

event

branding



pr

expo

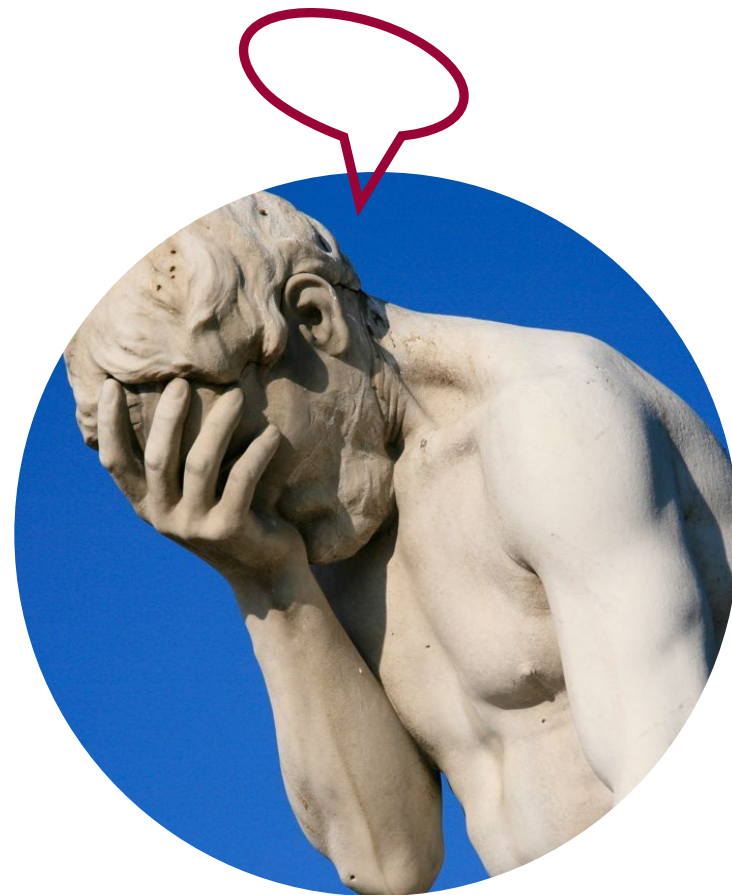
ЗАКОН О МАРКИРОВКЕ

ЧТО И КАК МАРКИРОВАТЬ?

КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО 4D

Содержание

1. Какие форматы нужно маркировать
2. Какие форматы можно не маркировать
3. По каким форматам остаются вопросы
4. Как ставится маркировка
5. Маркировка на практике (примеры)
6. Пресс-релизы
7. Анонсы
8. Инфопартнерства
9. Самореклама



ЧТО МАРКИРОВАТЬ

КАКИЕ ФОРМАТЫ НУЖНО МАРКИРОВАТЬ

1. Реклама в Яндекс (директ и др.), таргетированная реклама ВКонтакте, myTarget, VK Реклама, Telegram Ads, CPA-размещения и т. д.
2. Нативный контент в VK-сообществах, ОК-группах, Telegram-каналах: размещения у блогеров, посевы, истории, прямые эфиры
3. Имиджевые публикации и баннеры в СМИ
4. Подкасты, видеоролики (например, на youtube-каналах)



ЧТО МАРКИРОВАТЬ

КАКИЕ ФОРМАТЫ МОЖНО НЕ МАРКИРОВАТЬ

- E-mail-рассылки и push-уведомления
- Эфиры радио и ТВ, публикуемые в интернете без изменений
- Социальная реклама



ЧТО МАРКИРОВАТЬ

ПО КАКИМ ФОРМАТАМ ОСТАЮТСЯ ВОПРОСЫ

- Пресс-релизы
- Анонсы мероприятий
- Инфопартнерства
- Самореклама



КАК МАРКИРОВАТЬ

КАК СТАВИТСЯ МАРКИРОВКА

В случае технической возможности идентификатор рекламы присоединяется к адресу страницы сайта

В остальных случаях:

- Текстовый блок: идентификатор рекламы размещается в начале
- Текст-графический блок: идентификатор рекламы поверх
- Видеоролик: в начале и (или) поверх видеоролика в виде пометки «erid: xxx»...





Маркировка на практике

ПРИМЕРЫ АВТОМАТИЧЕСКОЙ МАРКИРОВКИ

- Таргетированная и директ-реклама маркируется автоматически, как и посты, размещённые через маркет-платформу VK
- Идентификатор интегрируется в ссылку, по которой идет переход на сайт.
- Необходимо только заполнить данные в рекламных кабинетах



ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ МАРКИРОВКА

ПРИМЕРЫ РУЧНОЙ МАРКИРОВКИ

Пример наших размещений в СМИ со скрытой маркировкой (защитой ссылкой в линк сайта Monopoly.Online и защитой в специальный значок на иллюстрации <?>)

The screenshot shows a news article on the website 101.ru. The article title is "Как перевозчику экономить на топливе". The text mentions that 34% of all expenses for freight forwarders are fuel costs, and that the Monopoly.Online platform provides data on this. A red circle highlights a small icon in the top right corner of the article image, which is a placeholder for a logo. The icon is a small square with a question mark inside. The article also mentions a promotion for the "Мультисервис" service, where the first two months after the start of the service are credited with 2% cashback as bonuses. The article concludes by stating that details can be learned from the "Мультисервис" manager and that it is simple to proceed by clicking on a link and leaving a request. The link is highlighted in blue in the original image.

Подробности можно узнать у менеджера «Мультисервиса». Сделать это просто: пройдите по [ссылке](#) и оставьте заявку. С вами свяжется менеджер чтобы обсудить все детали и ответить на интересующие вопросы.

Monopoly.Online — платформа для организации грузоперевозок (0+).

ООО «МОНОПОЛИЯ.Онлайн» (ИНН: 7810384750), monopoly.online.

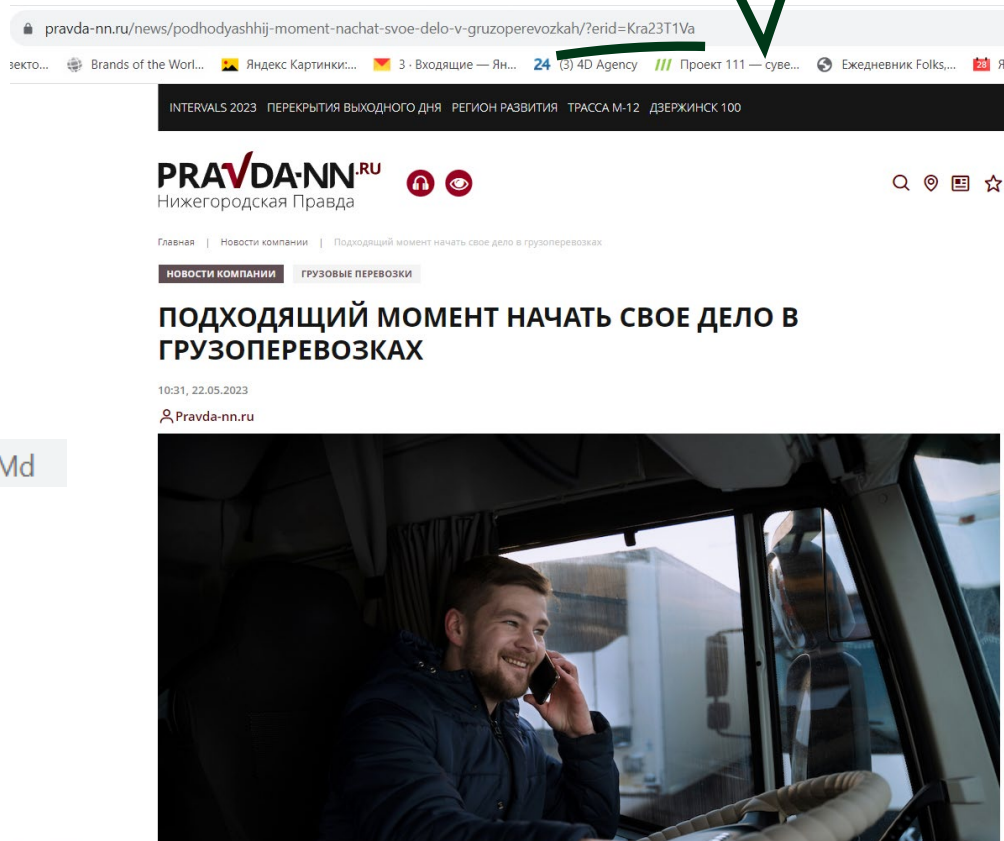


ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ МАРКИРОВКА

ПРИМЕРЫ РУЧНОЙ МАРКИРОВКИ

Размещения с маркировкой в
адресной строке кажутся самым
выигрышным вариантом, но подходит
не всем СМИ
и форматам

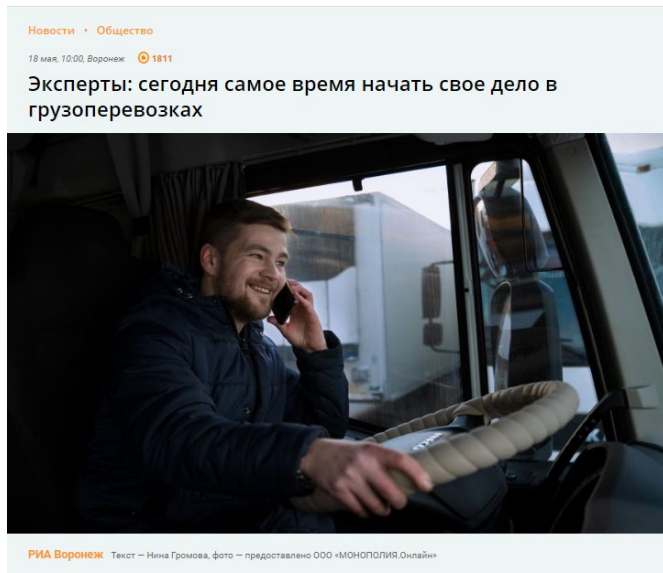
ugra.kp.ru/daily/27457/4711842/?erid=LjN8KF4Md



ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ МАРКИРОВКА

ПРИМЕРЫ РУЧНОЙ МАРКИРОВКИ

Вот так выглядит
маркировка в начале
текстов постов
и публикаций СМИ
(как требует РКН):



erid: LdtCKEM32

В России снова дефицит перевозчиков: ставки на перевозку растут, грузов много, а машин, готовых их вывезти, не хватает. Проект «Монополия.Бизнес» разбирает, насколько сейчас удачный момент, чтобы стать предпринимателем в грузоперевозках.

Sostav

28 279 subscribers



Pinned message

Sostav впервые запускает проект «Видеоинтервью» Лю,



erid: LjN8KR9Bq

🚚 Кейс Ingate и ПЭК: как «ChatGPT Таргетинг» от Roxot увеличил конверсию в 2,2 раза

Оператор грузоперевозок ПЭК и агентство Ingate работали над продвижением сервиса доставки сборных грузов по России. В программатик-канале они разделили бюджет между тремя DSP. Roxot показал post-view-конверсию в 2,2 раза выше, чем другие партнёры: 0,022% против 0,01% и 0,004%. Для показа рекламы целевой аудитории компания использовала «ChatGPT Таргетинг» — инструмент для определения интересов пользователей в интернете с помощью нейросети.

«ChatGPT Таргетинг» доступен для всех рекламодателей Roxot. Для размещения рекламных кампаний можно связаться с основателем и генеральным директором компании Roxot Радмиром Насыровым в Telegram: <https://go.roxot.com/contact-us>

ПРИМЕРЫ РУЧНОЙ МАРКИРОВКИ

Однако большинство СМИ и каналов по понятным причинам ставят маркировку в конце



По многочисленным просьбам участников рынка Роскомнадзор рассмотрит возможность переноса идентификатора в любую часть текста. При этом пометка «реклама» должна будет находиться сверху рекламной публикации.



Фонтанка.ру
20 июня в 17:00



21–25 июня 2023 года Петербург принимает Международный военно-морской салон.

Впервые МВМС состоится на территории «Острова фортов» в Кронштадте.

В павильонах комплекса будет представлена продукция 250 ведущих российских и иностранных производителей — лидеров в области кораблестроения, судостроения, вооружения, морской авиации, навигации и связи.

Помимо научно-деловой и демонстрационной программ запланирована и культурно-массовая. В частности, детская парусная регата и выступление пилотажной группы «Стрижи».

Добраться до места проведения можно как по суше, так и морским путем. Также для гостей МВМС предусмотрены перехватывающая парковка и бесплатный шаттл.

Посетить МВМС можно 24–25 июня.

Участие бесплатное и не требует предварительной регистрации. (0+)

Узнайте, как стать гостем МВМС, на сайте <https://vk.cc/cosRjn>

*В программе МВМС 2023 возможны изменения.

Реклама, ООО «КонкордБизнесСервис», ИНН: 7734147578, <http://concordgroup.ru/>
Kra23yu7f





СПОРНЫЕ ФОРМАТЫ

МАРКИРОВАТЬ ЛИ?

ПРЕСС-РЕЛИЗЫ

- Один и тот же инфоповод может быть и информацией, и рекламой в зависимости от типа СМИ, где он размещен
- Грань очень тонкая, почти интуитивная. Намётанный глаз редактора всегда видит эту грань
- Все пресс-релизы так или иначе типовые, их можно классифицировать



МАРКИРОВАТЬ ЛИ?

ТИПЫ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ

- Аналитика по отрасли от участника рынка (не реклама)
- Аналитика с итогами года по конкретному участнику рынка (для отраслевого СМИ — не реклама)
- Сообщение участником рынка о создании продукта/запуске новой услуги/появлении нового объекта (для отраслевого СМИ – не реклама, для делового СМИ не реклама при условии влияния продукта/услуги/объекта на рынок)



МАРКИРОВАТЬ ЛИ?

ТИПЫ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ

- Сообщение участником рынка о выигранной премии (для отраслевого СМИ — не реклама)
- Сообщение участником рынка о партнерстве/создании продукта с другим участником рынка (для отраслевого СМИ – не реклама)
- Сообщение участником рынка о спонсорской поддержке (реклама)
- Сообщение участником рынка о скидках, акциях, программах лояльности (реклама)



МАРКИРОВАТЬ ЛИ?

АНОНСЫ

Остается непонятным, подпадают ли под маркировку стандартные афишные форматы:

- Если анонс содержит информацию о событии (выставке, киносеансах, концерте с платным входом), о времени и месте его проведения, стоимости билета, но не содержит ссылок.
- Редакторы афиш размещают такие анонсы бесплатно, так как это информирование читателей о вариантах досуга, а не реклама.



МАРКИРОВАТЬ ЛИ?

ИНФОПАРТНЕРСТВА

- Понятие «бартерной сделки» отсутствует в законодательстве и на данный момент отдельно не регламентируется.
- Соответственно все форматы маркируются исходя из логики «реклама/информация» вне зависимости от бесплатного размещения.



МАРКИРОВАТЬ ЛИ?

САМОРЕКЛАМА

- Самореклама — реклама **на своем** информационном ресурсе своих товаров и услуг. Получается, что под саморекламу не попадают бартерные размещения
- Любую информацию на собственном сайте стоит анализировать на предмет реклама это или информация
- Общая информация о деятельности, ассортименте, выполненная в едином стиле без выделения определенных товаров, не маркируется
- Сообщение об акции, призыв к действию (купить, участвовать) необходимо маркировать отметкой «Самореклама» в кабинете ОРД



ПРИМЕР НЕСАМОРЕКЛАМЫ

По нашему мнению, так выглядит информационный пост в собственных соцсетях.

Почему мы его не маркируем?

- Этот пост информирует о прошедшем мероприятии и деятельности агентства в рамках этого мероприятия;
- Здесь нет продажи услуг, призыва к покупке, ссылки на промо-страницу



Коммуникационное агентство 4D ✓

21 авг в 19:16



В Москве стартовала MIMS Automobility Moscow, международная выставка запасных частей, автокомпонентов, оборудования и товаров для технического обслуживания автомобиля.

Наше агентство подготовило два стенда для компании ATM. Разработали дизайн-проекты, провели застройку и, конечно же, сопровождаем на мероприятии. Посмотрите, как круто получилось 🙌👨🔧



ПРИМЕР САМОРЕКЛАМЫ

А вот такой пост мы
маркируем обязательно.

Обычно в своей группе мы
даем информационные
посты с интересным
контентом для отрасли, но
этот пост создали
специально, чтобы
показать, как работает
маркировка в
саморекламе.

CALL TO
ACTION



Коммуникационное агентство 4D ✓

35 минут назад

Реклама. ООО «АДК 4Д» ИНН 7814357010, ERID Kra23h2ZH

В этом посте мы решили протестировать маркировку саморекламы.

И да, агентство 4D экспертно занимается этим вопросом. Заказывайте рекламу в соцсетях для вашего бренда на сайте: <https://4dru.com/>

Мы подберем для вас самые релевантные площадки для размещения, а также возьмем на себя обязательства по маркировке с учетом закона 😎

Так вот, то что мы сейчас написали - это:

- 1) самореклама
- 2) правда

Поэтому сейчас расскажем, как маркировать подобные публикации.

1. Регистрация в ОРД (можно выбрать из списка <https://rkn.gov.ru/register-ord/register/>)
2. Ввод контрагента (то есть себя).
3. Выбираем раздел «Самореклама», и создаем новый договор.
4. Вводим креатив и получаем для него токен, который потом вставляем либо в текст, либо на картинку.

Спикер



Наталья Белкова

Генеральный директор 4D

Эксперт в области PR, рекламы и маркетинга.
Более 15 лет опыта:
от руководителя пресс-службы пивоваренной
компании «Балтика» до генерального директора
собственного агентства деловых коммуникаций.
Консультант по всем видам связей с
общественностью и СМИ.

belkova@4dru.com

@NNBelkova в Telegram



**Подписывайтесь на наш
Telegram-канал
«Белки и сделки»**



@BELKOVA4D



**Мы будем рады ответить
на все ваши вопросы!**

КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО 4D

+7 (812) 292 6809

Санкт-Петербург, ул. Маркина, д. 16А

