

Глава 388. Рекламное предложение, создавшее историю.

Переводчик: No Fun

Дома.

Попрощавшись с гостем, Чжан Е закрыл дверь и вернулся на место.

Мама с улыбкой сказала: «Сын, иди сюда и выпей что-нибудь».

Чжан Е сказал: «Мама, разве я не говорил, что вам не нужно волноваться о моей работе?»

«Я не волновалась». Мама дала сыну чай и затем указал на мужа: «Это все из-за волнений твоего отца. Я говорила, что может знать такой старый человек, как ты? Просто волновался ни о чем!»

Отец почти закашлял кровью: «Когда это стало моей виной?»

«Ты говоришь, что это была я?» Мама отрицала какую-либо связь с ним. «Я всегда верила в сына. Насколько плохой могла быть реклама, созданная им? Взгляни. Он является исполнительным директором компании. Такой статус, а он лично пришел к нам, чтобы поздравить нас с Новым Годом. Он даже принес подарки, и даже просил прощения у нашего сына! Он даже взял на себя инициативу спросить об изменениях в контракте, добавив гонорар. На самом деле, когда я увидела рекламу, я уже нашла ее экстраординарной!»

Отец проигнорировал ее и продолжил читать газету. «Хорошо, говори, что хочешь».

Чжан Е так же был удивлен: «Мама, перестань сердиться на папу».

«Хорошо, я игнорирую его». Мама повела Чжан Е к дивану. «Как ты планируешь потратить эти три миллиона Юаней? Как думаешь, может пришло время мне научиться водить машину?»

Отец вмешался: «Ты уже устаешь, когда идешь по лестнице. О каком вождении ты говоришь?»

Мама посмотрела на него: «Ну и что, если я буду водить? Это не твое дело!»

«Младший Е, не слушай мать. Ты можешь купить машину кому угодно, но не ей» - сказал отец. «Ты может не знаешь, но когда ты был молод, я поссорился с твоей мамой. В конце твоя мама поехала на велорикше до провинции Бэйхэ. Она исчезла на день, я уже собирался звонить в полицию. И это была одна из тех старых, дерьмовых велорикш. Она даже осмелилась пересечь границу, если ты дашь ей транспорт с четырьмя колесами, она, вероятно, пересечет океан!»

Мама была немного раздражена: «Почему ты вспоминаешь случившееся так много лет назад!»

Чжан Е усмехнулся и сказал: «Мама, то есть у тебя есть криминальное прошлое?»

«Что ты знаешь?» - пробормотала мама. «Тогда, твой отец так разозлил меня, что я схватила тебя и села на велорикшу. Меня ничего не волновало и я просто ехала в одном направлении. Наконец, когда я успокоилась и подняла глаза, я испугалась. Большая вывеска гласила: Добро пожаловать в провинцию Бэйхэ! Я не думала, что уехала так далеко, поэтому я поспешно поехала с тобой обратно. Когда я приехала к дому, мои ноги разваливались!»

Отец добавил: «Из-за тебя ребенок простыл».

«Разве это не твоя вина?» Мама закатила глаза.

Пара снова начала ссориться.

Чжан Е был удивлен и продолжил слушать.

Здесь семья «наслаждалась обилием счастья», но в интернете еще не затихла буря касаясь «Безмозглой Рекламы Чжан Е». В данный момента она была в разгаре.

...

На Вейбо.

«Снова?»

«По ТВ снова крутят Безмозглый Голд!»

«Проклятье! Учитель Чжан, пожалуйста, пощадите меня! Сколько раз эта реклама уже транслировалась сегодня?»

«В прошлом, я всегда смотрела видео-лекции Чжан Е, когда он был частью Пекинского Университета. Я была счастлива просто увидеть его. Я была наполнена ожиданием. Сейчас, увидев Учителя Чжан в этой рекламе, я больше не могу ее видеть!»

«Реклама невероятно идиотская!»

«Верно, я никогда раньше не видел настолько идиотской рекламы!»

«Компания Брейн Голд уверена в себе. Они даже осмелились использовать такую рекламу, сделанную Чжан Е?»

Были обыватели, которые ругали, и так же были члены рекламной индустрии, которые вышли вперед, ставя под сомнение «низкое качество» и «низкие морали» рекламы. Даже были инсайдеры рекламной индустрии, которые говорили, что такая реклама не может быть названа рекламой. Она была отстойной и не соответствовала стандартам и требованиям рекламы.

Последняя строчка была написана инсайдером индустрии: «Даже идиот не будет покупать продукцию, продвигаемую такой дебильной рекламой!»

«Верно».

«Ни один идиот не купит это!»

Откликнулось много людей.

Затем, вышли новости!

После этого все были ошеломлены!

Они были опубликованы новостным онлайн агентством. Они провели предварительную статистику рынка и взяли интервью у членов компании Брейн Голд в Пекине. «В тот момент, когда мы вошли в офис компании Брейн Голд, наши репортеры были поражены сценой перед их глазами. На столах постоянно раздавались звонки на более чем 10 телефонах. Все работники были заняты ответами на дополнительные заказы. Они все были слишком заняты.

Даже лидер компании помогал с телефонными звонками, чтобы иметь дело с логистикой. Мы взяли интервью у исполнительного директора компании, У Мо. Генеральный директор У провел репортеров по своей компании, и показал отчеты по сегодняшним продажам и записям о пред-заказах. Лишь сегодня, менее чем за день продаж, Брейн Голд уже догнал объем продаж Брейн Голд за весь квартал прошлого года! Точные числа не были предоставлены компанией Брейн Голд, но согласно У Мо и персоналу, объемы продажи Брейн Голд увеличились, как минимум, в сто раз! Когда будут составлены фактические статистические данные, это число может быть даже больше, чем ожидалось!»

«Боже мой!»

«В сто раз!?»

«Эти новости – фейк, верно?»

Все выкрикивали, выражая свое недоверие. Они просто не могли в это поверить!

Новостная статья так же гласила: «Позже, репортеры спросили генерального директора У, в чем причина внезапного подъема Брейн Голд. Как относительно новый продукт, получить такое подавляющее преимущество перед Китайским Новым Годом, периодом, когда рынок пищевых добавок наиболее интенсивен, причина, сказанная генеральным директором У, заключалась лишь в нескольких словах. Он сказал: «из-за рекламного продвижения». Когда репортеры решили уточнить, генеральный директор У не рассказал о точной рекламной стратегии, но поблагодарил Учителя Чжан Е. Рекламное планирование с самого начала и до конца контролировалось и осуществлялось только Чжан Е. Генеральный директор У сказал нашим репортерам, что помимо отличного качества продукции, выбрать Учителя Чжан Е, как представителя продукции, а так же делегировать ответственность за создание рекламной стратегии, было лучшим выбором, который когда-либо сделала их компания!»

Увидев эти новости, все не могли этого принять!

«Этого не может быть!»

«Все сошли с ума?»

«Люди действительно поверили этой рекламе?»

Инсайдеры индустрии, которые только что отчитывали рекламу Брейн Голд, тоже подскочили, публично поставив под вопрос достоверность объема продаж Брейн Голд. Они думали, что это неправда!

После этого, вышла еще одна новость!

Официальная страница Пекин Таймс на Вейбо: «Сегодня наши репортеры посетили различные супермаркеты в Пекине, чтобы изучить ситуацию с продажей продукции для здоровья по время праздничных каникул. Результаты исследования превзошли ожидания наших репортеров. Полки крупных брендов были пустыми и холодными. Ряды продуктов были аккуратно выставлена на полках, словно были нетронуты. Тем не менее, когда репортеры посетили пять супермаркетов, полки с Брейн Голд были совершенно пустыми. Было еще 4 супермаркета, на полках которых, было всего 8 упаковок Брейн Голд. Когда репортеры поинтересовались у продавца, он сказал, что это вторая партия товаров, распроданная за сегодня. Они в последнюю минуту получили еще одну партию товаров от компании Брейн Голд, но так же почти распродали ее за ночь. Многие люди, которые приходили в супермаркет,

бежали сразу к полкам с Брейн Голд. Они хотели подарить его своим родственникам и старшим. Завтра будет канун Китайского Нового Года, и продавец сказал нам, что завтра спрос на Брейн Голд может быть еще выше. Согласно ситуации с продажами, роста может продолжаться после Китайского Нового Года!»

Другие средства массовой информации: «Брейн Голд! Рождено чудо маркетинга!»

Четвертое новостное агентство: «Начиная с сегодняшнего дня, Брейн Голд занимает место в напряженном соревновании среди продукции для здоровья. Наши репортеры взяли интервью у нескольких компаний, которые так же продают полезные продукты, и их рыночные аналитики сказали нашим репортерам, что они не доверяют результату. Они даже добавили, что за чудесными продажами Брейн Голд стоит мастер рекламного планирования, которого наняла компания Брейн Голд. Они думают, что лишь лучшие рекламные кампании обладают такими способностями, и могут ухватиться за ситуацию, касаемо рынка продукции для здоровья. Когда наш репортер упомянул, что рекламная стратегия была спланирована Чжан Е, они тут же замолчали, прежде чем сказать: «не удивительно, так это он». В конце они даже сказали, что, когда в следующем году закончится контракт Чжан Е с Брейн Голд, они намереваются вести переговоры с Чжан Е, чтобы пригласить его к себе на работу».

Контракт Чжан Е не ограничивал его в работе. Он на самом деле мог поддерживать такие продукты, как шампуни и напитки. Ему лишь было запрещено работать с другой продукцией для здоровья. Это точно было в контракте.

Новости одного новостного агентства были фейком?

Но это не могло быть неправдой, если об этом сообщало так много новостных агентств.

«Боже, скажите, что это неправда!»

«Ха-ха-ха! Учитель Чжан такой веселый! Ему снова удалось уничтожить всех!»

«Два слова «Чжан Е» означают чудеса! Почему я так сильно люблю Учителя Чжан Е!? Я рада, когда просто смотрю, как он говорит!»

«Эта реклама действительно хороша!»

«И так, безмозглая реклама, которую все ругали, оказалась удивительной?»

«Некоторые люди получили удар по лицам! Ударяющий по лицам Чжан Е снова в действии!»

«Нельзя опровергать, что Чжан Е слишком грозный! Одна простая идея для рекламы спасла компанию!»

«Пыль наконец осела! Наконец мы можем получить компенсацию за имя Чжан Е? Безмозглая реклама!? Как может реклама, которая смогла увеличить продажи компании а сотню раз, быть безмозглой!? Тогда какая реклама не безмозглая? Что это за шутка, что какой-то инсайдер индустрии сказал смелые слова о том, что это отстойная реклама? Реклама это, в конце концов, не фильм. Ну и что, если она выглядит мило? Ну и что, что мелодия милая? Цель трансляции рекламы заключается в том, чтобы люди покупали продукцию! Учитель Чжан Е преподавал урок всем в мире рекламы! Сегодня! Он снова создал историю продаж от рекламы!»

Так называемый инсайдер индустрии мира рекламы тоже замолчал. У него не хватало смелости снова появиться. Было неизвестно, был ли он оффлайн или молча наблюдал за

экраном монитора.

После этого, было неизвестно кто распространил новости, выложив гонорар Чжан Е от компании Брейн Голд. Это почти ослепило многих!

Гонорар Чжан Е был три миллиона в год!

Как знаменитость D-ранга, которая почти достигла C-ранга, гонорар, который он получил, разрывал небеса. Это, бл*дь, был гонорар, что получают знаменитости A-ранга!!

«Вау!»

«Я в шоке!»

«Почему так много?»

«Это тоже неправда, верно? Знаменитость D-ранга получил столько же, сколько и суперзвезда A-ранга?»

«Это смешно. Эта новость надежна?»

«Вау!»

Многие люди были в шоке!

Даже друзья Чжан Е лайкнули это на Вейбо.

Яо Цзяньцай: «Ха-ха, поздравляю старого друга Чжан с подъемом до A-ранга!»

Су На: «D-ранг получает зарплату A-ранга. Учитель Чжан Е - номер один в индустрии! Коллеги из Пекинского Университета поздравляют!»

Те, кто не понимали ситуацию, тоже наблюдали за суетой. Те, кто на самом деле понимали, очень хорошо знали, что гонорар не был просто гонораром. Он включал плату за рекламную стратегию. Компания Брейн Голд намеренно вписали это в его гонорар, чтобы увеличить его популярность. На самом деле с популярностью Чжан Е, дать ему 800 000 в год за работу представителем продукции- не было бы мало. Оставшийся так называемый гонорар, вероятно, был стоимостью рекламы Чжан Е! Следовательно, было неправдой, что гонорар Чжан Е был наравне с гонораром знаменитостей A-ранга. Это было связано с мозгами и способностями Чжан Е, которые позволили ему превзойти уровень!

3 миллиона это много?

Кажется, что много, но если подумать, то нет!

Были продажи, которые стали в сто раз выше, чем раньше! Если бы они знали, что реклама Чжан Е будет такой грозной, те рекламные компании крупных продуктов для здоровья заплатили бы пять миллионов!

Интернет был взволнован. Были люди, которые все еще ругали, а другие начали объективно оценивать рекламу. Было много людей, которые неимоверно хвалили Чжан Е!

Было такое, как «тот, кто получит Чжан Е, будет править миром» или «если Чжан Е сделал ход, все будет принадлежать мне».

Даже если многим людям не нравилась реклама Брейн Голд, и они все еще считали ее отстойной, но был упомянут Чжан Е, они могли говорить лишь «удивительно». Несмотря ни на что, его результаты и исход были прямо перед их глазами. Продажи были тем, что говорило само за себя. Все остальное было бессмысленным!

...

Эта ночь.

Многие рекламные кампании работали сверхурочно. Работать по ночам в канун Китайского Нового Года - было редкостью для мира рекламы. Это было связано с тем, что они не были заняты во время праздничных каникул. Все, что было запланировано, было готово. Единственной причиной для работы по ночам была та реклама!

В конкретной компании.

В конкретном офисе.

Начальник отдела смотрел рекламу Брейн Голд. Ее беспомощно смотрели примерно 8 рекламщиков и работников. Они смотрели ее уже в десятый раз подряд!

«Давайте поговорим. Что хорошего в этой рекламе?»

«Шеф, это...»

«Говори, не таи».

«Мы действительно не можем сказать. Она действительно не кажется хорошей».

«Не хорошая? Если она не хорошая, то как она смогла вызвать такие легендарные продажи в сто раз больше!? Все сегодня работают сверхурочно. Нам нужно перевернуть эту рекламу. Высшие руководители уже сказали, что нам нужно изучать, изучать и еще раз изучать ее! Нам нужно понять суть рекламы! Все должны узнать! Поняв это, наша компания попытается создать похожую рекламу после Нового Года!»

«Я могу видеть эффекты «промыывания мозгов». Мелодия тоже запоминающаяся. Она так же делает упор на дарение подарков родителям, но...рекламы других полезных продуктов такие же. Почему именно реклама Брейн Голд? Может быть секрет в звуке? Или в анимированных Бабушке и Дедушке?»

Почему она такая захватывающая!?

Такой вид дерьмовой рекламы не должен был ничего сделать!

Все изучали ее весь день, пытаюсь найти причину!

...

В то же время.

Другие рекламные кампании занимались тем же самым!

«Все, проанализируйте ее!»

«В чем суть рекламы? Это слишком странно!»

«Это не соответствует логике. У меня образование в сфере рекламы, мы не проходили таких вещей. Эта реклама раскладывает карты неожиданным образом. В прошлом не было таких прецедентов!»

«У кого есть одноклассники или друзья в компании, которая делала рекламу для Брейн Голд? Позвоните им и спросите. Выясните что-нибудь!»

«У меня там есть друг. Он был одним из тех, кто делал рекламу Брейн Голд. Он отвечал за создание анимированных персонажей, но когда я спросил его, он тоже сказал, что не знает сути стратегии этой рекламы. Он еще больше нас не знает, почему произошло такое чудо. Он сказал, что не только он. Все в его компании просто рабски копировали. Тем не менее, они выполняли все, что говорил Чжан Е. Дизайн персонажей, мелодия, все это было спланировано Чжан Е. Остальное неизвестно. Чжан Е тоже не сказал им!»

Все выражали свои мнения.

Начальник, в конце концов, был в ярости, он ударил по столу. «Такая огромная куча элиты профессиональных университетов рекламы, и вы хуже непрофессионала, который работает ведущим? Люди засмеют нас, если эта информация распространится! Продолжайте смотреть! Продолжайте анализировать! Эта реклама должна иметь ключевой концепт и идею! Я не думаю, что Чжан Е действительно способный! Он знает, как рекламировать, а мы, как профессиональные рекламщики, не знаем? Если любая рекламная кампания сможет нанять Чжан Е, что мы сможем им противопоставить? А?»

Верно, как нам конкурировать?

Способности Чжан Е слишком извращенные!

Одна идиотская реклама была превращена в чудо. Многие люди в индустрии рекламы, вероятно, были так же ошеломлены, как и они!

Рекламный продюсер смиренно сказала: «Начальник Чэнь, мы можем попытаться вмешать Чжан Е Мы можем попросить его о консультации».

Начальник Чэнь был ошеломлен, и затем ударил себя по бедру: «Точно! Почему я не подумал об этом!?»

К сожалению, были и другие люди, которые так подумали. Многие рекламные кампании анализировали ошеломляющую рекламу Брейн Голд, но не достигли результатов. Такую рекламу было невозможно повторить, следовательно, некоторые люди подумали о заполучении Чжан Е. Они пользовались своими связями.

В конце, как только Чжан Е забрался в кровать, готовясь ко сну, зазвонил его телефон.

Начальник Сунь был очень вежлив: «Алло, Учитель Чжан Е, я надеюсь я не прервал Ваш сон? Хи-хи, позвольте сначала передать пожелания счастливого нового года Вашим родителям. Я Старший Сунь из Рекламной Компании Даэ. Мы хотим пригласить Вас стать нашим консультантом. Не волнуйтесь, мы не привяжем Вас к офису. Мы просто будем спрашивать Вашего совета, когда понадобится, позволяя Вам анализировать наши рекламные предложения. Так же, будут проводиться лекции. Можно обговорить зарплату».

Чжан Е не думал о себе так высоко: «Начальник Сунь, я всего лишь ведущий».

Начальник Сунь криво улыбнулся: «Вы можете быть ведущим, но Вы постоянно создаете множество легенд в мире рекламы! Другие могут считать Вас непрофессионалом, но не мы. Вы профессиональнее любых профессионалов в мире рекламы! Вы хотите присоединиться к нашей компании? Годовая зарплата 1,5 миллиона!»

Чжан Е вежливо отказался: «Спасибо, что так высоко цените меня. Если у меня будет в будущем возможность побыть представителем, я свяжусь с Вами. Что на счет других вещей, давайте отложим это. Простите».

В сумме было четыре звонка, все от рекламных кампаний.

Чжан Е отказал всем, и сделал это дружелюбно, не думая о себе высоко. Их приглашения были формой признания и доверия его способностям, поэтому Чжан Е должен был уважать их.

<http://tl.rulate.ru/book/28101/120066>