

Далее все начали обсуждать маркетинг карт.

Реклама была просто необходима. Но какие средства массовой информации следует использовать и какой тип рекламы больше подходит. "Я считаю, что рекламы на городских телеканалах будет достаточно. В течение месяца каждый житель города узнает о наших членских и торговых картах. Кроме того, рекламные слоты на местных телеканалах дешевле. Мы размещали рекламу на них перед открытием, и результаты хорошие". сказал Фу Гуанчжэн.

Ли Цзекай придерживается другого мнения: "Реклама на городских телеканалах - это пустая трата денег. Нам нужно только дать людям знать об этом событии. Я думаю, что раздача листовок - самый простой и эффективный способ. Все это время мы нанимали много людей для раздачи листовок. Кроме того, мы можем сэкономить на рекламе".

"Как мы можем полагаться только на листовки? Мы продаем членские карты SVIP и карты покупок с высокой стоимостью. Целевой рынок - крупные клиенты. Вы видели, чтобы крупные клиенты брали листовки на улицах? Они все время за рулем". Фу Гуанвэй ответил.

"Мы можем разместить листовки на их машинах. Я видел много машин с листовками и брошюрами на лобовом стекле". возразил Ли Цзекай.

"Я. Если это будешь ты, ты прочтешь? Листовку либо бросят на пол, либо выбросят в урну. Никто не будет приносить ее в машину. Я думаю, что лучший способ - это рекламировать ее возле наших супермаркетов. Мы можем использовать большую надувную куклу и громкоговорители. Затраты будут мизерными, а эффект - эффективным. Это также привлечет больше покупателей. В супермаркете мы объявим об этом через наши системы Р.А. и плакаты".

Способ Фу Гуанвэя считался традиционным. Так поступала их семья в Гонконге, и это было весьма полезно. Но Фу Гуанвэй не знал, что его семья использовала этот метод потому, что телереклама в Гонконге стоила дорого, и у них было много конкурентов.

Но в Китае плата за рекламу была невысокой, и у супермаркета "Тайхуа" по-прежнему не было конкурентов. Супермаркет "Тайхуа" только открылся, и у него еще не было стабильного потока покупателей. Поэтому Фэн Юй больше склонялся к рекламе на телевидении.

Но размещать рекламу на городской телестанции было нецелесообразно. Фэн Юй по-прежнему считал, что им следует размещать рекламу на радио и в газетах.

"Я думаю, что радио и газеты наиболее подходят для рекламы. Во-первых, зрительская аудитория городских телеканалов невелика. У бизнесменов нет времени смотреть телевизор. Они просто читают газету на работе или слушают радио за рулем. После работы они либо встречаются с клиентами, либо идут отдыхать. Лишь немногие смотрят телевизор. Даже если они будут смотреть телевизор, они будут смотреть только CCTV".

"В настоящее время газета является основным источником информации. Неважно, кто вы - рабочий, бизнесмен, государственный служащий или обычный человек, вы все равно будете читать газету. Даже в нашей компании газеты есть везде".

"Брат Фэн, ты когда-нибудь задумывался об уровне грамотности? Все еще есть много неграмотных людей". напомнил Фу Гуанчжэн.

Фу Гуанчжэн пробыл в Китае довольно долго и видел много неграмотных людей. Некоторые из

них были даже лидерами. Газеты могут быть основным средством массовой информации, но все еще есть люди, которые их не читают.

"Я знаю, что есть люди, которые не умеют читать. Но большинство из них находятся в сельской местности и сельских районах. В городах их не так много. Вы находитесь в Китае довольно долгое время. Сколько неграмотных людей вы видели? В городах уже много лет организуются вечерние курсы для взрослых. Я признаю, что в городах все еще есть неграмотные, но их совсем немного. Мы также можем поработать над нашими объявлениями, чтобы предотвратить это".

"Газетные объявления все еще могут быть разными?" Ли Цзека нахмурился.

"Конечно. Например, мы можем включить в наши объявления юмор. Я думаю, что все вы здесь читали комиксы, верно?" спросил Фэн Юаск.

"Да!

"Фу Гуанвэй взволнованно поднял руку. Но когда он заметил, что все смотрят на него, он слабо опустил руку. "Я действительно читаю комиксы. Больше всего мне нравятся ." "Брат Фэн, как ты думаешь, у тех людей на работе будет время читать комиксы? Они для детей". сказал Ли Цзэкай и бросил отстраненный взгляд на Фу Гуанвэя. Фу Гуанвэй разозлился и посмотрел на него в ответ. Кто из гонконгцев раньше не читал? Ты еще смеешь называть себя гонконгцем?!"

"Я не говорю об этих боевых комиксах. Вы все видели эти 4-панельные комиксы? С помощью 4 панелей можно рассказать простую и смешную историю. Например, на первой панели можно показать человека, который ищет место для парковки вдоль дороги. На второй панели показано, как другой мужчина въезжает на парковку, а первый мужчина смеется над ним за то, что он зря потратил деньги. Третья панель показывает человека, въехавшего на парковку, который достает членскую карточку SVIP. На последней панели тот человек, который припарковался на парковке, выходит и показывает свою карточку SVIP, где он припарковался бесплатно!".

Фу Гуанчжэн и остальные услышали, что сказал Фэн Юй, и нахмурились. Это покажет преимущества их членских карточек и кажется гораздо более интересным. Когда люди читают газеты, они также смотрят на фотографии. Но все они не были уверены, что это сработает.

"Я привожу лишь пример. Мы все еще должны нанять профессионалов, чтобы сделать это. Но я могу гарантировать, что такая реклама легко привлечет людей, и люди ее запомнят". Еще одно преимущество рекламы в газетах - мы можем покупать рекламные места по дням или неделям, в то время как для телевизионной рекламы нужно покупать места минимум на месяц. Я знаю одну дизайнерскую фирму, которая собирается придумать такой вид рекламы".

"Это правда. Телеканалы не позволят нам размещать рекламу в течение нескольких дней, если только мы не заплатим им высокую ставку. Но это увеличит наши расходы". Заместитель генерального директора сказал.

"Другое средство массовой информации - это радио. Реклама на радио должна транслироваться в утренние и вечерние часы пик.

Наши целевые сегменты - это те, кто за рулем, и их пассажиры. Во время вождения большинство людей имеют привычку слушать радио".

В настоящее время стандартным оборудованием, которым оснащались автомобили, было автомобильное радио. Те автомобили, которые были оснащены CD-плеерами, считались роскошными.

Даже до того, как Фэн Юй вернулся в эту жизнь, многие люди все еще слушали радио. Даже если бы автомобили были оснащены DVD-плеерами, люди все равно предпочитали бы радио. Поэтому реклама на радио была самым эффективным способом.

"Для радиорекламы нужно найти кого-то с узнаваемым голосом. Я хочу порекомендовать одного человека. Чжао Чжунсян. Я уже работал с ним раньше, и он не дорогой".

"Какой длины должна быть наша радиореклама и что мы должны сделать?" спросил Фу Гуанчжэн.

"Даже если мы не продаем наши карты, мы можем использовать эти слоты для рекламы других продуктов. Сейчас есть хорошая возможность продать наши карты. Скоро День учителя!".

Примечания переводчика:

Dragon TigerGate

https://en.wikipedia.org/wiki/Oriental_Heroes

ZhaoZhongxiang

https://en.wikipedia.org/wiki/Zhao_Zhongxiang

Авансовые главы

\$5 и более в месяц

Доступ к 7 предварительным главам "Необыкновенный гений" и 2 предварительным главам "Власть и богатство".

\$10 и более в месяц

Доступ к 10 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 4 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$20 и более в месяц

Доступ к 15 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 8 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$50 и более в месяц

Доступ к 27 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 20 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$75 и более в месяц

Доступ к 35 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 30 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$99,99 или более в месяц

Доступ к 45 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 40 продвинутым главам "Сила и богатство".

Ваша поддержка высоко ценится.

<http://tl.rulate.ru/book/12677/2081919>