОЗИЦИЯ	БРОЙ ДНИ	# ОБЩ БРОЙ ИМПРЕСИИ
btvplus.bg	Video roll – от 16" до 45"	Всички страници	13	163 800
bweb / DMP segmentation	Cut-in Carousel	Всички сайтове	12	123 214
ТОТАЛ – платени и бонуси				287 014
ГАРАНЦИЯ НА ИМПРЕСИИ				✓
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси				15 045
Бонусни импресии в/у брой платени, включени в горната бройка				40%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				10 770
НЕТНА ЦЕНА				7 539

1 x Break ID

БОНУС ИЗЛ.
10%БОНУС
ИЗРАБОТКА

КАНАЛ	ПОКРИТИЕ	# ОБЩ БРОЙ ИЗЛЪЧВАНИЯ
Radio N-JOY	Национално	60
bTV Radio	Национално	60
Jazz FM	Национално	60
TOTAL – платени и бонуси		180
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси		10 315
Бонусни излъчвания в/у бр. платени, включени в горната бр,		10%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА		7 799
НЕТНА ЦЕНА		5 371

1 x Break ID

БОНУС ИЗЛ.
10%БОНУС
ИЗРАБОТКА

КАНАЛ	ПОКРИТИЕ	# ОБЩ БРОЙ ИЗЛЪЧВАНИЯ
Radio N-JOY	София	60
bTV Radio	София	60
Jazz FM	София	60
TOTAL – платени и бонуси		180
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси		5 145
Бонусни излъчвания в/у бр. платени, включени в горната бр,		10%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА		3 921
НЕТНА ЦЕНА		2 766



Springback | goCONSCIOUS

ПАКЕТ 1

Break IDs + VO
3" IN + 4"OUT

БОНУС GRPs
220%

БОНУС
ИЗРАБОТКА

ПРОГРАМА	КАНАЛ	ДЕН	ЧАС	# ОБЩ БРОЙ ЕД. ИЗЛЪЧВАНИЯ	GRPs A-18-49
Сутрешен блок	bTV	П-П	7:00	6	24.0
Преди обед	bTV	П-П	9:30	4	14.0
Късно вечерно шоу (Повт.)	bTV	П-П	12:30	2	7.0
Филм – 25 ^{ти} май	bTV	Пон	14:30	2	8.0
Лице в лице	bTV	П-П	17:30	2	11.0
Сериал	bTV	П-П	18:00	6	36.0
Новини 19:00	bTV	П-П	19:00	2	22.0
Сериал (Божествено)	bTV	П-П	21:00	2	21.0
Бригада нов дом (Повт.)	bTV	Чет	21:00	2	19.0
Късно вечерно шоу	bTV	П-Ч	22:00	2	16.0
Късни новини	bTV	П-П	23:00	2	11.0
КулТ	bTV	Съб	11:00	4	14.0
Търси се	bTV	Нед	11:00	4	16.0
120 минути	bTV	Нед	17:00	4	24.0
Филм	bTV	Нед	23:00	2	10.0
DT, PA, PT	bTV Comedy	П-Н	-	32	23.7
DT, PA, PT	bTV Cinema	П-Н	-	32	19.8
ТОТАЛ – платени и бонуси				110	296.5
ГАРАНЦИЯ НА РЕЙТИНГ ТОЧКИ				✓	
Брутна цена по тарифа – платени и бонусни излъчвания				205 1479	
Бонусни GRP-та в/у броя платени, включени в горния бр.				220%	
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				64 230	
НЕТНА ЦЕНА				38 530	

Springback | goCONSCIOUS

ПАКЕТ 2

Break IDs + VO
3" IN + 4"OUT

БОНУС GRPs
200%

БОНУС
ИЗРАБОТКА

ПРОГРАМА	КАНАЛ	ДЕН	ЧАС	# ОБЩ БРОЙ ЕД. ИЗЛЪЧВАНИЯ	GRPs A-18-49
Сутрешен блок	bTV	П-П	7:00	2	8.0
Преди обед	bTV	П-П	9:30	4	14.0
Новини 12:00	bTV	П-П	12:00	2	9.0
Лице в лице	bTV	П-П	17:30	4	22.0
Сериал	bTV	П-П	18:00	2	12.0
КулТ	bTV	Съб	11:00	4	14.0
Търси се	bTV	Нед	11:00	2	8.0
120 минути	bTV	Нед	17:00	4	24.0
DT, PA, PT	bTV Comedy	П-Н	-	24	17.7
DT, PA, PT	bTV Cinema	П-Н	-	24	14.9
ТОТАЛ – платени и бонуси				72	143.6
ГАРАНЦИЯ НА РЕЙТИНГ ТОЧКИ				✓	
Брутна цена по тарифа – платени и бонусни излъчвания				91 278	
Бонусни GRP-та в/у броя платени, включени в горния бр.				200%	
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				30 724	
НЕТНА ЦЕНА				18 699	

Springback | goCONSCIOUS ПАКЕТ 1

П-wallpaper
Video roll
Half page

**БОНУС IMPR
40%**

**БОНУС
ИЗРАБОТКА**

САЙТ	РЕКЛАМЕН ФОРМАТ	ПОЗИЦИЯ	БРОЙ ДНИ	# ОБЩ БРОЙ ИМПРЕСИИ
ladyzone.bg	П-Wallpaper	ladyzone.bg категория #ОСТАВАМВКЪЩИ	14	154 000
btv.bg + btvplus.bg	Video roll – от 16" до 45"	btv.bg/brigada + btvplus.bg/brigade	25	61 400
bweb / DMP segmentation	Half page 300x600	Всички сайтове	12 768	466 655
TOTAL – платени и бонуси				682 055
ГАРАНЦИЯ НА ИМПРЕСИИ				✓
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси				30 567
Бонусни импресии в/у брой платени, включени в горната бройка				40%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				21 795
НЕТНА ЦЕНА				15 257

Springback | goCONSCIOUS ПАКЕТ 2

Video roll
Cut-in Carousel

**БОНУС IMPR
40%**

**БОНУС
ИЗРАБОТКА**

САЙТ	РЕКЛАМЕН ФОРМАТ	ПОЗИЦИЯ	БРОЙ ДНИ	# ОБЩ БРОЙ ИМПРЕСИИ
Ladyzone.bg	П-Wallpaper	ladyzone.bg категория #ОСТАВАМВКЪЩИ + bistro.bg всички страници	14	154 000
btv.bg + btvplus.bg	Video roll – от 16" до 45"	btv.bg/brigada + btvplus.bg/brigada	25	62 000
bweb / DMP segmentation	Half page 300x600	Всички сайтове	25	120 768
TOTAL – платени и бонуси				336 768
ГАРАНЦИЯ НА ИМПРЕСИИ				✓
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси				15 037
Бонусни импресии в/у брой платени, включени в горната бройка				40%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				10 715
НЕТНА ЦЕНА				7 501



Springback | goCONSCIOUS ПАКЕТ 1

1 x Break ID

БОНУС ИЗЛ.
10%

БОНУС
ИЗРАБОТКА

КАНАЛ	ПОКРИТИЕ	# ОБЩ БРОЙ ИЗЛЪЧВАНИЯ
Radio N-JOY	Национално	60
bTV Radio	Национално	60
Jazz FM	Национално	60
TOTAL – платени и бонуси		180
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси		10 315
Бонусни излъчвания в/у бр. платени, включени в горната бр,		10%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА		7 799
НЕТНА ЦЕНА		5 371

Springback | goCONSCIOUS ПАКЕТ 2

1 x Break ID

БОНУС ИЗЛ.
10%

БОНУС
ИЗРАБОТКА

КАНАЛ	ПОКРИТИЕ	# ОБЩ БРОЙ ИЗЛЪЧВАНИЯ
Radio N-JOY	София	60
bTV Radio	София	60
Jazz FM	София	60
TOTAL – платени и бонуси		180
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси		5 145
Бонусни излъчвания в/у бр. платени, включени в горната бр,		10%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА		3 921
НЕТНА ЦЕНА		2 766



reach
more **b**

Springback | goLIVE

ПАКЕТ 1

Break IDs + VO
3" IN + 4"OUT

БОНУС GRPs
220%

БОНУС
ИЗРАБОТКА

ПРОГРАМА	КАНАЛ	ДЕН	ЧАС	# ОБЩ БРОЙ ЕД, ИЗЛЪЧВАНИЯ	GRPs A-18-49
Сутрешен блок	bTV	M-F	7:00	6	24.0
Преди обед	bTV	M-F	9:30	4	14.0
Късно вечерно шоу (Повт.)	bTV	M-F	12:30	4	14.0
Сериал (Божествено)	bTV	M-F	21:00	2	21.0
Късно вечерно шоу	bTV	M-Th	22:00	6	48.0
Късни новини	bTV	M-F	23:00	4	22.0
Тази събота	bTV	Sa	8:00	2	8.0
КулТ	bTV	Sa	11:00	4	14.0
Тази неделя	bTV	Su	8:00	2	8.0
120 минути	bTV	Su	17:00	4	24.0
Гласът на България	bTV	Su	20:00	2	31.0
Концерт Дивна "All or Nothing"	bTV	Su	23:30	2	10.0
DT, PA, PT	bTV Comedy	M-S	-	32	23.7
DT, PA, PT	bTV Cinema	M-S	-	32	19.8
ТОТАЛ – платени и бонуси				106	281.5
ГАРАНЦИЯ НА РЕЙТИНГ ТОЧКИ				✓	
Брутна цена по тарифа – платени и бонусни излъчвания				198 895	
Бонусни GRP-та в/у броя платени, включени в горния бр.				220%	
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				63 458	
НЕТНА ЦЕНА				38 067	

Springback | goLIVE

ПАКЕТ 2

Break IDs + VO
3" IN + 4"OUT

БОНУС GRPs
200%

БОНУС
ИЗРАБОТКА

ПРОГРАМА	КАНАЛ	ДЕН	ЧАС	# ОБЩ БРОЙ ЕД, ИЗЛЪЧВАНИЯ	GRPs A-18-49
Преди обед	bTV	П-П	9:30	4	14.0
Късно вечерно шоу (Повт.)	bTV	П-П	12:30	2	7.0
Късно вечерно шоу	bTV	П-Ч	22:00	4	32.0
Приятели	bTV	Съб	7:30	4	8.0
Тази събота	bTV	Съб	8:00	2	8.0
КулТ	bTV	Съб	11:00	2	7.0
Мармалад	bTV	Съб	16:00	2	8.0
120 минути	bTV	Нед	17:00	2	12.0
Концерт Дивна "All or Nothing"	bTV	Нед	23:30	2	10.0
DT, PA, PT	bTV Comedy	П-Н	-	24	17.7
DT, PA, PT	bTV Cinema	П-Н	-	26	16.1
ТОТАЛ – платени и бонуси				74	139.8
ГАРАНЦИЯ НА РЕЙТИНГ ТОЧКИ				✓	
Брутна цена по тарифа – платени и бонусни излъчвания				93 738	
Бонусни GRP-та в/у броя платени, включени в горния бр.				200%	
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				30 823	
НЕТНА ЦЕНА				18 796	

Springback | goLIVE

ПАКЕТ 1

П-wallpaper
Video roll
Half page

**БОНУС IMPR
41%**

**БОНУС
ИЗРАБОТКА**

САЙТ	РЕКЛАМЕН ФОРМАТ	ПОЗИЦИЯ	# ДНИ	# ОБЩИ ИМПРЕСИИ
ladyzone.bg	П-Wallpaper	категория #ОСТАВАМВКЪЩИ	25	390 280
btvplus.bg + glasat.btv.bg	Video roll – от 16" до 45"	btvplus/glasat + glasat.btv.bg всички страници	12	153 600
bweb / DMP segmentation	Half page 300x600	Всички сайтове	25	297 245
TOTAL – платени и бонуси				841 125
ГАРАНЦИЯ НА ИМПРЕСИИ				✓
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси				29 926
Бонус импресии в/у брой платени, включени в горния бр.				41%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				21 415
НЕТНА ЦЕНА				14 990

Springback | goLIVE

ПАКЕТ 2

П-wallpaper
Video roll
Half page

**БОНУС IMPR
41%**

**БОНУС
ИЗРАБОТКА**

САЙТ	РЕКЛАМЕН ФОРМАТ	ПОЗИЦИЯ	# ДНИ	# ОБЩИ ИМПРЕСИИ
ladyzone.bg	П-Wallpaper	категория #ОСТАВАМВКЪЩИ	25	195 140
btvplus.bg + glasat.btv.bg	Video roll – от 16" до 45"	btvplus/glasat + glasat.btv.bg всички страници	12	76 800
bweb / DMP segmentation	Half page 300x600	Всички сайтове	25	149 175
TOTAL – платени и бонуси				421 115
ГАРАНЦИЯ НА ИМПРЕСИИ				✓
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси				14 974
Бонус импресии в/у брой платени, включени в горния бр.				41%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА				10 707
НЕТНА ЦЕНА				7 495



1 x Break ID

БОНУС ИЗЛ.
10%БОНУС
ИЗРАБОТКА

КАНАЛ	ПОКРИТИЕ	# ОБЩ БРОЙ ИЗЛЪЧВАНИЯ
Radio N-JOY	Национално	60
bTV Radio	Национално	60
Jazz FM	Национално	60
TOTAL – платени и бонуси		180
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси		10 315
Бонусни излъчвания в/у бр. платени, включени в горната бр,		10%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА		7 799
НЕТНА ЦЕНА		5 371

1 x Break ID

БОНУС ИЗЛ.
10%БОНУС
ИЗРАБОТКА

КАНАЛ	ПОКРИТИЕ	# ОБЩ БРОЙ ИЗЛЪЧВАНИЯ
Radio N-JOY	София	60
bTV Radio	София	60
Jazz FM	София	60
TOTAL – платени и бонуси		180
Брутна цена по тарифа – платени и бонуси		5 145
Бонусни излъчвания в/у бр. платени, включени в горната бр,		10%
СПЕЦИАЛНА БРУТНА ЦЕНА		3 921
НЕТНА ЦЕНА		2 766



ДОПЪЛНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ

Плановете за различните платформи са валидни самостоятелно и са изготвени за май месец.

Посочените нетни цени са крайни в лева, без ДДС и към тях не се прилагат отстъпки.

ТВ офертите включват брандирани шапки реклама, тъй като тази форма позволява най-лесно адаптиране на посланието и дава неограничен достъп до аудиторията на всички предавания на bTV Media Group – също така, може да бъде адаптирана за радио и дигиталните канали от портфолиото ни.

Вид реклама АА форма	Индекс към 30" bTV	Индекс към 30" ТК	Макс. дължина в секунди
7"+7" Спонсорски заставки	110%	110%	14
Спонсориран промо-анонс	90%	100%	15
Промо Рамка за 30' спот	110%	110%	30
3"+4" Брандирана шапка реклама	110%	110%	7
3"+4" Брандирана шапка реклама + звук	130%	130%	7
Хориз. + верт. форма	130%	130%	10
Отброяване	80%	100%	10
Вертикална форма	80%	100%	10
Хоризонтална форма	80%	100%	10
Брандиран бър	70%	100%	10
Брандиран промо бър	70%	100%	10
Платен репортаж	75%	75%	60 - 120

Екипът ни е на разположение да изготвя оферти, които включват други алтернативни форми, спрямо специалните желания на рекламодателят, запазвайки посочените нива на бюджет.

Бонусната изработка на рекламните форми се реализира след получаване на ресурсни файлове от клиента.

#Springback
#goTrusted
#goConscious
#goLIVE



Media Group

