

ДК 007 : 304 : 070

Панченко С. А.¹, Мельник В. Д.²

¹ канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

² студ. гр. СН-315 ЗНТУ

ВПЛИВ РЕБРЕНДИНГУ НА КОНЦЕПТУАЛЬНО-ЗМІСТОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ «ТЕЛЕКАНАЛУ Z» («МТМ»)

У світі, переповненому товарами і послугами, де сильно розвинена конкуренція, кожна компанія, щоб вижити, прагне «йти в ногу з часом», постійно залучаючи нових клієнтів і адаптуючись під їхні потреби. Не є винятком і засоби масової інформації, які активно працюють над своїм брендом, аби відповідати потребам аудиторії та залучати нову. З плином часу розроблений бренд може застаріти, та суттєво програвати брендам конкурентів. В такому випадку компанії вдаються до технології ребрендингу.

Необхідність проведення ребрендингу може виникнути з різних причин: бренд став неактуальним; з'явився більш успішний бренд орієнтований на ту ж цільову аудиторію; перед брендом можуть бути поставлені глобальні завдання за обсягом продажів, і тому слід змістити «фокус» в бік більш забезпеченої та платоспроможної аудиторії тощо. Таким чином, ребрендинг

залежить від конкретної ситуації і завдань, які будуть стояти перед оновленим брендом.

Комунальне підприємство «Муніципальна телевізійна мережа» була створена для висвітлення діяльності органів місцевого самоврядування, актуальних подій соціально-економічного та культурного життя міста Запоріжжя. Специфіка мовлення телеканалу «МТМ» до проведення ребрендингу не відповідала сучасним тенденціям роботи телебачення в Україні. По-перше, телеканал вів мовлення лише російською мовою. Усі програми виходили у запису, в той час як на більшості запорізьких телекомпаній практикували роботу у прямому ефірі. Аби привернути увагу нових потенційних рекламодавців та глядацьку аудиторію, на базі «МТМ» керівництвом було прийнято рішення створити новий канал. Переформатування муніципальної телевізійної мережі тривало півроку. Було розроблено головні заставки телеканалу, загальний брендинг (стилістику, логотип, навігацію, графіку, музику тощо); оформлення програм «Новини» та «Акценти», (логотипи, дизайн студії тощо).

Практично 8 років телеканал «МТМ» проводив мовлення у звичному форматі. Спочатку створений бренд не потребував ніяких змін, але з часом уподобання споживачів почали змінюватись. Неправильно подані цінності бренду сформувавши в аудиторії чітке уявлення, що «МТМ» – це лише «рупор» міської влади. Порівняно з іншими регіональними телекомпаніями Запоріжжя, телеканал мав застаріле технічне оснащення та неякісну візуальну картинку. Це сприяло відтоку аудиторії до брендів-конкурентів (зокрема телеканалу «TV5»). Аналіз фінансових ресурсів підприємства показав економічний занепад телекомпанії. Про це також свідчила низька заробітна плата працівників та незначна кількість рекламодавців. Результати аналізу виявили, що бренд телеканалу морально застарілий та не відповідає сучасним телевізійним вимогам. Також він не працює на утримання уваги глядача, та не сприяє позиціонуванню телеканалу в інформаційному просторі. З огляду на це керівництвом було прийняте рішення про ребрендинг телеканалу «МТМ».

Повна зміна формату та концепції телеканалу була обумовлена такими чинниками:

- реалізація нової стратегії; телеканал почав позиціонувати себе як міський та інформаційний;
- зміна умов на регіональному медіаринку під впливом посилення конкурентних брендів (ребрендинг телеканалу «TV5»);
- необхідність розширення цільової глядацької аудиторії;
- необхідність збільшення впізнаваності та ефективності телевізійного бренду.

Передусім було здійснено загальний ребрендинг стилістики, логотипу, навігації, графіки, музики, дизайн студії тощо.

Окрім цього було оновлено й технічну базу телекомпанії. Придбано новий студійний комплекс відеокамер для мовлення у прямому ефірі. Встановлено новий майданчик для ведення програм «Новини» та «Акценти». Розроблено новий інформаційний сайт телеканалу. Також мовлення телеканалу перейшло у формат HD. Повністю змінилась концепція мовлення телеканалу. «Z» відмовився від ретрансляції «24 каналу» та зробив акцент на продуктах власного виробництва. Із старих програм залишились новини та оновлена програма «Акценти» з новим візуальним дизайном та новими ведучими.

Отже, ребрендинг мав позитивний вплив на «Телеканал Z». Новий бренд став актуальним та цікавим. Змінені концепція та формат мовлення телеканалу виокремили нішу «Телеканалу Z» у медійному просторі Запоріжжя.