

МАНИФЕСТ ПРОДУКТА

СИСТЕМА ГЕНЕРАЦИИ ЗРИТЕЛЬСКОГО СПРОСА.

**Не сообщаем о премьере.
Создаём желание её
увидеть.**

Почему это важно маркетингу,
медиа, ROI-команде, CEO,
продюсеру и зрителю.

ЧТО МЫ ПРОДАЁМ?

Мы продаём управляемый зрительский спрос — переход от знания о шоу к намерению, подписке и просмотру.

ПРОБЛЕМА

ОХВАТ НЕ РАВЕН
ИНТЕРЕСУ

Можно купить миллион контактов, но контакт сам по себе не создаёт причины нажать Play.

ПРОДУКТ

ИСТОРИЯ ВОКРУГ ШОУ

Сцены, конфликты и незакрытые вопросы запускают самостоятельный поиск продолжения.

РЕЗУЛЬТАТ

ИЗМЕРИМОЕ ДЕЙСТВИЕ

Поиск, визит, подписка, старт выпуска, глубина просмотра и возврат к серии.

THE ATTENTION GAP

«Я знаю про шоу» не значит «я буду смотреть».

- 01 Увидел, но не захотел — нет viewing intent.
- 02 Захотел, но не перешёл — потеря интереса в действие.
- 03 Перешёл, но не запустил — проблема активации.
- 04 Запустил и ушёл — проблема удержания выпуска.
- 05 Посмотрел и не вернулся — проблема возврата.

ОДНА СИСТЕМА. ШЕСТЬ РАЗНЫХ ЦЕННОСТЕЙ.

Одна большая боль объединяет всех: знание о шоу не превращается автоматически в желание его смотреть.

01 / МАРКЕТОЛОГ

ПРИЧИНА ДЕЙСТВОВАТЬ

Боль: кампания замечена, продукт неинтересен.
Ценность: креатив ведёт в поиск, подписку и просмотр.

02 / МЕДИАДИРЕКТОР

КОНТАКТ С РОЛЮ

Боль: СРМ заканчивается показом. Ценность: медиаволны оптимизируются по стоимости квалифицированного старта.

03 / ROI-КОМАНДА

ИНКРЕМЕНТАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ

Боль: ролики не связаны с потреблением шоу. Ценность: контрольная группа показывает дополнительные старты и их стоимость.

04 / CEO

УПРАВЛЯЕМЫЙ СПРОС

Боль: известность не гарантирует аудиторию. Ценность: baseline, stop/scale-критерии и понятная ответственность.

05 / ПРОДЮСЕР

ПЛАНКА КАЧЕСТВА

Боль: трейлер пересказывает готовое. Ценность: реакции до премьеры показывают, что усилить внутри настоящего выпуска.

06 / ЗРИТЕЛЬ

ИСТОРИЯ, НЕ ПРЕРЫВАНИЕ

Боль: реклама забирает внимание. Ценность: загадка, версии и желание проверить их на премьере.

Ценность системы не одинакова для всех функций — но измеряется в одной воронке.

ПРОДВИЖЕНИЕ ПОДНИМАЕТ ПЛАНКУ САМОГО ШОУ.

Нарратив до премьеры создаёт обещание, которому реальный выпуск обязан соответствовать.



THE LOOP

МАРКЕТИНГ БОЛЬШЕ НЕ ОБЕЩАЕТ ТО, ЧЕГО НЕТ.

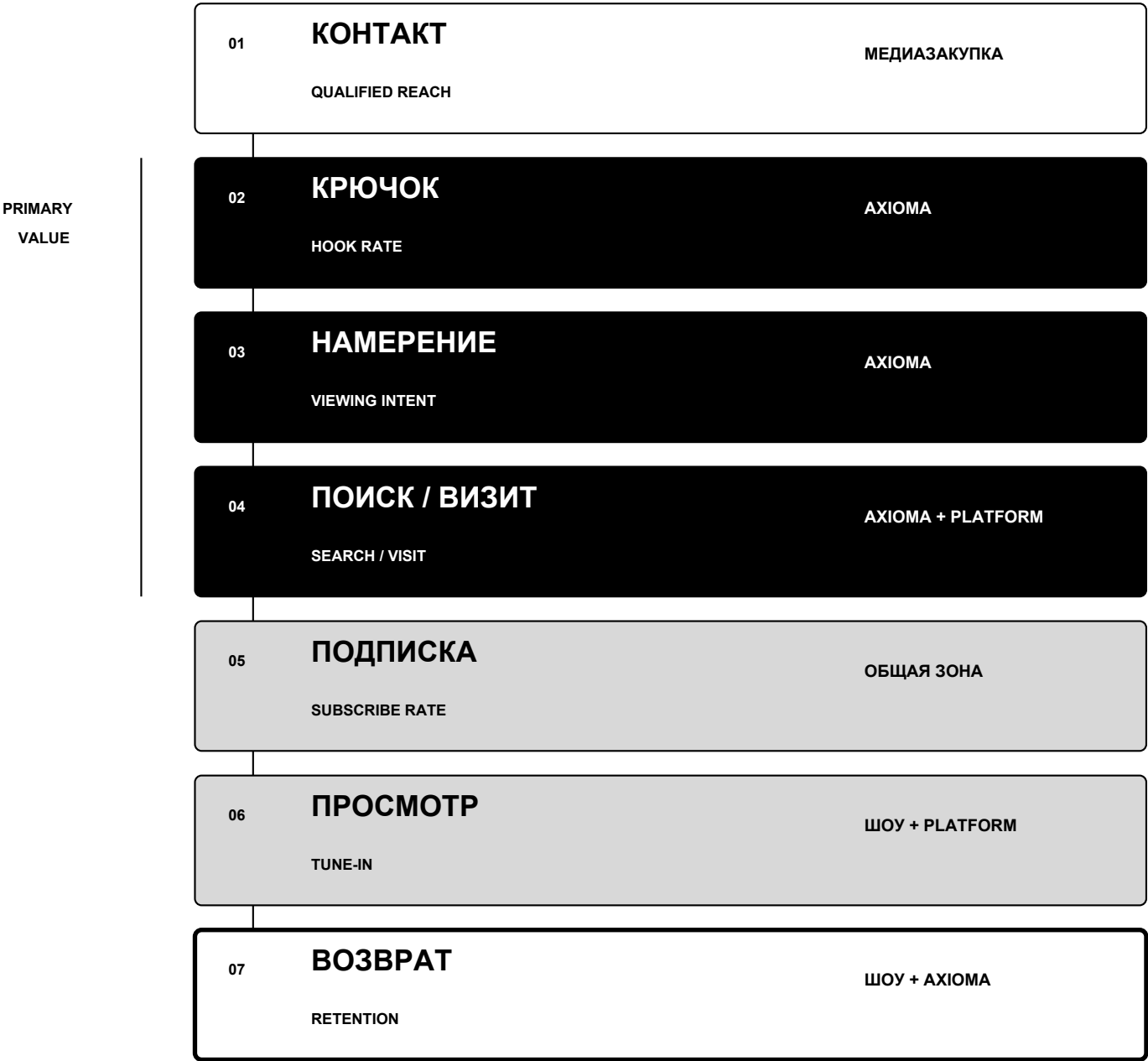
Он становится системой ранней обратной связи: проверяет интерес, помогает усилить содержание и затем измеряет, как ожидание превратилось в просмотр и возврат.

ПОЧЕМУ ЭТО БОЛЬШАЯ БОЛЬ

Без этого цикла медиабюджет и производство существуют отдельно: реклама обещает одно, шоу отдаёт другое, а ROI-команда видит только охват. Narrative Demand соединяет обещание, продукт и измерение в одну систему.

ОТ КОНТАКТА К ПРОСМОТРУ.

Основная зона AXIOMA — переход от рекламного контакта к намерению и поиску. Tune-in и возврат являются общей зоной с шоу и платформой.



КЛЮЧЕВАЯ КОНВЕРСИЯ: CONTACT → HOOK → INTENT → SEARCH

КОНВЕРСИЯ СЧИТАЕТСЯ. НЕ ПРИДУМЫВАЕТСЯ.

Эффект доказывается A/B-тестом на одинаковой аудитории и одинаковом медиавесе. Универсального процента, который можно честно обещать каждому шоу, не существует.

CELL A / BASELINE

ОБЫЧНЫЙ ТРЕЙЛЕР

1 000 000 КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КОНТАКТОВ

1,0% TUNE-IN

10 000 СТАРТОВ

CELL B / TEST

НАРРАТИВНАЯ СЕРИЯ

1 000 000 КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КОНТАКТОВ

2,0% TUNE-IN

20 000 СТАРТОВ

ILLUSTRATIVE CALCULATION

REACH × (TUNE-IN B – TUNE-IN A)

1 000 000 × (2,0% – 1,0%) = +10 000 дополнительных стартов.

Это демонстрация метода, не рыночный benchmark и не гарантия. В коммерческом плане цифры заменяются реальным baseline клиента. До пилота фиксируются источники трафика, окно атрибуции, контрольная группа и определение квалифицированного просмотра.

МАНДЕЛА — МЕХАНИКА. ПРОДУКТ — ДВИГАТЕЛЬ СПРОСА.

Клиент покупает не отдельный AI-ролик, а управляемую систему вокруг премьеры.

01

НАРРАТИВНАЯ АРХИТЕКТУРА

Конфликт, незакрытый вопрос, персонажи и правила раскрытия.

02

ПРОИЗВОДСТВО

Вертикальные сцены, альтернативные версии, creator-адаптации и короткие сериалы.

03

РАСПРОСТРАНЕНИЕ

Медиаволны, посевы, авторы и последовательность повторных контактов.

04

КОНВЕРСИОННЫЙ МАРШРУТ

Каждый ролик ведёт в поиск, канал, подписку, напоминание или выпуск.

05

ИЗМЕРЕНИЕ

Контент связывается с поиском, переходом, подпиской, play start и возвратом.

06

ОПТИМИЗАЦИЯ И REVEAL

Усиливаем работающие линии и раскрываем механику без потери доверия.

CREATIVE MECHANICS

Фантомные сцены · украденные кадры · персонажи-фантомы · альтернативные версии · trailer ghosts · staged creator POV

МЫ ИЗМЕРЯЕМ НЕ ШУМ. МЫ ИЗМЕРЯЕМ ПЕРЕХОД.

Охват остаётся входной метрикой. Ценность появляется, когда кампания показывает движение зрителя между нодами.

МЕТРИКА	ЧТО СЧИТАЕМ	КОНВЕРСИЯ
QUALIFIED REACH	Качественные контакты	База расчёта
HOOK RATE	Досмотр крючка / реакция	Контакт → внимание
SEARCH LIFT	Рост запросов шоу и сцен	Внимание → намерение
VISIT RATE	Переход на канал / карточку	Намерение → визит
SUBSCRIBE RATE	Подписка / напоминание	Визит → ожидание
TUNE-IN RATE	Старт выпуска после контакта	Ожидание → просмотр
QUALIFIED WATCH	Просмотр заданной глубины	Старт → вовлечённость
RETURN RATE	Возврат к следующей серии	Просмотр → retention

ATTRIBUTION LAYER

Размеченные URL / QR / deep links · контрольная группа · платформенные события · branded search lift

До запуска партнёры утверждают единый СТА, источники данных и окно атрибуции. Иначе кампания измеряет только просмотры роликов, но не зрительский спрос.

ГДЕ НАЧИНАЕТСЯ И ЗАКАНЧИВАЕТСЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.

AXIOMA	ШОУ + PLATFORM	ОБЩАЯ ЗОНА
01 крючок и нарратив	01 карточка и доступность выпуска	01 единый СТА и календарь
02 короткие форматы	02 качество эпизода	02 права на лица и голос
03 распространение и путь	03 удобство просмотра	03 brand safety
04 A/B-тест и оптимизация	04 основной retention внутри шоу	04 официальный reveal

GUARDRAILS

ИНТРИГА БЕЗ ПОТЕРИ ДОВЕРИЯ

- 1

Согласованные лица, голоса, локации и логотипы.
- 2

Без ложных обвинений и репутационно опасных действий.
- 3

Постановочный creator-слой без имитации реальных СМИ.
- 4

Обязательный reveal, который возвращает зрителю контроль.

15 СЕКУНД

«Обычная реклама сообщает, что шоу существует. Мы создаём причину, по которой человеку самому хочется его найти и посмотреть».

30 СЕКУНД

«Большинство шоу проигрывают не потому, что плохо сняты, а потому, что зритель не видит причины нажать Play. Мы создаём вокруг шоу короткие истории, которые хочется обсуждать. Люди ищут продолжение, подписываются и приходят на премьеру. Так рекламный контакт превращается в зрительский спрос».

ONE-LINE PRODUCT DEFINITION

Мы не рекламируем шоу. Мы создаём историю вокруг шоу, из-за которой его начинают ждать.

МЫ НЕ ПРОДАЁМ

случайный медиа-шум · набор AI-роликов · гарантированный вирусный охват · обман о реальных людях · замену качеству самого шоу