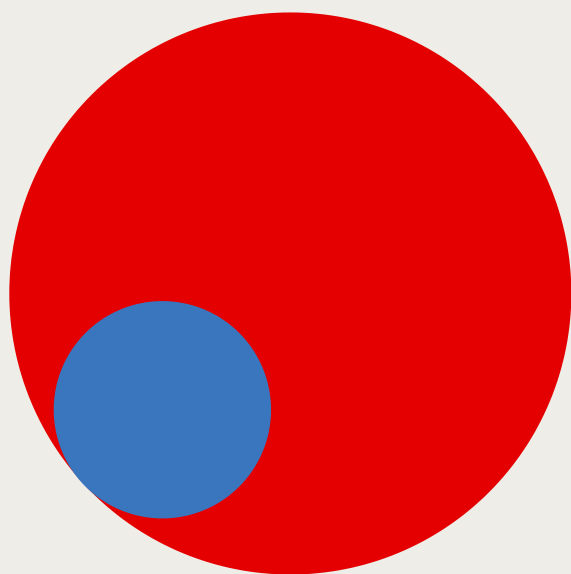




ABSOLUT PRODUCTION PRZEDSTAWIA:

Talent contracting

realnych osób oraz osobowości cyfrowych



TALENT CONTRACTING REALNYCH OSÓB

Kontrakt z talentem nie jest formalnością.

To część złożonego procesu produkcyjnego. Patrzymy na niego nie tylko jak na dokument prawny albo handlowy, ale jak na mapę decyzji, które pozwalają doprowadzić projekt do celu.

Talent Contracting

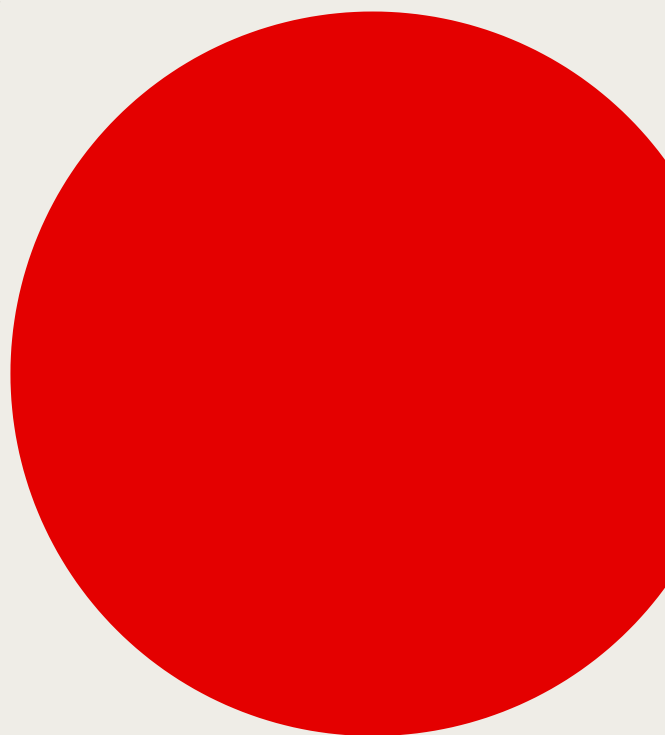
Gdy kampania opiera się na konkretnej osobie, kontrakt nie może ograniczać tego, co marka chce osiągnąć.

Pracujemy po stronie marki albo agencji.
Wchodzimy wtedy, kiedy pomysł opiera się na
udziale konkretnej osoby: aktora, muzyka,
sportowca, twórcy internetowego, influencera,
eksperta albo innej rozpoznawalnej osobowości.

Od pierwszego rozpoznania prowadzimy proces tak,
żeby warunki współpracy pozwalały kampanię wykonać,
opublikować i wykorzystać w zaplanowanym zakresie.

Na początku wszystko wygląda dobrze!

Świetny pomysł kreatywny, osoba, która chętnie weźmie udział, rozsądna stawka. Tak właśnie powinno być.





Ale pola eksploatacji się rozszerzają, scenariusz się zmienia, kolejne decyzje zapadają i kilka problemów może pojawić się naraz. Luka jest mała, ale groźna. Okazuje się, że:

- „Online” nie zawsze znaczy to samo.
- Data pierwszej emisji nie zawsze jest datą z media planu.
- Rider nie został uwzględniony przy wyborze konkretnego talentu.
- Approval może zatrzymać wszystkie działania.

Luka w procesie

Luka powstaje wtedy, kiedy każda ze stron widzi tylko własny fragment procesu.

Wówczas:

Agent talentu	widzi interes osoby, którą reprezentuje, ale nie uwzględnia potrzeb klienta
Agencja	widzi pomysł kreatywny, relację z klientem i końcowy efekt
Prawnik	widzi dokument
Produkcja	widzi wykonanie, ale wchodzi, gdy kontrakt jest już podpisany

Gdy kwestie ridera, pól eksploatacji, media planu, daty pierwszej emisji, aprovali, przedłużeń, terytoriów, cutdownów, wariantów i wszystkich działań poza samym materiałem filmowym ujawniają się za późno, dochodzi do renegocjacji i dopłat, a w konsekwencji także zbędnych napięć.

Renegocjacje

Po podpisaniu umowy renegocjacje są nerwowe, kosztowne* i nie gwarantują zgody talentu na cały potrzebny zakres współpracy.

Powodem mogą być zmiany scenariuszowe, niezgodniony rider, niewłaściwe pola eksploatacji, niejasna data pierwszej emisji, brak zgody na cutdowny, brak prawa do wersji pionowych, brak ustaleń dotyczących TikToka, brak zasad i terminów approvalu po stronie talentu, brak praw do behind the scenes, brak zapisów o przedłużeniu kampanii, brak ustaleń co do terytorium, brak zapisów o materiałach dodatkowych albo brak ustaleń o obecności agenta.

...albo niezgodnione warunki obecności talentu na dodatkowym wydarzeniu klienta, czy brak ustaleń, co stanie się, jeśli kampania będzie miała drugą odsłonę.

* Na podstawie wieloletniego doświadczenia wiemy, że konsekwencje wynikające z renegocjacji potrafią zwiększyć koszt kontraktu nawet o 40%.

Jak domykamy lukę?

Nie zastępujemy kancelarii. Wnosimy doświadczenie produkcyjne, które pozwala ocenić praktyczne skutki zapisów.

Wiemy, co zapisy kontraktu oznaczają później: na planie, w montażu, w social mediach, w media planie, przy wykorzystaniu materiałów, przedłużeniu i rozszerzeniu praw oraz realizacji innych działań z udziałem talentu.

Naszym zadaniem jest doprowadzić do sytuacji, w której wszystkie strony wiedzą, na czym stoją.

Marka	wie, co kupuje
Agencja	wie, w jakiej przestrzeni może pracować
Talent	wie, na co się zgadza
Produkcja	wie, jak zrealizuje kampanię



Wypełniamy lukę między pomysłem kreatywnym, ustaleniami z agentem i realną produkcją.

Talent Contracting to usługa z pogranicza negocjacji, przygotowania produkcji, clearance, rights management oraz doradztwa marketingowego i kontraktowo-produkcyjnego.

Kiedy wchodzimy?

Zanim warunki staną się problemem.

- **Przed większością decyzji dotyczących kampanii i współpracy z talentem**
 - Przed powstaniem finalnego scenariusza
 - Przed ustaleniem media planu i listy formatów
 - Przed powstaniem briefu produkcyjnego
 - Przed ustaleniem ridera i podpisaniem kontraktu



Po podpisaniu każde założenie zaczyna mieć konsekwencje: dla scenariusza, budżetu, praw, kalendarza, produkcji i późniejszego wykorzystania materiałów.

Zakres działań

01

Zaczynamy od rozpoznania.

Sprawdzamy, jaka osoba jest potrzebna i czego marka oczekuje po współpracy. Jeżeli istnieje lista nazwisk, weryfikujemy dostępność, gotowość, podstawowe warunki i możliwe ograniczenia. Jeżeli lista dopiero powstaje, pomagamy określić, jaki typ talentu pasuje do celu kampanii.

02

Pytamy i prowadzimy rozmowy.

Kontaktujemy się z agentem, managerem albo przedstawicielem talentu. Jeżeli po drugiej stronie nie ma osoby, która zna komercyjny i produkcyjny proces pracy, pomagamy uporządkować rozmowę tak, żeby marka i agencja nie zostały z niejasnymi ustaleniami.

03

Układamy pełny zakres.

Pola eksploatacji, formaty, harmonogram, terytorium, social media, materiały dodatkowe, approve, kwestie wizerunkowe, rider, przedłużenia, rozszerzenia i sytuacje, które mogą pojawić się po publikacji i emisji oraz wszystkie pozostałe działania z udziałem talentu.

Prowadzimy współpracę
z talentem tak, żeby
warunki umowy
prowadziły do
bezproblemowej realizacji
wszelkich działań.

TALENT CONTRACTING OSOBOWOŚCI CYFROWEJ

Osobowość cyfrowa.

Kampania może potrzebować talentu, którego jeszcze nie ma.

Współczesna kampania może opierać się na realnej osobie, która już istnieje. Może także opierać się na osobowości cyfrowej stworzonej specjalnie dla marki.

Nowe technologie pozwalają stworzyć bohatera kampanii zamiast szukać go na rynku talentów. To nie znaczy, że wystarczy wygenerować postać w modelu sztucznej inteligencji. Osobowość cyfrowa też staje się talentem, a problem pozostaje ten sam: wybór, prawa, zakres wykorzystania i odpowiedzialność.

Technologia może wygenerować tysiące twarzy, głosów, sylwetek i stylów obecności. Kampania potrzebuje jednej konkretnej osobowości.

Dlatego nie mówimy już tylko o efektach specjalnych, avatarach albo wygenerowanych postaciach, ale o osobowościach cyfrowych, które mają pełnić w kampanii funkcję analogiczną do realnego talentu.

To postać nie tylko z wyglądem i głosem, ale także z własną motoryką, mimiką, energią i tożsamością. Bohater albo bohaterka, którzy mogą nieść scenariusz podobnie jak w klasycznej kampanii robi to aktor, celebryta albo inny talent.

Może też stać się talentem marki, który wraca w kolejnych odsłonach komunikacji.





Zamiast morza możliwości: wybór.

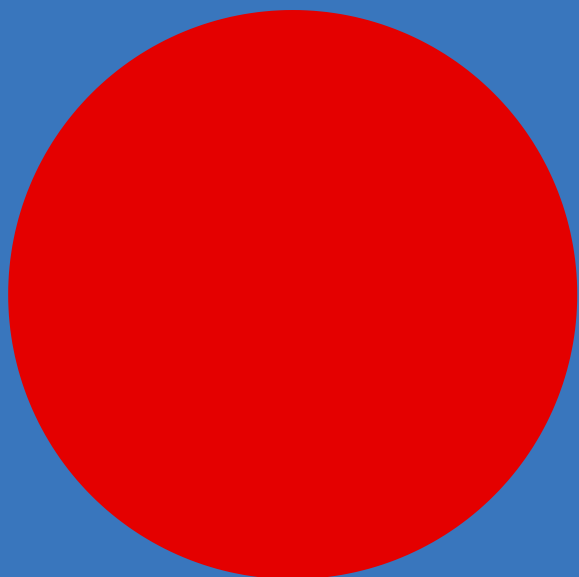
Z nieograniczonej liczby możliwych twarzy, głosów i typów obecności pomagamy marce albo agencji ukształtować i wybrać osobowość cyfrową na podstawie briefu, scenariusza i celu kampanii.

Tak jak w klasycznym re-callu marka otrzymuje propozycje kilku gotowych osobowości cyfrowych odpowiadających założeniom kreatywnym kampanii. Proces decyzyjny staje się łatwy, naturalny i odpowiadający dotychczasowemu doświadczeniu.



Zabezpieczamy pełne prawa osobowości cyfrowej.

Porządkujemy i zapewniamy wszelkie prawa użycia, wyłączność, czas i pola eksploatacji, a także możliwość modyfikacji i wykorzystania w innych kampaniach.



Dlaczego my

Znamy trudności, które pojawiają się, gdy kontrakt nie przewiduje pełnego rozwoju kampanii ani działań dodatkowych.

20

LAT PRAKTYKI

600+

ZREALIZOWANYCH KAMPAanii
W POLSCE I ZA GRANICĄ

PL / INT

TALENTY POLSKIE
I ZAGRANICZNE



ZAŁOŻYCIELKA

Małgosia Kucharczyk

Kompetencje ABSOLUT PRODUCTION w zakresie Talent Contractingu wynikają z ponad 20 lat praktyki produkcyjnej i menedżerskiej Małgorzaty Kucharczyk na rynku kampanii reklamowych.

Jako producentka, menedżerka i Head of Production odpowiadała za strategiczne i operacyjne zarządzanie domem produkcyjnym: od planowania i organizowania pracy zespołów, przez budżety, harmonogramy i relacje z partnerami, po nadzór nad jakością, terminowością i przebiegiem realizacji.

Zrealizowała i współtworzyła ponad 600 kampanii i projektów dla globalnych i lokalnych marek, w tym ponad 300 reklam. Pracowała na planach w Polsce i za granicą oraz prowadziła projekty z udziałem polskich i zagranicznych talentów, takich jak Penelope Cruz, Kevin Spacey, Danny DeVito, Iga Świątek, Robert Lewandowski, Kuba Wojewódzki, Robert Kubica, Andrzej Bargiel, Alexi Lubomirski i inni.

Pracowała przy produkcjach, w których po stronie kampanii pojawiały się duże nazwiska, wysokie stawki, trudni agenci, kłopotliwy approval, obszerny media plan, presja terminów i odpowiedzialność wobec klienta.



**Spotkajmy się i
przygotujmy
naprawdę dobry
kontrakt.**

- malgorzata.kucharczyk@absolutproduction.com
- +48 664 772 557