

Те осъществиха
предизвикателството
да са под прикритие



Опитайте и Вие!

За контакт:

Явор Попов - продуцент на предаването
0899 977 114, yavor@supernovamedia.bg



БЪГАРСКА СТОПАНСКА КАМАРА
СЪЮЗ НА БЪГАРСКИЯ БИЗНЕС

www.bia-bg.com



www.supernovamedia.bg



Англиският формат,
популярен в цял свят,
отново в България

през 2017 г.

в ефира на
Нова телевизия



www.novatv.bg

За предаването

12 мениджъри или техни доверени представители влизат за една седмица във фирмите си, дегизирани като обикновени работници. Целта им е:

- ✓ да разберат как реално функционира бизнесът им;
- ✓ да покажат модерно мениджърско мислене и подход;
- ✓ да сплотят екипа си;
- ✓ да покажат, че компанията им е едно добро място за работа;
- ✓ да затвърдят или подобрят репутацията на компанията си.

В края на вълнуващата седмица шефовете разкриват самоличността си в емоционални срещи със служителите. Дали те ще бъдат наказани, или възнаградени, ще зависи изцяло от тяхното трудолюбие и отдаденост, които са демонстрирали пред шефа си, без да знаят, че това е той.

Предаването ще бъде излъчено в **праймтайма на Нова ТВ** (и повторение в друг часови пояс) през първата половина на **2017 г.**, а заснемането на епизодите ще се осъществи през 2016 г.

Целта на продуцентския екип е да представи добри мениджърски практики, "човешкия" образ на мениджмънта, готовността му да види "от първо лице" потенциалните проблеми и да ги отстрани, желанието му да работи ефективно, с грижа за работниците и с отговорност към клиентите.



Първият сезон на „Шеф под прикритие“

беше излъчен през **февруари 2016 г.** и представи осем мениджъри, приели предизвикателството да проверят "от първа ръка" как функционират компаниите им.

През февруари 2016 г. "Шеф под прикритие" беше предаването с **най-висок рейтинг в България** - доказателство за неговото качество.



Предимства

Участието в подобен формат има изключително позитивен ефект върху фирмите и персонално върху техните ръководители / собственици.

Цената за участие е три пъти по-ниска от идентично присъствие и комуникация в прайм тайма на телевизията, а има много по-висока добавена стойност от обикновена реклама.

В цената влизат разходите за проучване, подготовка, заснемане, монтаж и излъчване, както и таксите за продуктово позициониране (марка и други рекламни атрибути на фирмата).

Инвестицията в PR, каквото е участието в "Шеф под прикритие", е с много по-голям и дълготраен ефект и възвращаемост от тази в обикновена едноминутна реклама.

Компаниите, участвали в първия сезон на предаването, отчетоха ръст в продажбите си още в първите дни след излъчването на съответните епизоди.

Според специалистите по реклама и PR
Ал и Лаура Рийс:

***PR изгражда марката, а
рекламата само я поддържа!***