Роман: Голливудская постановка Автор: Уайт Тринадцать

Инцидент с утечкой Интернета является пропагандистским поводом для рекламы Duke и Warner Bros., но с точки зрения обычной рекламы фильм также достаточно силен.

Как сделать так, чтобы фильм хорошо продавался в прокате?Можно сказать, что это тема, которую изучает киноиндустрия во всем мире.

Содержание фильма, актеры, режиссеры и т.д., конечно, очень важны, но необходимая экспозиция и реклама перед выпуском также необходимы, особенно в нынешней почти раскаленной конкуренции. Чтобы не быть уничтоженным среди сотен фильмов, маркетинг и продвижение фильма даже станут решающим элементом.

В Голливуде для суперблокбастеров, таких как "Железный человек", с общим объемом инвестиций почти 250 миллионов долларов США, затраты на рекламу обычно составляют около 50% от общей стоимости.

Хотя в соответствии с обычной процедурой продвижения фильмов стоимость продвижения в размере 1100 миллионов долларов США также включает определенный процент стоимости замещения рекламных ресурсов. Производители и дистрибьюторы могут заменять рекламные ресурсы изображениями персонажей и авторскими правами на фильмы, поэтому не то, чтобы сторона фильма действительно полностью инвестировала 1100 миллионов долларов США, но стоимость продвижения голливудских коммерческих фильмов составляет от 30% до 50% от общего объема инвестиций в фильмы, что давно стало рыночной практикой.

Качество фильма очень общее. С помощью успешных примеров рекламы это не редкость в Голливуде, и в последние годы голливудская реклама продемонстрировала две важные тенденции.

Во-первых, продвижение фильма напрямую повлияет и даже определит успех или провал фильма в прокате; во-вторых, использование онлайн-СМИ для жесткого продвижения и рекламы также все чаще используется в маркетинге фильмов и рекламных мероприятиях. При выборе медиа-каналов концепция “социальный маркетинг в новых медиа + жесткая реклама в традиционных СМИ” мультимедиа и мультиплатформенное комбинированное использование.

Совместное использование мультимедиа стало обязательным для каждого коммерческого фильма. на этом фоне, обладая мощными медиа-ресурсами, можно создать издателя с мощной платформой медиа-сервисов, контролируемой мастером.Естественно, это станет высококлассным местом во всей производственной цепочке.

Например, предыдущий крайне несправедливый дистрибьюторский контракт между студией Pixar и Walt Disney, такой как нынешнее сотрудничество между Marvel Pictures и Warner Bros.

Разве эти компании не хотят распространять свои собственные фильмы, но перечисляют большой гонорар за распространение?

Ответ, конечно, отрицательный, но объявление выглядит простым, и его действительно легко сделать.Это требует длительного процесса, а количество рабочей силы и материальных ресурсов, затрачиваемых в середине, является ужасающим.

Традиционная большая шестерка голливудских компаний осадила DreamWorks не с точки зрения производства, и они не могли слишком сильно ограничить DreamWorks в плане производства. Они осадили его.Это не что иное, как рекламный канал DreamWorks.

В настоящее время свобода и своевременность онлайн-СМИ часто приносят большое удобство пропагандистам.

В вышедшей версии есть сцена с маленьким Робертом?Сцена, где Дауни одет в костюм для захвата движения и атакует зеленый экран.Герцог выпустил 30-секундную завершенную версию спецэффектов. Для тех, кто смотрел просочившуюся версию в Интернете, это совершенно другой и совершенно новый контент, Тони?Старк превратился в Железного Человека и обстрелял танк одним выстрелом, никогда не оглядываясь на взрыв с энергией.

Герцог только что выпустил видеоклип для мгновенного обмена, и Warner Bros. немедленно последовала за шумихой, и в Интернете появилось довольно много сходств - Железный человек ни в коем случае не бумажный тигр.Три армии - морская, сухопутная и воздушная - не являются противниками - комментарии и отчеты.

Не говоря уже о контенте, связанном с фильмом, даже вещи, которые, кажется, имеют мало общего с фильмом, также могут быть использованы для рекламы.

Например, героиня Рейчел?В последнее время Макадамс усердно работает.Когда он был госпитализирован по болезни, его вытащили пропагандисты Уорнера.

“Понятно, что Рэйчел?Здоровье Макадамс было очень плохим, когда она поступила в больницу. Так как в то время она не могла ходить, ее парню пришлось посадить ее в инвалидное кресло и отвезти в отделение неотложной помощи, сообщили в больнице.Из-за того, что актриса вложила слишком много времени и энергии в "Железного человека", ее тело долгое время находилось в состоянии слабого здоровья.Наконец привело к...”

В период, когда "Железный человек" приближался к своему выходу, не было никаких последующих сообщений о ранних утечках.Средства массовой информации по-прежнему пестрят всевозможными новостями об этом фильме, и трудно не привлечь к нему внимания.

По мнению Дьюка, все условия развиваются в благоприятном направлении.

Именно в этом случае официально началось предварительное бронирование билетов в кино на первую неделю "Железного человека".

Когда он вернулся домой с работы в пятницу, Дрейк включил компьютер, как только смог. Он очень хорошо помнил, что "Железный человек" начал бронирование билетов сегодня. После просмотра просочившейся версии в Интернете ему особенно хотелось снова увидеть завершенную версию, особенно в последнее время. Различные новости об инциденте появлялись бесконечным потоком, и ему всегда напоминали об этом.

Как только компьютер запустился, Дрейк зашел на веб-сайт imdb и нажал прямо в колонку бизнес-бронирования.

Конечно же, имя "Железный человек" заняло самое заметное место. Дрейк открыл соответствующую ссылку для бронирования, даже не задумываясь об этом.

“что”

Сразу после просмотра этот парень широко раскрыл рот. Этот фильм отличается от "Бэтмена: Начало". В четверг будет много ранних показов. Конечно, он хочет увидеть его как можно скорее.

Дрейк живет недалеко от залива Сан-Франциско. Это один из самых процветающих районов в районе Большого Сан-Франциско. Здесь много кинотеатров, но чего он не ожидал, так это того, что в нескольких кинотеатрах ближе к дому показывали "Железного человека" на imdb. Билетов заранее не было…….

Как это возможно?Прошел всего один день с начала предпродажи!

“Должно быть, проблема в системе imdb.”

С этой мыслью Дрейк выключил imdb и снова включил его. билеты в кино также можно заказать здесь.

Однако, перейдя по соответствующей ссылке, Дрейк снова был разочарован, и это также доказало, что с системой imdb проблем не было. Билеты на "Железного человека" в нескольких кинотеатрах ближе к его дому были забронированы!

“Почему это?”

Дрейк чувствовал себя очень странно. Очевидно, фильм просочился заранее. Почему эти люди, как и он, так отчаянно спешат за билетами?

Он не обдумал это как следует.

Трудно забронировать билеты в театры в оживленных районах, но билеты в места с похожими

местоположениями определенно не будут такими плотными. Дрейк это очень хорошо знает. Хотя эти театры находятся немного далеко от дома, он хотел посмотреть "Железного человека" раньше. В конце концов, мне пришлось заранее забронировать билет в театр в пригороде.

В любом случае, по мнению Дрейка, стоит того, чтобы иметь возможность забронировать билеты пораньше и как можно скорее увидеть завершенную версию "Железного человека".

Не слишком далеко от дома, который снимал Дрейк, в театре Императорской развлекательной группы, Элиза?Вуд только что заступила на вечернюю смену. Она в основном отвечает за ответы на телефонные звонки и обработку соответствующих услуг по бронированию.

“Здравствуйте, это театр ”Император" в заливе Сан-Франциско..."

Отвечая на телефонный звонок, Элиза?Вуд проверил статус продажи билетов во внутренней системе через компьютер: “Извините, билетов на ранний показ "Железного человека" в следующий четверг нет. Я предлагаю вам выбрать пятницу или субботу.В пятницу вечером?Четыре листа?Ладно, без проблем, спасибо, что позвонили, до свидания.”

Сразу после того, как он положил микрофон, телефон зазвонил снова. Как и в прошлый раз, звонивший забронировал билет на "Железного человека".

Меньше чем за пять минут, Элиза?Вуд получил более десяти звонков, восемь из которых были связаны с "Железным человеком".

Элиза?Вуд не мог не быть немного любопытным. Он работал в театре в течение нескольких лет, и он видел фильмы, просочившиеся заранее. После того, как эти фильмы были выпущены, не говоря уже о том, что о них никто не заботился, и посещаемость была не очень идеальной, но "Железный человек" не пострадал. Вместо этого планируется, что будет так жарко.

Какова ситуация?

Даже если пришло время заканчивать работу, Элиза?Вуд тоже не хотел понимать.

Статус бронирования кинотеатров в рамках Emperor Entertainment Group будет передан филиалам в различных регионах как можно скорее. После объединения филиалов они будут отправлены в штаб-квартиру группы. Штаб-квартира группы также оценит и скорректирует показ фильма в соответствии с различными условиями предварительной продажи.

Рано утром в субботу соответствующая статистика предварительной продажи в пятницу была отправлена в головной офис Emperor Entertainment Group.

“Никогда не недооценивай Дюка?Розенберг и его фильмы.”

Глядя на статистический отчет, лежащий перед ним, Линч, глава театрального отдела компании, сказал Роберту: “Мы должны скорректировать нашу стратегию.”

“Действительно, необходимо скорректировать стратегию лечения "Железного человека".Роберт слегка кивнул.

Невозможно, чтобы утечка не повлияла на театральную компанию. Emperor Entertainment также обеспокоена тем, что кассовые сборы "Железного человека" сильно пострадают. Втайне она даже планирует снизить расписание фильма на три дня по выходным, если посещаемость заранее не идеальна.

Но оказывается, что их заботы несколько излишни.

“Судя по вчерашней статистике предпродажи, после утечки "Железный человек" не только не упал в первом тайме, но и превзошел наши предыдущие лучшие ожидания.”

Отложив статистический отчет, Линч снова сказал: "Театры Emperor Entertainment, по состоянию на 12 часов прошлой ночи, уровень продаж билетов на "Железного человека" заранее превысил в среднем 60%. .ууканшу.Билеты в театры в некоторых популярных районах Лондона были забронированы заранее.”

Роберт засмеялся: “Это только первый день предварительной продажи, и это число будет продолжать расти позже.”

“Герцог?У Розенберга и Warner Bros. есть умная стратегия.”

Говоря об этом, Линч внезапно тронулся умом и сказал чуть тише: “Может быть, это маркетинговая стратегия, которую они намеренно спланировали?""

Услышав это, Роберт серьезно задумался и сказал: “Дело не в том, что такой возможности нет. Судя по ситуации с предпродажей, это просто классический пример маркетинга фильмов.”

Конечно, не каждый может своевременно получить соответствующие данные о предпродаже, и невозможно сформировать четкое суждение на основе данных о предпродаже.

В отеле "Уолдорф Астория" на Манхэттене, Нью-Йорк, проходит светская вечеринка, Ирен?Лаудер стояла в углу банкетного зала, болтая с несколькими друзьями на интересующие темы, когда рядом с ней внезапно раздался знакомый голос. Голос был немного громким и немного высокомерным, поэтому она не могла не повернуть голову и не взглянуть.(продолжение следует)

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: идёт перевод

http://tl.rulate.ru/book/67850/1830858