

314. Новое рекламное лицо

Лу Чэнь весьма настороженно относился к работе рекламным лицом бренда.

Многие звёзды, особенно новые артисты, внезапно добившиеся головокружительного успеха в последние несколько лет, зачастую выжимали все соки из рекламной деятельности брендов, упорно участвуя в анонсных мероприятиях и ещё упорнее участвуя в рекламе. Такое поведение в шоу-бизнесе шутливо называли “спам-активностью”.

Появление феномена “спам-активность” было обусловлено, с одной стороны, давлением, которое некоторые развлекательные и посреднические компании оказывали на своих артистов, стараясь в течение срока договора выдать максимальную прибыль и думая только о сиюминутных интересах.

А некоторые артисты сами желали так поступать, потому что в современном шоу-бизнесе происходила ожесточённая конкуренция. Большинство артистов находилось под огромным давлением. Если на пике популярности не заработать как можно больше денег, то каким ещё способом после потери популярности извлечь прибыль?

Поэтому артисты, несмотря ни на что, соглашались на различную рекламу, даже если риски были очень высоки.

Но артисты, что уже давно занимались своей творческой карьерой, зачастую осмотрительно относились к рекламе брендов и всё тщательно взвешивали.

Лу Чэнь внимательно выслушал мнение Чэнь Фэйр по поводу работы рекламным лицом бренда.

Чэнь Фэйр в настоящее время являлась одной из отечественных королей рекламы. Она представляла крупные отечественные и международные бренды и ежегодно получала как минимум несколько десятков миллионов юаней за рекламу. В этом плане у неё был богатый опыт.

Чэнь Фэйр сперва предложила Лу Чэню осмотрительно подойти к выбору. Например, с финансовой, фармацевтической и сельскохозяйственной продукцией лучше не стоило иметь дело.

Представлять эту продукцию было достаточно рискованно. Если у продукции возникнут проблемы, то это скажется на репутации и рекламного лица. Дело может даже дойти до суда.

Уже неоднократно происходили случаи, когда звёзды из-за легкомысленного соглашения на рекламу попадали под суд или теряли репутацию.

Даже Чэнь Фэйр однажды чуть было не понесла убытки, поэтому сейчас она необычайно осторожно относилась к выбору рекламы и, естественно, не желала, чтобы Лу Чэнь наступил на те же грабли, что и другие.

К настоящему моменту Лу Чэнь являлся рекламным лицом двух брендов – это [WhaleTV] и производитель спортивной одежды Сэньцзи. Сотрудничество с ними двумя оказалось очень успешным.

По правде говоря, участие Лу Чэня в рекламной деятельности приносило этим двум организациям намного бóльшую прибыль, чем вознаграждение, которое получал сам Лу Чэнь!

Поэтому [WhaleTV] и компания Сэньцзи намеревались продлить в следующем году контракт, так как в определённый момент это принесёт более высокую прибыль.

А вслед за колоссальной популярностью «Осени в моём сердце» число брендов, желавших заключить рекламное сотрудничество с Лу Чэнем, резко возросло. Самым влиятельным среди них, несомненно, была автомобильная компания Чжунхуа.

Компания Чжунхуа являлась одним из самых старых и известных отечественных автомобильных брендов. Её прообраз можно было увидеть ещё 70 лет назад. Бренд “Чжунхуа” образовался вслед за Новым Китаем. (*Новый Китай – исторический период Китая, начинающийся с 1911 года по настоящее время*)

В начале 50-х джипы Чжунхуа вместе с грузовиками Цзефан пересекли находившуюся на границе Китая и Кореи реку Ялуцзян и совершили выдающийся подвиг во время корейской войны, после чего этот автомобильный бренд стал известен каждому в стране.

Однако начиная с 80-х, когда началась политика реформ и открытости, на отечественный рынок стали поступать один за другим иностранные фирменные автомобили, а доля рынка, которую занимали автомобили Чжунхуа, значительно уменьшилась. Этот автомобильный бренд оказался на грани банкротства.

Благодаря поддержке государства, этот национальный бренд в целом сумел пережить самые тяжёлые для него времена, а после привлечения новых технологий и проведения независимых исследований переродился.

Начав свою звёздную карьеру, Лу Чэнь сперва купил в столице недавно выпущенный автомобиль Чжунхуа Х7. На этом компактном, гибридном автомобиле в настоящее время ездила Лу Си.

Именно тот факт, что Лу Чэнь купил Чжунхуа Х7, позволил компании Чжунхуа выбрать Лу Чэня в качестве своего рекламного лица.

По крайней мере, это был очень веский повод.

Конечно, будучи автомобильной компанией, чей годовой объём производства стоил больше 10 миллиардов юаней, Чжунхуа тщательно подходила к выбору своего рекламного представителя. Она выбрала Лу Чэня, прежде всего, потому, что авторитет последнего среди молодёжи с каждым днём увеличивался. Кроме того, с момента своего дебюта Лу Чэнь всегда имел положительный образ.

Он одержал победу на шоу «Вокальный Китай». Это тоже послужило небольшим фактором при выборе компанией Чжунхуа Лу Чэня. Затем он принял участие в национальном вечере на Столичном телевидении и написал патриотическое произведение «Люблю тебя, Китай», преисполненное положительной энергией.

А ещё когда-то Лу Чэнь пренебрёг опасностью и храбро спас человека, вдобавок он собрал пожертвования ради фанатки, а сейчас собирался учредить благотворительный фонд для больных лейкозом... При таких достижениях Лу Чэнь, бесспорно, мог считаться выдающимся молодым человеком.

По сравнению с этими подвигами, высокие продажи его сольного альбома и исполнение им главной роли в рейтинговом сериале, напротив, не являлись ключевыми факторами.

Чем жёстче требования, тем щедрее льготы. Компания Чжунхуа предложила Лу Чэню договор на 2 года за 12 миллионов юаней.

Так как договор включал в себя множество пунктов, его невозможно было за один-два дня полностью рассмотреть и одобрить. Руководство Чжунхуа надеялось, что Лу Чэнь примет участие в популяризации недавно презентованного автомобиля-универсала класса R.

Конкретным требованием было снять рекламу. Кроме того, Лу Чэня попросили написать песню специально для этой рекламы.

В связи с важностью этого договора Лу Чэнь вместе с рабочей студией сконцентрировался на автомобильной компании Чжунхуа. Лу Си продолжала обсуждать с контрагентом договор, борясь за оптимальные условия, а сам Лу Чэнь начал изучать новую продукцию компании Чжунхуа.

Универсал являлся легковым автомобилем, который сконструировали под влиянием народных масс, стремившихся к естественности и увлекавшихся туризмом. По сравнению с SUV и MPV, покупная цена универсала и его эксплуатационная стоимость были сравнительно низкими, к тому же он обладал более лёгким кузовом, им было легко управлять. Поэтому в экономически развитых в странах (особенно в Европе) автомобили-универсалы играли важную роль в жизни людей. (*SUV – Sport Utility Vehicle – спортивно-утилитарный автомобиль; MPV – Multi-Purpose Vehicle — многоцелевое транспортное средство – вид минивэнов, преимущественно построенных на платформе легкового автомобиля*)

Но в Китае универсалы относились к эксклюзивным моделям автомобилей. Раньше их не импортировали в страну, потому что они не соответствовали рыночному спросу Китая.

Тем не менее вслед за повышением уровня материальной жизни в стране родственники или друзья в выходные и праздничные дни обычно на универсалах отправлялись путешествовать. Это уже стало новой модой среди городских автолюбителей.

А для молодёжи дальняя поездка на универсале была очень романтичным событием, о котором можно было в дальнейшем похвастаться перед знакомыми. К тому же немало так называемых хипстеров сгущали краски. В модных журналах обычно можно было увидеть похожие статьи о путешествии на легковом автомобиле.

Компания Чжунхуа нацелилась именно на этот развивающийся рынок, поэтому презентовала первый универсал R100.

Лу Чэнь сперва за два дня изучил всю соответствующую информацию, которую прислало руководство Чжунхуа, после чего в интернете просмотрел множество реклам иностранных универсалов.

За это же время он написал песню, передал её Ван Цзин на аранжировку и попросил группу Nirvana отрепетировать её.

В итоге понадобилась неделя, чтобы Лу Чэнь создал и смонтировал музыкальный клип, который станет рекламной презентацией R100. По сути Лу Чэнь выполнил часть работы, которой должны были заниматься рекламные агентства!

Закончив со всем, Лу Чэнь попросил Лу Си связаться с руководством Чжунхуа и показать им музыкальную рекламную презентацию!

<http://tl.rulate.ru/book/96733/280623>