

АЖАР

ГЛОССАРИЙ ТЕРМИНОВ АУДИОБРЕНДИНГ

МОСКВА 2020 ГОД

АУДИОБРЕДИНГ — часть медиабрендинга, уникальное звуковое оформление и инструмент звуковой (аудиальной) маркетинговой поддержки бренда. Аудиобрендинг подразумевает использование фонограмм для придания уникального звучания бренду.

АУДИОРЕКЛАМА — формат маркетинговых коммуникаций, где основная информация передается посредством звукового ряда.

АКУСТИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН – комплекс мер и средств, которые позволяют музыке внутри помещения звучать приятно и естественно.

ВНУТРЕННЕЕ ИЛИ ИНСАЙД РАДИО — средство прямого общения с покупателями внутри торговой точки, с помощью которого повышается узнаваемость бренда и формируется потребительское настроение.

ДЖИНГЛ — имиджевый музыкально-информационный элемент с произнесением или пропеванием (чаще всего многоголосным) названия бренда и его фирменного слогана. Продолжительность Джингла от 3-х до 7-ми секунд. Джингл может быть создан на основе музыкального логотипа или других имеющихся имиджевых элементов, например, рекламная песня, гимн, фирменная композиция.

ЗВУКОВОЙ ПРОДАКТ-ПЛЕЙСМЕНТ — размещение упоминания товара или торговой марки в каком-либо продукте, индустрии, культуре или произведении искусства. Приём неявной (скрытой) рекламы, заключающийся в том, что элементы звучания в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах, аудиокнигах имеют реальный коммерческий аналог — бренд. Может проявляться в демонстрации непосредственно самого рекламируемого продукта, его логотипа, а также упоминания продукта в положительном смысле.

КОММЕРЧЕСКИЙ АУДИОТРЕК — аудиотрек, созданный с целью повышения экономической эффективности деятельности компании.

КОРПОРАТИВНАЯ ИЛИ БРЕНДОВАЯ ПЕСНЯ — песня, используемая

компанией в рамках корпоративной культуры. К корпоративным песням относятся корпоративные гимны, а также ситуативные песни, то есть песни, написанные для конкретной ситуации (юбилей фирмы и т. п.). Корпоративные песни являются частью аудиобрендинга компании.

КОРПОРАТИВНЫЙ ГИМН — торжественная песня, восхваляющая и прославляющая кого-либо или что-либо. В подавляющем большинстве случаев расценивается как официальный символ компании, наряду с уставом, флагом, товарным знаком.

МЕДИАБРЕНДИНГ — процесс продвижения бренда (торговой марки) через распространение медиаконтента в средствах массовой информации.

МУЗЫКАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ САЙТА — один из способов индивидуализации бренда. Оно задерживает пользователя на электронных страницах бренда, привлекает к ним особое внимание.

МУЗЫКАЛЬНЫЙ ЛОГОТИП ИЛИ АУДИОЛОГОТИП БРЕНДА — короткая музыкальная фраза или мотив, звуковое выражение товарного знака, бренда, личности, продукта. Краткий лейбл, который призван привлечь внимание слушателей (потенциальных потребителей), запомниться им и создать связь между услышанным и уникальным предложением.

МУЗЫКАЛЬНЫЙ ШАБЛОН ИЛИ СЭМПЛ — относительно небольшой оцифрованный звуковой фрагмент. В качестве сэмпла чаще выступает звук акустического инструмента.

ПЛЕЕР — устройство или программа для воспроизведения аудио.

ПОДКАСТИНГ — способ публикации аудиозаписей, новостей компании или статей в сети Интернет в формате MP3, при котором пользователь может прослушать аудиофайл прямо на сайте компании, либо загрузить его в mp3 плеер и прослушать в любое удобное для себя время.

РЕКЛАМНАЯ ПЕСНЯ — музыкально-информационная композиция рекламного характера. Повышает интерес покупателя к товару или услуге с помощью художественных средств.

ФИРМЕННЫЙ КОРПОРАТИВНЫЙ АУДИОСТИЛЬ — пакет аудиопродуктов, отражающий ценности бренда и коррелирующий с его визуальным стилем.

ФИРМЕННАЯ ИЛИ ИМИДЖЕВАЯ КОМПОЗИЦИЯ — инструментальное произведение, выражающее музыкальными средствами основные цели и задачи компании, её корпоративные идеи. Фирменная музыка создаётся для усиления и поддержки образа бренда.

ФИРМЕННАЯ МУЗЫКА ДЛЯ РЕКЛАМЫ — имиджевый музыкальный фон информационных и рекламных объявлений, рекламных роликов бренда. Как правило, состоит из коротких отбивок для начала и окончания объявления, звуковых элементов для акцентирования ключевых фраз и нейтрального фона-подложки для улучшения восприятия текста.

ФОНОВАЯ МУЗЫКА – приятная музыка, которая звучит в фоновом режиме в торговых павильонах, офисах, в кафе, в ресторанах, в салонах красоты и т.д., создавая сотрудникам и посетителям исключительно положительные эмоции.