347. Рекламный эффект

25 апреля, понедельник, 7:45.

Ясная погода.

Стоя на платформе метро, Мэн Цзяньчэн вместе с офисными работниками ожидал поезда. Так началась новая рабочая неделя.

Столица была огромной, но людей в ней проживало ещё больше. Каждый день в утренний и вечерний час пик невообразимое множество людей ездили на работу и возвращались домой на метро. Зачастую в вагонах было тесно, как в консерве с сардинами. Это считалось одной из особенностей столицы.

Мэн Цзяньчэн уже давно привык к такой жизни. Окончив 7 лет назад университет, он решил остаться в столице и по счастливому стечению обстоятельств нашёл работу в иностранном предприятии с неплохой зарплатой и приемлемыми льготами.

3 года назад он в поте лица накопил кое-какую сумму денег, взял кредит и при поддержке родителей купил двухкомнатную квартиру неподалёку от станции метро возле Пятого транспортного кольца, худо-бедно осев в столице.

Когда ему уже почти стукнуло 30 лет, чаяния Мэн Цзяньчэна, а точнее родителей, начали подгонять его найти жену, чтобы создать семью и продолжить род.

Мэн Цзяньчэн тоже этого хотел. К сожалению, большинство столичных девушек были приземлёнными. Его маленькой квартиры, за которую он до сих пор расплачивался, явно было недостаточно, чтобы найти довольную такими условиями жизни вторую половинку.

У Мэн Цзяньчэна был особый взгляд на этот счёт. Он верил в существование судьбы, которая сведёт его с наиболее подходящей партнёршей.

А если же ему не предначертано встретить такого человека, то и упорные попытки добиться женского внимания ни к чему хорошему не приведут.

Поэтому в свободное от работы время Мэн Цзяньчэн обычно выезжал на велосипеде с друзьями за город.

На самом деле у него всегда была одна мечта, которая заключалась в том, чтобы за 2 года или даже больший промежуток времени обойти каждый уголок родины, узреть все прекрасные ландшафты и доказать себе, что не зря родился на этом свете.

Только реальность подавила его мечту и подавила его бунтарский дух свободы.

Пока Мэн Цзяньчэн стоял в тесной толпе, его взгляд ненароком упал на жидкокристаллический монитор, висевший на расположенной рядом колонне.

Такие мультимедийные 19-дюймовые мониторы часто встречались на станциях метров. Помимо правил поведения в метро и основных бытовых подсказок, там в основном проигрывалась реклама, которая служила важным источником дохода управления метрополитена.

До следующего поезда оставалось ещё 2 минуты. Мэн Цзяньчэн с неохотой убрал мобильный

телефон и тоскливо начал смотреть рекламу.

На мультимедийном экране только что закончилась реклама шампуня. Мэн Цзяньчэн с презрением отнёсся к показанной девушке с ослепительно блестящими чёрными волосами – как же это, чёрт возьми, примитивно и стандартно, будто сняли по некоему шаблону. Складывалось ощущение, что все эти проектировщики рекламы окончили одно и то же учебное заведение. Они были лишены креативности и искренности.

Затем экран внезапно потемнел, а следом затих доносившийся из динамиков звук.

В следующий миг неожиданно показалось другое изображение. Голубое небо, белые облака, необъятная зелёная прерия и длинная автодорога, ведущая в горизонт, стали отчётливыми. Следом раздалось музыкальное сопровождение, которое вместе с человеческим голосом влилось в уши Мэн Цзянчэна.

«Блуждающий ты по дороге

Уходишь ли уже via via?

Ты хрупкий и надменный,

Таким когда-то был и я…»

Как только раздался голос, в рекламе появился белый универсал. Объектив камеры свысока неуклонно следил за автомобилем, а в это время общий фон сначала сменился со степи на снежные горы, затем на пустыню, прибрежье и другие пейзажи…

«Я горы и моря когда-то пересёк

И даже пересёк людское море,

Когда-то обладал я всем,

Но в миг всё по ветру рассеялось, как прах,

Когда-то разочаровался и потерял я направление,

Пока не понял, что обыкновенность – единственное решение!»

Внизу экрана высвечивались слова песни. Мэн Цзяньчэн не сомневался, что впервые видел эту автомобильную рекламу, а также впервые слышал эту песню.

На этой крайне оживлённой станции метро.

Он неожиданно ощутил, как некое чувство, глубоко зарытое в его сердце, было пробуждено!

Он оцепенело уставился в монитор. Его сердце будто побывало в пустыне и степи, следуя за автомобилем на край света. Оно вольно гналось за ветром и обладало свободой, присущей мечте.

Что-то в глубине души проросло и дало ростки!

Реклама оказалась очень длинной, а пейзажи, которые снимались с высоты птичьего полёта, были необычайно красивыми. Музыка и основная тема идеально сочетались друг с другом.

Реклама вовсе не представляла из себя грубую попытку сбыть товар. Она привлекала внимание за счёт мощной мотивации и, подобно благодатному дождю, незаметно влияла на органы чувств зрителя.

Уйдя в себя, Мэн Цзяньчэн пристально смотрел на экран. Это была не самая креативная реклама, которую он когда-либо видел, но самая красивая реклама!

За роликом внимательно следил не только Мэн Цзяньчэн, но и немало других людей, ожидавших поезд. Они тоже смотрели, слушали и ощущали притягательную силу изображения и музыки.

В конце рекламы прошедший через различные труднодоступные места универсал вновь вернулся в роскошный город. Автомобиль остановился, дверца открылась, оттуда вышел молодой мужчина и встал перед транспортом.

Он имел стройную, высокую фигуру. Его солнечная улыбка одурманивала. Человек отлично сочетался с новым универсалом!

Лу Чэнь!

Мэн Цзяньчэн с первого взгляда узнал человека в рекламе.

Он тоже был любителем поп-музыки, знал об этом новом музыкальном гении, который не так давно возвысился в мире музыки, и не только слышал песни Лу Чэня, но ещё и купил официальный CD с его альбомом.

Мэн Цзяньчэну очень нравились народные песни Лу Чэня. Он уже неоднократно переслушал альбом «Ты мой сосед по парте». Неудивительно, что только что услышанная рекламная песня показалась ему какой-то знакомой. И действительно, все произведения Лу Чэня были связаны уникальным стилем.

Экран опять потемнел, показались два крупных, написанных от руки слова “Обыкновенная дорога”, а вместе с ними появились логотип автомобиля (Чжунхуа), название модели (R100) и дата поступления продукта в продажу (23 апреля).

Это и впрямь была неплохая реклама!

То, чем занимался Мэн Цзяньчэн, касалось рекламной отрасли, поэтому он был способен лучше оценить рекламные ролики, чем обычный человек. На его взгляд, данная реклама была высшего сорта как в плане задумки, так и в плане изображения и музыкального сопровождения.

Хорошая реклама не нуждалась в громких заявлениях. Ролики, где идея практически насильно навязывалась зрителю, вызывали только отвращение.

Хорошая реклама должна быть скромной и тихой.

Мэн Цзяньчэн невольно достал мобильный телефон.

Однако когда он хотел выйти в интернет и найти информацию по автомобилю Чжунхуа R100, то с удивлением обнаружил, что людей вокруг стало значительно меньше – оказывается, он проглядел недавно прибывший поезд.

Мэн Цзяньчэн невольно улыбнулся, но не придал этому значения, потому что следующий поезд прибудет через 10 минут.

Он точно не опоздает на работу.

Когда ключевые слова были введены в поисковик, тут же высветилась ссылка на рекламу.

Автомобиль Чжунхуа R100 являлся недавно презентованной моделью, которая в настоящее время продавалась во всех автосалонах Чжунхуа. Мэн Цзяньчэна поразило то, что минимальная цена базовой модели нового автомобиля, обладавшего неплохой комплектацией и внешним видом, составляла всего лишь 120 тысяч юаней.

Даже годовая зарплата Мэн Цзяньчэна превышала эту цифру. К тому же Чжунхуа R100 можно было купить в рассрочку под очень низкий процент!

На самом деле Мэн Цзяньчэн всегда хотел приобрести машину. С одной стороны, того требовали поездки на работу и обратно, с другой стороны, ему нравилось путешествовать, а на автомобиле заниматься этим было очень удобно.

Впоследствии, когда появится девушка, будет ещё удобнее совершать прогулки. Вдобавок на машине можно будет вернуться на родину, чтобы отметить китайский Новый год. Кузов универсала был достаточно большим, не составляло никаких проблем запихнуть велосипед на задние места…

Вообще Мэн Цзяньчэну не хотелось признавать того факта, что эта реклама оказала на него глубокое влияние и раззадорила его бунтарский дух!

Он открыл новую ссылку, ввёл свои личные данные и номер мобильного телефона, чтобы заключить предварительное соглашение по тестированию автомобиля.

А в это же время реклама Чжунхуа R100 “Обыкновенная дорога” появилась на всех станциях метро, остановках общественного транспорта, телевидении и в печатных изданиях различных мегаполисов страны.

Идея этого рекламного ролика принадлежала Лу Чэню. Основная музыкальная тема тоже была написана им. Ролик начал крутиться спустя только два месяца после заключения договора между Лу Чэнем и автокомпанией Чжунхуа, потому что процесс съёмок занял больше месяца.

Автокомпания вложила огромные деньги в эту рекламу. Большое количество съёмочных групп поспешило снять ландшафты всевозможных уголков страны. Большинство сцен было снято с помощью дорогостоящих беспилотников. Сортировка отснятого материала заняла не менее 100 часов.

В конечном счёте было сделано несколько версий рекламного ролика с различной продолжительностью. В метро и на автобусных остановках проигрывалась версия продолжительностью 2 минуты 30 секунд, а телевизионная версия длилась всего лишь 30 секунд и 15 секунд.

Руководство автокомпании Чжунхуа планировало с помощью данной рекламы выйти на рынок для людей среднего класса, ориентируясь на молодёжь, гнавшуюся за чувствами.

Эта же реклама появилась и на крупных интернет-порталах, а основная музыкальная тема «Обыкновенная дорога» живо распространилась среди фанатов.

У многих фанатов не было и мысли покупать автомобиль, но им очень понравилась эта реклама и песня.

Так как бóльшая часть сил ушла на съёмки сериала, Лу Чэнь в последнее время не обновлял своего репертуара, лишь помог Чэнь Фэйр с созданием её альбома, а сам так ничего и не презентовал.

«Обыкновенная дорога», несомненно, оказалась приятным сюрпризом для фанатов Лу Чэня. Несмотря на то, что это была рекламная песня, но отчётливо слышимый жанр народных песен, плавный лирический ритм и выдающееся пение Лу Чэня позволили этой песне приобрести особое обаяние. Вне всякого сомнения, это было настоящее искреннее произведение.

В тот же день Лу Чэнь в своём блоге выложил студийную запись «Обыкновенной дороги», предоставив фанатам возможность бесплатно скачать и прослушать песню. За 2 часа было совершенно более 100 тысяч загрузок!

Между тем новый альбом Чэнь Фэйр «Девичий цветок» продолжал громко заявлять о себе на Feixun Music и краудфандинговом сайте. Уже было продано больше миллиона экземпляров. Был поставлен рекорд по самой быстрой продаже миллиона экземпляров альбома за последние 10 лет в отечественной музыкальной индустрии!

Чэнь Фэйр явно было этого недостаточно. Она не спешила устраивать торжество по случаю успеха, а продолжила объезжать крупные города с презентацией своего альбома, энергично добиваясь ошеломительного объёма продаж.

В действительности же её нынешний успех уже и так считался ошеломительным. Даже предвзятые люди вынуждены были признать, что Чэнь Фэйр благодаря альбому «Девичий цветок» необычайно успешно изменила свой музыкальный имидж.

Отныне её звание “королева сладостных песен” изменилось на “королеву лирических песен”!

А главный виновник высоких продаж нового альбома Чэнь Фэйр Лу Чэнь теперь стал намного авторитетнее в кругах поп-музыки.

http://tl.rulate.ru/book/96733/299533