Глава 260

Ответы Фан Чжао на вопросы в интервью вызвали довольно много реакций, особенно в игровых кругах.

Решение такого человек, у которого была абсолютная сила, что он мог доминировать в списках лидеров, не возвращаться в игры в качестве профессионального киберспортсмена, вызвало много вздохов и некоторое тайное удовлетворение у многих людей.

Многие обсуждали инциденты из его военной службы и "золотую собаку", которая появилась в середине программы.

Некоторые считали, что после того, как Фан Чжао дал интервью, он намеренно показал "золотую собаку" на экране, чтобы вызвать ещё больше шума и обсуждений.

"Как изощренно он использовал это интервью, чтобы показать собаку, которую выгнали из Мучжоу!”

"Если он хочет избавить от неё или продать, многие владельцы ферм в Мучжоу будут готовы потратить большие деньги, чтобы купить ее. Пройдет время, и конкурентоспособность этой собаки будет падать, как и ее стоимость."

"Это так забавно. Если бы Фан Чжао хотел продать собаку, он бы давно ее продал. Зачем бы ему было тянуть до сих пор? У человека, который это сказал, похоже низкий IQ?"

"Пес Фан Чжао заставил Мучжоу изменить правила. Говорить "выгнали" просто неуместно."

"Даже если он не пытался показать эту собаку, возможно, его мотивом было показать этого внеземного морского слизняка."

"Независимо от того, намеренно он наводит шумиху или нет, нам просто нужно подождать несколько дней и мы все узнаем, не так ли? Если у него действительно есть намерение раскрутить их, чтобы продать, он покажет намерение сделать это в новостях. Если у него нет такого намерения, значит вы все просто делаете необоснованные заявления."

"Ха-ха-ха. Я думала, что я одна такая, но оказалось, что нет! Для всех тех, кто говорит, что Фан Чжао просто наводит шума, позвольте мне отправить вам картинку: [полностью уничтожить их]!"

Картинка "[полностью уничтожить их] " в конце комментария была взята из части ответа Фан Чжао во время программы.

Кто-то взял два его ответа, когда его спросили о теракте и мутировавших зверях в начале интервью, и обрезал их, чтобы создать аудиовизуальную картинку.

На одной из них было "убить их", а на другой "полностью уничтожить их."

Например, когда этот пользователь опубликовал наклейку [полностью уничтожить их], в дополнение к лицу Фан Чжао, все услышали ответ Фан Чжао, который был на 30% властным и на 70% пронизанным намерением убивать: "полностью уничтожить их!"

Поклонники любили обрезать видео своих кумиров и превращать их в картинки, которые можно использовать каждый день и в любое время. Прожив день без использования этих

стикеров, они почувствовали бы дискомфорт.

Как правило, они не связаны непосредственно с коммерческими выгодами, поэтому их можно использовать.

Когда другие люди увидели ее, они решили, что это забавно, и сразу же сохранили себе.

Поэтому, очень быстро, во всевозможных дискуссионных форумах и разделах комментариев, Фан Чжао стало ещё больше. Особенно в игровом сообществе, Это было похоже на вирус, который распространялся очень быстрыми темпами.

“Ты сделал домашнее задание? Как ты смеешь играть в игры, когда ничего не сделал? [Полностью уничтожить их]!"

...

"Черт! Кто-то украл нашу аптечку. Братья, следуйте за мной и атакуйте, [полностью уничтожить их]!"

...

"Эта территория принадлежит нам! Любой, кто осмелится прийти сюда, [полностью уничтожить их!"

...

“Быстрее, быстрее, быстрее! Еще одна волна монстров, [полностью уничтожить их]."

...

Даже если бы кто-то не видел наклейку, просто услышав этот звук, она бы встряхнула память человека, чтобы воспроизвести выражение лица Фан Чжао, когда он произносил эту строку.

Фан Чжао только вышел из кабинета, когда получил звонок от Зу Вэня.

"Босс, вы знаете, что из вашего видео интервью было сделана картинка?!"-Взволнованно воскликнул ЗУ Вэнь.

Фан Чжао был ошеломлен.

"Сейчас отправлю!"

Зу Вэнь отправил два наиболее широко используемых стикера, созданных пользователями сети, Фан Чжао, [убить их] и [полностью уничтожить их], а также некоторые скриншоты обсуждений и развлекательных новостей по этой теме.

В одной статье даже дали анализ того, почему эти две наклейки Фан Чжао были в тренде.

В игровых кругах он когда-то держал удавку на троне первого места, а некоторые из его игровых видеороликов назывались священными писаниями.

Место Фан Чжао в сердцах многих геймеров было особенным.

Он был удивлен. Люди создавали стикерпаки из его холодных и неловких ответов в начале, но не взяли ни одной из реплик второй части.

Увидев, как пользователи сети делают это, Фан Чжао нашел это интересным. До тех пор, пока это не приводило к негативному воздействию, Фан Чжао все нравилось.

“Ах да, босс, насчет вашего концерта, реклама уже началась. Нашему отделу были выделены билеты, поэтому мы будем болеть за вас, когда придет время!"-Сказал Зу Вэнь.

Технический персонал, вроде друзей ФЗУ Ваня, редко ходил на живые концерты, особенно такие, которые проводились в мюзик-холле. Они всегда считали, что это не особо интересно, да и билеты были дорогими, поэтому, даже если бы они заинтересовались, они могли бы посмотреть видео-запись. Это было намного дешевле.

Зу Вэнь проверил цены на билеты в Мюзик-Холл Золотого века. Два года назад, они бы не смогли позволить себе даже самые дешевые билеты. А теперь, хотя они и могли их купить, интереса все равно не было.

Но поскольку на этот раз это был концерт Фан Чжао, даже если бы компания не дала им билеты, они все равно лично купили бы их, чтобы выразить свою поддержку.

Закончив говорить с Зу Вэнь, Фан Чжао зашёл в интернет. Действительно, тренды изменились. Было довольно очевидно, что рекламная команда начала свои кампании, чтобы привлечь всеобщее внимание к концерту.

У Фан Чжао, было много поклонников, но не так много людей, которые были готовы купить билеты. Например, люди в игровых кругах или те, кто интересуется военными делами, как правило, не проявляют большого интереса к музыке, а люди, которые могут оценить музыку, не обязательно готовы тратить на это деньги.

Сотрудники рекламной команды хотели отвлечь внимание людей на концерт. Независимо от того, был ли это концерт, телесериал, фильм или игра, работа рекламной команды была очень важна.

Рекламный отдел, связей с общественностью, даже игровая команда под флагом Серебряного крыла-все собрались, чтобы протянуть руку помощи.

"Музыкальный зал Яньчжоу? Если бы я не проверила, я бы так об этом и не узнала. Билеты в такой концертный зал слишком дорогие!"

"Приобретайте билеты онлайн. Посмотреть в прямом эфире дешевле."

"Как это онлайн-билет дешевле? Они стоят по крайней мере несколько сотен!"

"По сравнению с live-билетами они намного дешевле. В конце концов, это один из трех больших концертных залов Яньчжоу. Качество звука будет хорошее.”

“Я думаю, что забью на это. Эти деньги можно потратить на покупку достаточного количества игрового оборудования."

Билеты на концерты в мюзик-холлах делились на live-билеты и онлайн. Live-билеты были разными. Цены зависели от места.

А онлайн-билеты на самом деле не сильно отличались от live, так как владельцы билетов могли настроиться на частоту мюзик-холла, чтобы оценить концерт в то же время, что и люди, которые физически были там. Однако в мюзик-холле, гарантирующим лучшее качество звука, количество таких билетов также будет ограничено.

Вообще, музыканты, которые не были известны во всем мире, во время живых выступлений не достигали полной мощности, а прямой эфир имели еще больше пробелов. Такие концерты отличались от концертов певцов. А люди вроде Зу Вэня и его коллег просто нашли бы видео в интернете, чтобы удовлетворить себя.

Но Фан Чжао был исключительным человекам, потому что его шаги были слишком огромными!

Департамент рекламы воспользовался моментом, пока его популярность не снизилась, чтобы провести серию рекламных акций. Если бы изначально только 100 человек пожелали приобрести билеты, то после раунда рекламных кампаний это число увеличилось бы в 2-3 раза.

Вообще, расходы на работу людей были очень велики. Были ли это расходы на рекламу, бронирование мюзик-холла или внутренние покупки билетов, все это складывалось в огромную сумму. Как бизнес-ориентированная компания, Серебряное Крыло инвестировало много, и, естественно, ожидало большой отдачи.

Концерт в мюзик-холле был не только ступенькой для композитора, но и площадкой для показа собственных произведений. Если дать большему количеству людей послушать свои работы, это даст шанс продать авторские права по более высокой цене.

Продажа авторских прав-вот конечная цель Серебряного крыла!

Как заместитель председателя Музыкальной ассоциации Яньчжоу, Фин Цан, естественно, получит билеты от Серебряного крыла. Каждый раз, когда люди проводили концерт в мюзик-холле, люди его положения обычно получали билеты бесплатно. Однако, идти туда или нет, было решать только им.

На этот раз, после того, как Мин Цан получил билет, он не просил у серебряного крыла два дополнительных билета, вместо этого решив раскошелиться на покупку билетов для своей жены и сына, чтобы они сопроводили его на концерт Фан Чжао.

После нескольких дней рекламы и продвижения, открылась продажа билетов.

Фан Чжао подал заявку на первый зал в Мюзик-Холле Золотого Века. Он был рассчитан на 2000 мест. Помимо покупки билетов серебряным крылом, в продаже осталось еще 1500 билетов.

50-й этаж, отдел виртуальных проектов.

Сегодня ни у кого не было дел, и все остались в отделе, чтобы следить за ситуацией с продажей билетов на концерт. Хотя это был не их собственный концерт, они были еще более встревожены, чем Фан Чжао.

"Быстрее посмотри. Сколько продано?"

"Более 600. Помимо 500 наших, купили еще 100."

"Это слишком мало."

“Слишком мало? Продажи только начались. Кроме того, билеты на такие концерты обычно не особо продаются."

"Сейчас только апрель, а концерт в августе. Когда придет время все будет хорошо. Зал будет прилично заполнен," сказал Пан Пусон. Он был единственным в департаменте, кто ходил на живые концерты.

Еще не заключив контракт с Серебряным Крылом, Пан не мог постоянно ходить на концерты в знаменитые концертные залы, он был очень беден в те времена. Теперь же его банковский счет был в лучшем состоянии, и он побывал во многих местах, так что он немного знал об этом.

Даже если бы билеты не купили 1500 человек, Серебряное Крыло раскошелилось бы, чтобы визуально сделать это место более "занятым."

"Как насчет того, чтобы купить билеты", - предложил новичок.

Его голос был не слишком громким, и он говорил немного нерешительно. Как у новичка, с финансами у него еще были проблемы, но когда он увидел, что все выражают свою поддержку, то решил, что ему нужно поддержать команду,

В конце концов, это был Фан Чжао, босс отдела виртуальных проектов.

Основным сотрудникам отдела виртуальных проектов были выделены внутренние билеты. Тем не менее, эти новички не пользовались таким большим доверием и не получили никаких билетов от Серебряного крыла, они не были достаточно квалифицированы.

ЗУ Вэнь коснулся лба.

“Чуть не забыл. Тебе не обязательно их покупать. Босс сказал, что любой в нашем отделе, кто хочет пойти, просто должен написать свое имя, и он подаст заявку на расходы. Что думаете?"

“Да, да, да, да!"

Даже если у них не было интереса к музыке, такая возможность была слишком хорошей, чтобы отказаться.

Зу Вэнь сложил число тех, кто шел, и представил список имен Фан Чжао. Хотя в департаменте появились новые сотрудники, общая цифра не достигла даже 20 человек.

После отправки имен Фан Чжао, Зу Вэнь еще раз обновил веб-страницу.

"Вау, продали уже 900? Неплохо. Нам не нужно слишком беспокоиться. В день концерта продажи наверняка превысят 1500.”

http://tl.rulate.ru/book/10586/440937