

Роман: Голливудская постановка Автор: Уайт Тринадцать

В настоящее время у "Звездных войн: Пробуждение силы" есть семь основных глобальных брендов-партнеров, начиная от косметики, завтраков, фаст-фуда и заканчивая телекоммуникациями и цифровыми технологиями. Эти партнеры также выпустили лимитированную серию продуктов на тему "Звездных войн" на ранней стадии, чтобы сделать "Звездные войны" "вооруженными с головы до ног". ±1x.

Звездные войны на лице: косметический бренд Procter & Gamble cirl выпустил серию косметики на тему Звездных войн с логотипом "Звездных войн" и некоторыми строками из фильма, такими как "Свет и тьма, на чьей вы стороне?" "Напечатано на упаковке.

Бренд наручных часов "Звездные войны" devon выпустил лимитированную серию часов "Звездные войны". Материал часов изготовлен в аэрокосмической промышленности США. Их продается всего 500 штук по всему миру, а цена дорогая, до 285 000 долларов США.

Звездные войны на ногах - Обувной бренд, вооруживший серию до ног, Adidas выпустил ограниченную серию носимых кроссовок Star Wars от британского обувного бренда iregr.e даже стартовал со смертью. Обувь Star heel и обувь r2-d2, эти туфли также имеют интерактивные звуковые компоненты и световые эффекты.

Съедобный кофе "Звездные войны" - Nestlé Coffee теперь также продает кофейный партнерский крем на тему "Звездных войн" и продает "светлые" и "темные" стороны фильма. В описании официального веб-сайта Nestlé рекомендуется так: "Кофейный партнерский крем на тему "Звездных войн" максимально увеличивает количество шоколада эспрессо ограниченной серии. Вы можете в полной мере насладиться силой тьмы."

Рекламная компания Санта-Фе семьи Розенбергов также присоединилась к индустрии продвижения и запустила серию новых рекламных объявлений в сотрудничестве с Lucasfilm - если персонажи "Звездных войн" придут для участия в кампании, что произойдет? И сделал новую версию фильма "Звездные войны", состоящую из серии рекламных роликов. Главными героями рекламных роликов являются персонажи из "Звездных войн", такие как Чубакка и Хан? Соло и другие, сюжет представляет собой пародию на некоторые классические рекламные кампании. Для того, чтобы отдать дань уважения "Звездным войнам".

Как Чубакка и Хан? Соло побежал вместе, повторяя рекламу "За" из кампании Хиллари 2008 года.м"; В другой рекламе Дарт Вейдер в "Звездных войнах"? Вейдер превратился в бывшего президента США Рональда Рейгана и переосмыслил свою кампанию 1984 года "М."в.Америка" и многое другое.

Все мероприятия, связанные с "Звездными войнами: Пробуждение силы", преследуют одну цель - сосредоточиться на главном, никаких спойлеров!

В мощном маркетинговом наступлении "Звездных войн 7" почти нет тупиков, и, конечно же, Дюк, у которого бесконечные маркетинговые идеи, просто не остановится на этом. Существует также вирусное видео "Ребенок наблюдает за реакцией просочившегося цветка", в котором

ребенок широко открывает рот от удивления, что может легко вызвать любопытство людей. Это видео появилось на платформе мгновенного обмена и сразу набрало почти 10 миллионов просмотров.

Мало того, Lucasfilm также вложила значительные средства в создание полного набора периферийного маркетинга для фильма, начиная с официального аргумента фильма. Вы можете видеть, что все новости, телешоу, сообщества, мобильные игры, приложения и т.д. Доступны.

В автономном режиме, чтобы удовлетворить поклонников отaku. Харрисон?Форд, Келли?Фишер, Марк?Три создателя блокбастеров Хамира также продолжают посещать различные мероприятия, чтобы предоставить платформы для новых фильмов.

Однако, после просмотра стольких сцен или огромных или теплых рекламных материалов, аудитория вообще не была спойлерами, только от Люка?Скайуокеру не хватало всех рекламных материалов до того, как он узнал, что он пропал, поэтому вся сюжетная линия вращалась только вокруг его поиска, и история о том, что пережил каждый персонаж, успешно привлекла внимание аудитории.

И в материале, кто великолепно занял место Люка?Это новый робот cute pet bb-8 в фильме, хотя новый главный герой в этом материале небольшого размера. Но он добился контратаки и определенно стал известным "большим" персонажем в серии "Звездные войны".

Дюк очень хорошо знает. Только если продавец такой милый, он может хорошо заработать на этом большом складе билетов в Азии.

Такой всесторонний, целенаправленный и хорошо продаваемый маркетинг может быть преобразован в мотивацию фанатов лихорадочно покупать билеты после открытия шоу.

С брендом, который культивирует поклонников и ошеломляющую рекламу и маркетинг, в сочетании с эффектами бренда Duke и "Звездных войн", "Звездные войны: Пробуждение силы" действительно должны удовлетворить аппетит североамериканской аудитории, которая не хочет его смотреть. В основном это можно резюмировать как голодный и мошеннический маркетинг.

Под этим сильным давлением общественного мнения. В то время дети в Северной Америке не осмеливались выходить на улицу, не посмотрев "Звездные войны 7".

Однако дистрибьютор фильма, Warner Bros., похоже, более взволнован, чем фанаты. Маркетинг Warner Bros. "Звездных войн 7" не имеет аналогов. Поиск продуктов с логотипом "Звездных войн 7" вокруг них стал еще одной волной поиска сокровищ в социальных сетях после "Поиск волшебного треугольника". Бум.

В супермаркете "Уол-Март", Харрис?Данн только что сделал снимок с помощью своего телефона Apple. Сразу же разместил его в мгновенном доступе с таким заголовком - смотрите,

что я нашел, минеральная вода "Звездные войны"!

На противоположной полке напечатаны героиня "Звездных войн: Пробуждение силы" Рей и злодей Кайло Рен. Минеральная вода Луна находится там, Харрис?Данн взял две бутылки и положил их в свою тележку. Дело было не в том, что он не хотел покупать больше, а в том, что товаров, связанных со "Звездными войнами", было слишком много, и он не мог просто купить то же самое.

Харрис?Данн снова направил камеру своего мобильного телефона на полку напротив минеральной воды. Сделав фотографию и разместив ее в разделе мгновенного обмена, он взял две бутылки, толкнул тележку и прошептал: "r2-d2 и c-3po кофе и компаньон, спасибо за ваш любимый."

Идешь пешком в зону домашнего электричества, Харрис?Данн обнаружил, что производитель занимается деятельностью. Он поспешно наклонился и взглянул. Подумав об этом, он отказался от своего плана покупки. В конце концов, он собирался встать в очередь, чтобы забронировать место на "Звездные войны: Пробуждение силы". Разве вы не можете взять с собой электрическую форму для кекса "Тысячелетний сокол"?

Продолжай, Харрис?Данн почти сделал шаг за шагом, а затем загрузил фотографию для мгновенного обмена, потому что существует бесчисленное множество продуктов, связанных со Звездными войнами.

В отделе бытовой техники также есть записная книжка moleskine Star Wars ограниченным тиражом. Обложка, поясная обложка и титульный лист записной книжки с ограниченным тиражом имеют элементы, связанные со Звездными войнами, а также большое количество наклеек с ограниченным тиражом.

Идя дальше, он увидел холодильник в форме персонажа "Звездных войн", выпущенный Haier Asia International. Это не только холодильник r2-d2, но и учитывает функцию робота, который полон силы.

Харрис?Данн с удовольствием купил бы его, но сейчас неподходящее время, так что он может вернуться только позже.

Тем не менее, он все же выбрал один продукт из области бытовой техники, Sony Electronics "Das?Версия Vinda" игровой консоли ps4.

Что касается аватара Черного Самурая на противоположной стороне, Харрис?Данн может только временно отказаться ради своего кошелька, хотя в процессе выпечки будут проблемы. Вейдер дышит, но в настоящее время это не является для него необходимостью.

Покидаешь зону бытовой техники, Харрис?Данн проходил мимо косметического отдела и увидел тушь для ресниц "Звездные войны", которая имеет стандартную форму светового меча,

но он не знал, может ли она излучать лазерный свет после чистки?

С этой идеей в голове он зашел в отдел игрушек и одежды. Первое, что он увидел, была серия игрушек Lego "Звездные войны". Выставочная зона японского бренда Uniqlo рядом с ним была полна футболок на тему "Звездных войн", которые ослепляли людей.

Я выбрал футболку с надписью bb-8, Харрис?Данн направился к кассе. Когда он проходил мимо торгового зала обувного шкафа, он намеренно остановился, чтобы сделать несколько фотографий, затем нажал на мгновенный обмен и загрузил фотографии и темы.

&nb Снегоступы - тема Звездных войн в сочетании с формой самого gg создает ощущение "холодного и милого" мгновенного видения."

"иррегулярный.высокие каблуки на тему Звездных войн e14, смешанные с различными элементами Звездных войн, не только хотят дать дизайнеру полный набор мозгов, но и хотят дать девушкам, которые носят эти туфли, полный набор смелости!"

Когда я собирался подойти к кассе, Харрис?Данн также увидел апельсины в упаковке "Звездных войн" и не мог не восхититься: "Апельсины "Звездных войн"... простите меня за непонимание тайны."

Закрыв счет и покинув компанию Wal-Mart, и подойдя к главному входу в Wal-Mart, Харрис?Данн увидел рекламу United Airlines, крупнейшей авиакомпании в Соединенных Штатах. Авиалайнер Boeing на рекламе был чрезвычайно привлекательным, а весь фюзеляж был окружен элементами робота r2-d2 и ars.

После того, как вы сфотографировали рекламу, Харрис?Поскольку Данн не водил машину, он открыл мобильное приложение ber и записался на прием для специальной машины. когда он стоял перед Wal-Mart, он только что загрузил фотографию, и машина ber, на которую он договорился о встрече, уже подъехала.

Харрис?Данн не сразу сел в машину, а сначала сфотографировал специальную машину, потому что это тоже была специальная машина из "Звездных войн", и внешний вид специальной машины был нарисован в виде солдата белого шторма.....

Сидя в машине и выезжая из квартала, где расположен супермаркет Wal-Mart, Харрис?Данн подошел к одному из самых оживленных перекрестков Лос-Анджелеса, затем сразу же поднял камеру в руке и сделал еще один снимок.

Поскольку даже дорожные знаки были Звездными войнами - друзьями Дорожной ярости, вы отправляетесь в путешествие на темную сторону Силы!

Я должен сказать, что рекламу и маркетинг Warner Bros. и Lucasfilm можно охарактеризовать

только как бешеную.

По пути, Харрис?Данн не может вспомнить, сколько фотографий он сделал, UU читал www.uukan.ru. Сколько раз ком публиковал его и мгновенно делился им. Когда он прибыл в Китайский Большой театр в Голливуде, его мобильный телефон уже напомнил ему, что батарея разряжена. К счастью, он подготовил его давным-давно и подготовил резервный источник питания.

Харрис?Данн пришел в Китайский Большой театр в Голливуде, чтобы забронировать место на "Звездные войны: Пробуждение силы". Хотя у него уже были билеты в кино, забронированные в Интернете, в Соединенных Штатах почти нет конкретных номеров мест для билетов в кино. Места предоставляются в порядке живой очереди. Чтобы занять лучшее место для просмотра "Звездные войны: Пробуждение силы", ему пришлось спешить и выстраиваться в очередь заранее.

В это время до выхода "Звездных войн: Пробуждение силы" остается еще пять дней!

Но Харрис?Данн не думал, что что-то не так, Дюк?Имена Розенберг и Звездные войны определенно достойны его.

Более того, когда я увидел ситуацию перед Китайским Большим театром в Голливуде, Харрис?Данн знал, что немного опоздал.

Сотни фанатов "Звездных войн" установили палатки у Китайского Большого театра в Голливуде. Получив палатки, которые они забронировали, Харрис?Данн также общался с некоторыми из них. Первые люди, которые пришли, чтобы установить палатки и выстроиться в очередь, пришли двенадцать дней назад!(продолжение следует)

□□□□□□□□□□

□□□□□□□□□□

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: идёт перевод

<http://tl.rulate.ru/book/67850/1841452>