

# АУДИО БРЕНДИНГ



## ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ

**АКАР**  
АССОЦИАЦИЯ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ  
АГЕНТСТВ РОССИИ



# Введение

Аудиобрендинг – инструмент звуковой маркетинговой поддержки бренда. Аудиобрендинг подразумевает использование фонограмм для придания уникального звучания элементам коммуникации и брендам в целом.

В современном мире аудиобрендинг является неотъемлемой частью мультисенсорной коммуникации любой компании. Звук и музыка помогают выстроить аудиальный диалог с потребителем, более точно обозначить позиционирование и повысить узнаваемость бренда в мире аудиовизуальных медиа.

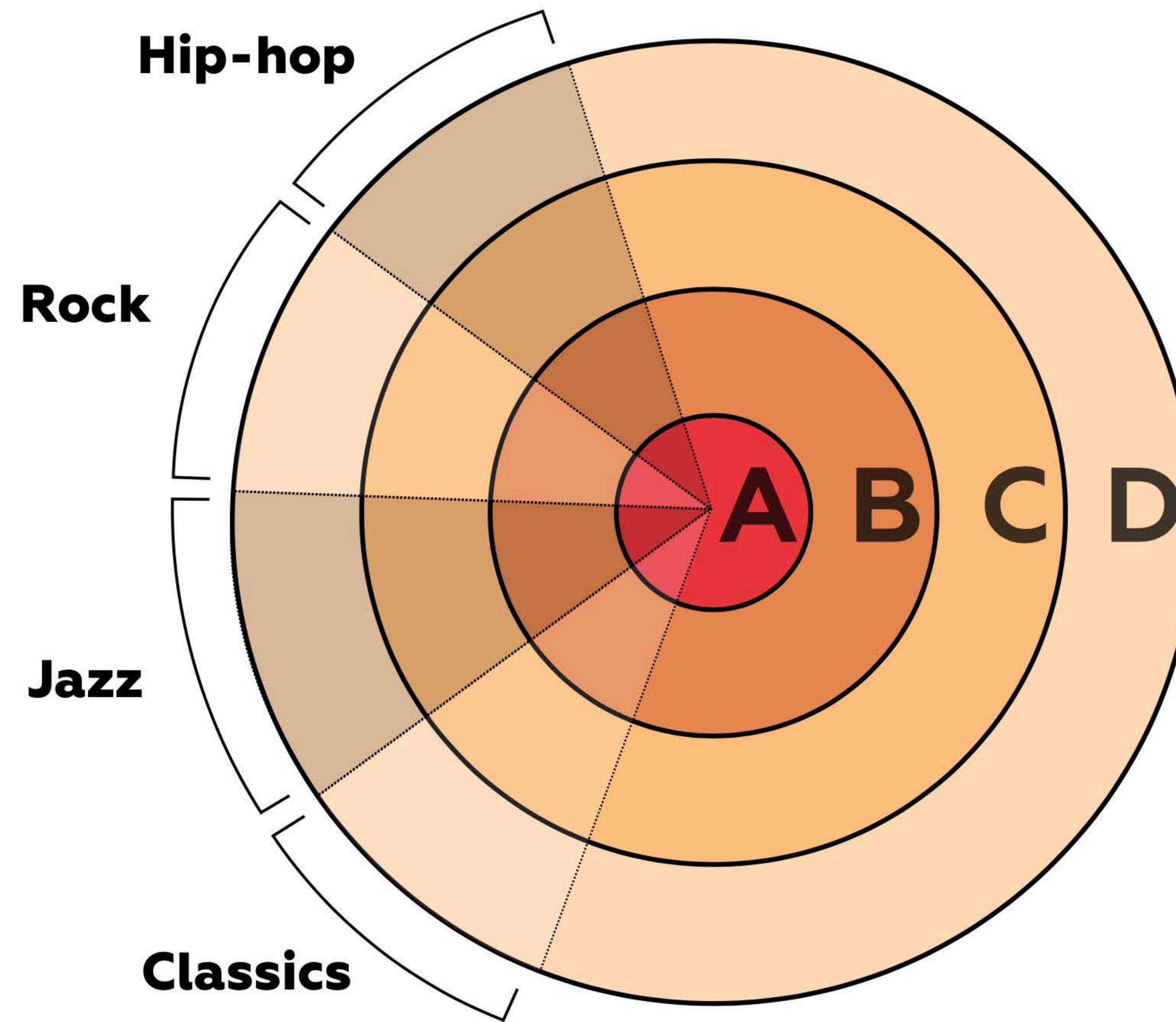
Под аудиобрендингом мы понимаем всю совокупность инструментов музыкальной индустрии, которые используются в маркетинговой коммуникации бренда.



# Виды услуг

- Производство аудио-контента
- Подбор и лицензирование аудио-контента
- Аудио пост-продакшн
- Аудиобрендинг
- Коллaborации с артистами
- Исследования и данные
- Музыкальная стратегия и креатив
- Продвижение музыкального и аудио контента
- Аудио оформление In-Store & HoReCa
- Live Shows & Entertainment – музыкальные мероприятия

# КАТЕГОРИИ АРТИСТОВ

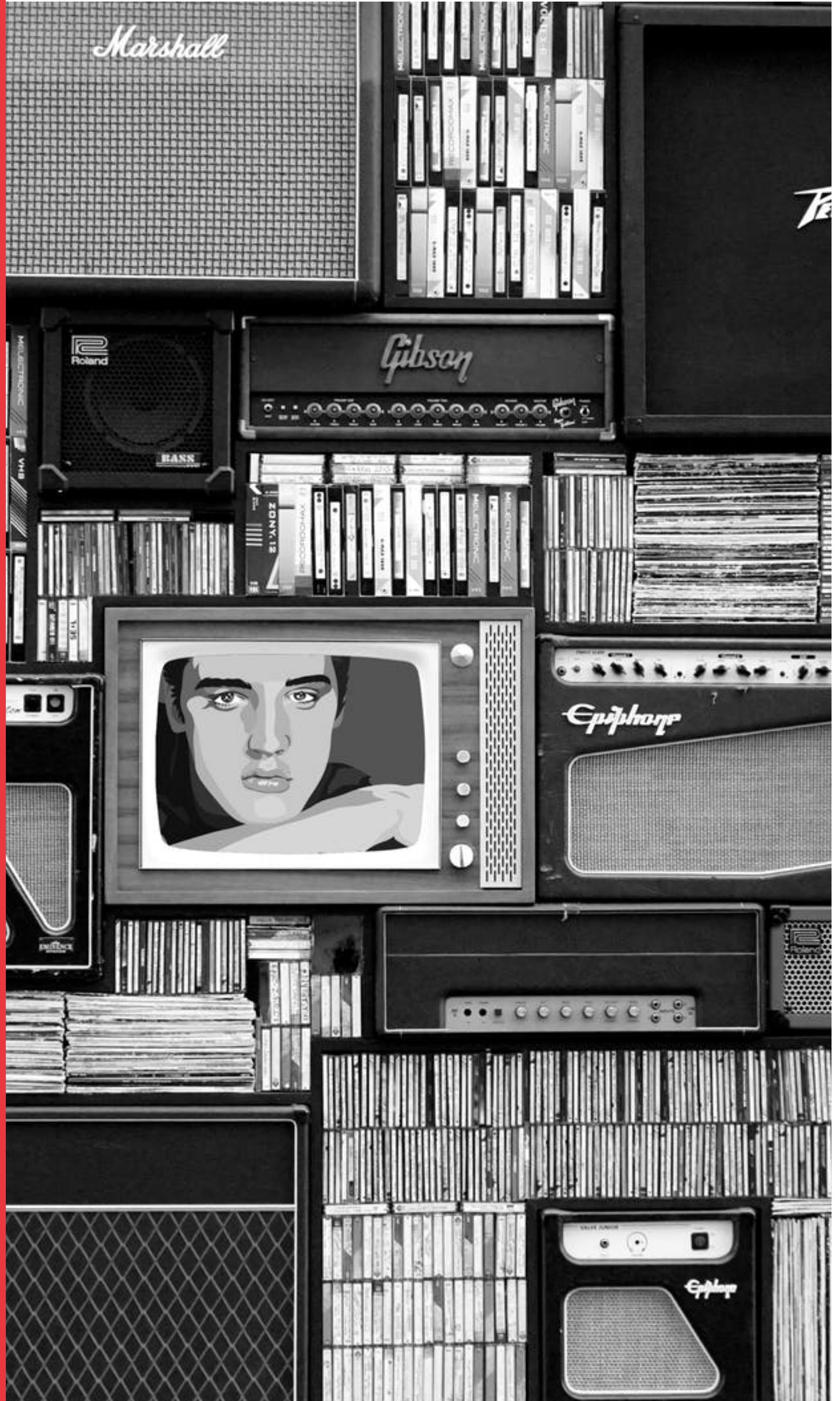


**A – легендарные**  
Золотой фонд

**B – популярные**  
Чарттопперы

**C – восходящие**  
Укрепляют позиции в чартах

**D – начинающие**



# Правила лицензирования

- Правила оформления запросов на лицензирование
- Согласования и отказы
- Диапазоны цен на типовые объемы прав



# Параметры формирования стоимости прав

- 1) Срок
- 2) Территория
- 3) Виды медиа
- 4) Количество роликов в кампании
- 5) Бренд/товарная категория



# Порядок согласования

- 1) Формирование предварительной стоимости лицензии правообладателям
- 2) Предварительное подтверждение бюджета рекламодателем
- 3) Утверждение креатива и параметров кампании с авторами и исполнителями
- 4) Формирование финальной стоимости лицензии
- 5) Согласование стоимости с рекламодателем
- 6) Оформление и подписание договоров

# Примечания

- Этапы 1-3 являются предварительными
- До пункта 4 кампания не считается утверждённой авторами и исполнителями
- Формальное разрешение на использование музыки рекламодатель получает только после завершения 6 пункта
- Торги возможны только на этапах 1-3
- Минимальный рекомендованный срок получения разрешения на использование музыки – 14 дней
- По отдельным категориям товаров возможны повышающие коэффициенты, например: Dark Market, Фастфуд, Фарма





# Стоимость прав

Ориентиры по стоимости лицензии на авторские и смежные права  
1 год РФ, ТВ+Интернет, 1 ролик

**A – легендарные** >200 000 евро

Золотой фонд

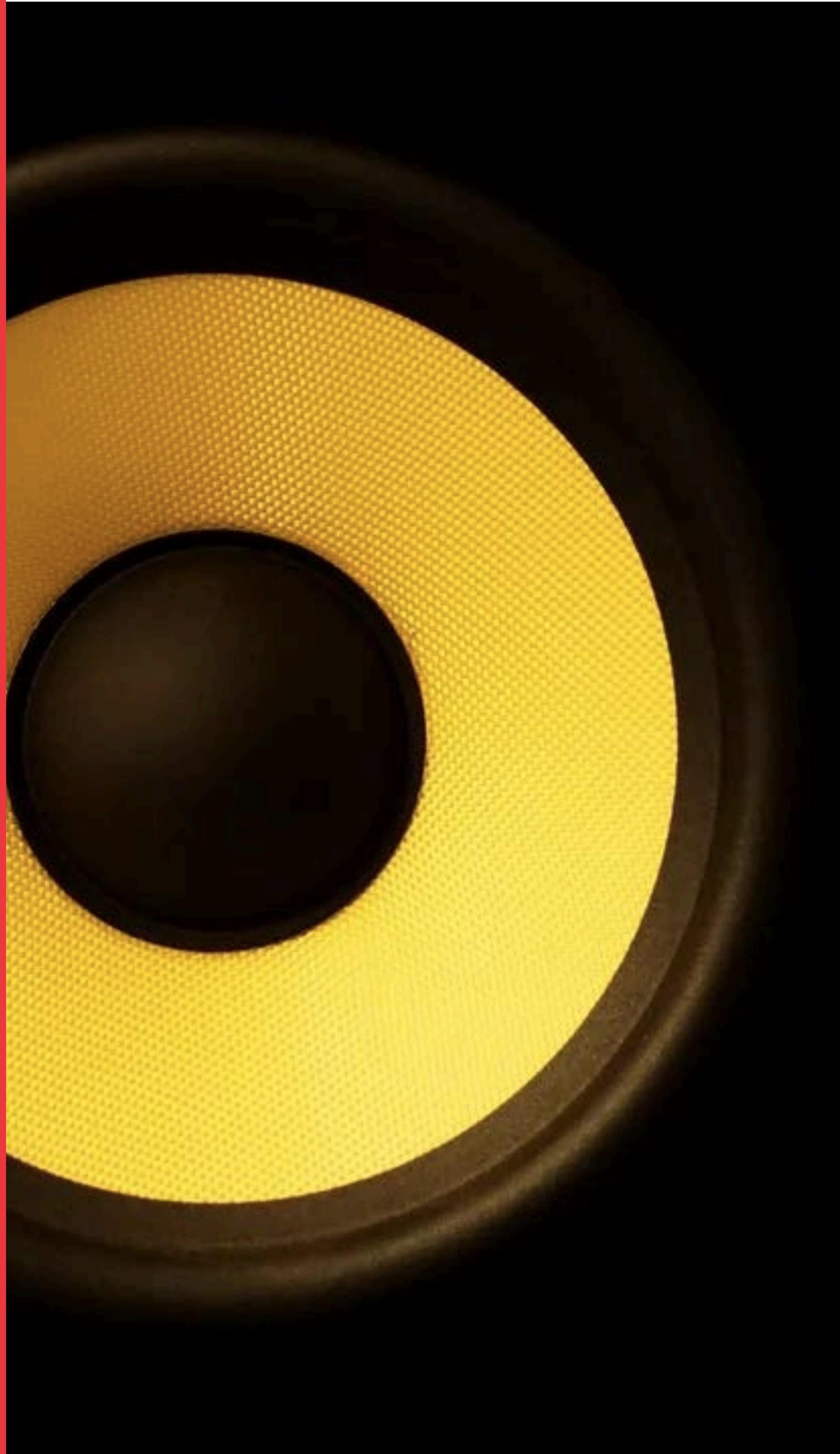
**B – популярные** 70-200к

Чарттопперы

**C – восходящие** 30-70к

Укрепляют позиции в чартах

**D – начинающие** 15-30к



# Продакшн библиотеки

Ориентиры по стоимости лицензии на 1 год РФ, без учёта налогов

- ТВ 40000 – 70000 руб
- Радио 15000 – 25000 руб
- POS 20000 – 50000 руб
- Публичные места 20000 – 50000 руб
- Кинотеатры 20000 – 50000 руб
- Все опции 110000–160000 руб



# Примечания

- Роялти фри контент не позволяет передавать права третьим лицам, предназначен только для частного использования
- Сроки очистки прав на библиотечные треки – 1-3 дня

\* Royalty Free Content (роялти фри контент) относится к типу лицензирования музыки, который позволяет покупателю платить за лицензию один раз и использовать музыку в своих целях не одно количество раз.

# АРТИСТЫ И БРЕНДЫ



Коллaborации с артистами



# Типы коллaborаций

- Амбассадорство (артист становится представителем бренда)
- Product Placement (интеграция бренда в песни, клипы, видео и сценический контент)
- Endorsement (демонстрация использования продукта, поддержка бренда артистом в различных медиа, включая живые выступления)
- Production (написание музыки для бренда и участие в изготовлении брендированного контента)



# Параметры, формирующие стоимость

- 1) Категория артиста
- 2) Степень вовлечения артиста (время, сроки)
- 3) Объём производства силами артиста
- 4) Объём прав



# Порядок согласования

- 1) Формирование болл-парка\*
- 2) Предварительное подтверждение бюджета рекламодателем
- 3) Утверждение креатива и параметров кампании с менеджментом артиста
- 4) Формирование финальной стоимости проекта
- 5) Согласование стоимости с рекламодателем
- 6) Оформление и подписание договоров

## Подтверждение проекта

Пункт 3 может существенно повлиять на условия работы артиста на проекте, включая изменение стоимости, сроков и даже отказа от участия.

\* От англ. Ballpark (болл-парк) - приблизительная оценка.

# Примечания



- Минимальный рекомендованный срок до запуска проекта – 60 дней
- Вся цепочка контрактации должна быть официально завизирована рекламодателем
- Стандартным условием производства спецпроекта является 50% предоплата и постоплата 15 дней после запуска кампании



# Ценообразование

Ориентиры по стоимости привлечения артистов

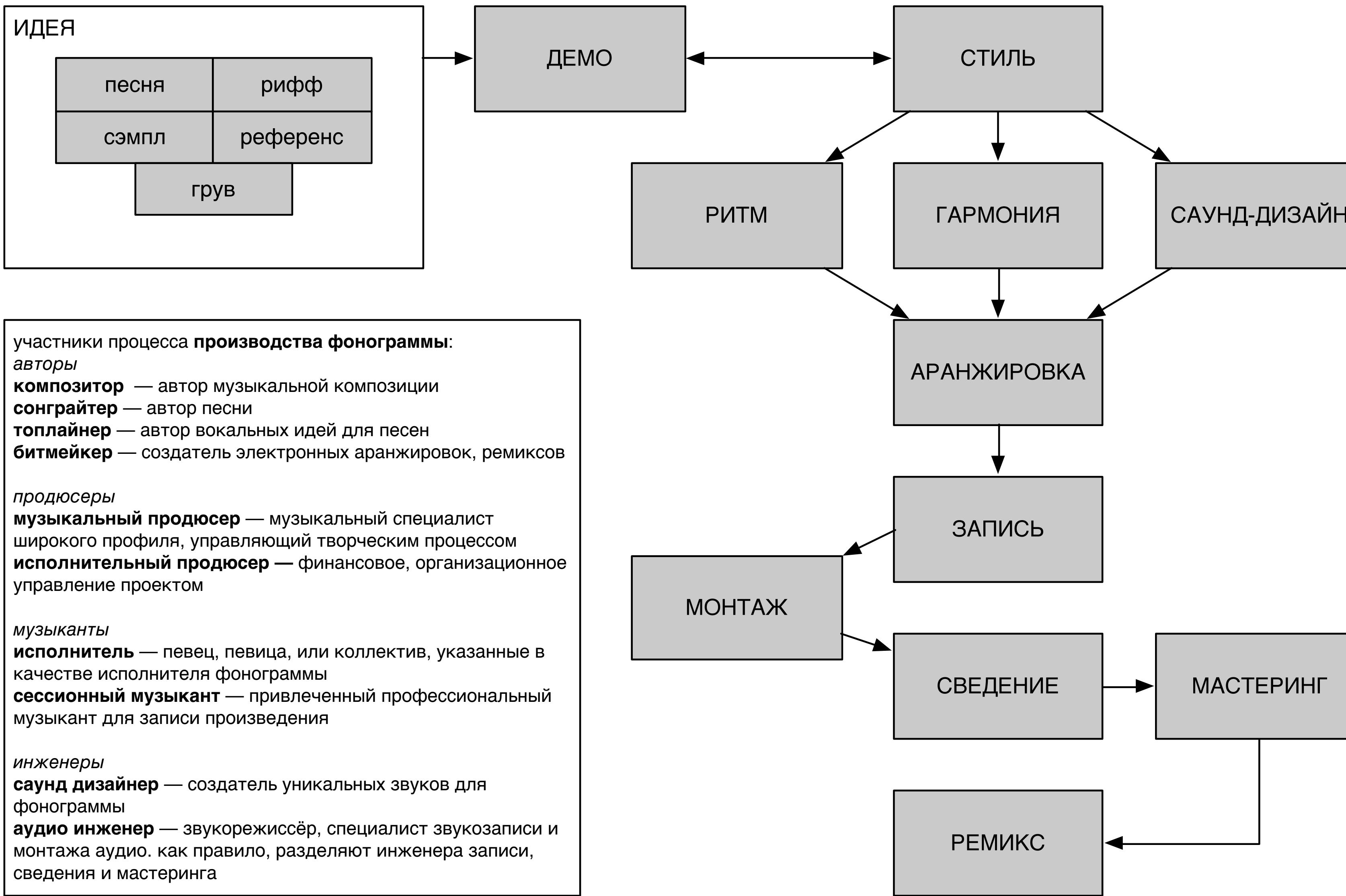
- A – легендарные** индивидуально
- B – популярные** от 100 000 евро
- C – восходящие** 20000 - 80000 евро
- D – начинающие** 10000 - 20000 евро

# Производство аудио

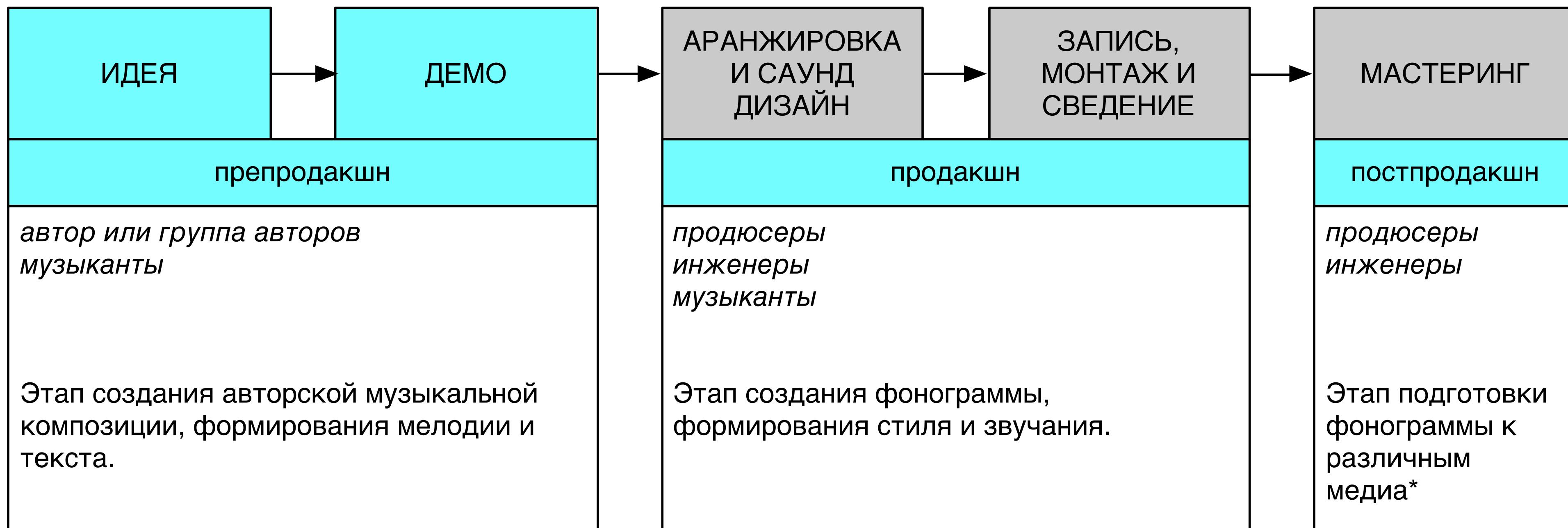


- Виды аудио-контента
- Виды и стоимости лицензий
- Рейты специалистов
- Производство фонограмм
- Производство аудио-контента
- Аудио пост-продакшн

# Технологическая карта производства



# Этапы производства фонограмм





# Специалисты

*Авторы:*

**Композитор** - автор музыкальной композиции

**Сонграйтер** - автор песни

**Топлайнер** - автор вокальных идей для песен

**Битмейкер** - создатель электронных аранжировок, ремиксов

*Продюсеры:*

**Музыкальный продюсер** - музыкальный специалист широкого профиля, управляющий творческим процессом

**Исполнительный продюсер** - финансовое, организационное управление проектом

*Музыканты:*

**Исполнитель** - певец, певица, или коллектив, указанные в качестве исполнителя фонограммы

**Сессионный музыкант** - привлечённый профессиональный музыкант для записи произведения

*Инженеры:*

**Саунд дизайнер** - создатель уникальных звуков для фонограммы

**Аудио инженер** - звукорежиссёр, специалист звукозаписи и монтажа аудио.

Как правило, разделяют инженера записи, сведения и мастеринга

# Параметры формирования стоимости проекта

- 
- 1) Категория специалиста
  - 2) Тайминги (время, сроки)
  - 3) Сложность задачи (определяет необходимость привлечения дополнительных средств и ресурсов для производства)
  - 4) Объём производства
  - 5) Объём прав
  - 6) Срок оплаты



# Ценообразование

Песни	200 000 – 700 000 руб
Музыка	100 000 – 700 000 руб
Аудиобрендинг	500 000 – 1 500 000 руб
Аудио пост-продакшн	от 2000 руб/час