

Благодаря разнообразию фильмов, сегодня кинотеатр Yuqing уже является самым популярным "местом отдыха" на различных рынках. Особенно в последних главах, цена на билеты в кино не высока. Даже те, кто находится на самом дне монашеской группы, могут время от времени испытывать очарование кино. Хотя прибыль относительно невелика из-за низкого тарифа, Yuqing Zong сейчас также является важным источником дохода.

Идея театра не лишена смысла, но, немного разобравшись в работе театра, любой человек с небольшим мозгом может понять, что оборудование театра вторично, а то, что действительно важно - это содержание. Вы ограбили этот театр, и там не было видео, предоставленного Юй Цинцзуном. Что вы используете, чтобы привлечь людей к покупке билетов? Может, вы просто заходите и садитесь пить чай?

Конечно, есть люди, которые хотят нарушить финансовый путь Юй Цинцзуна и хотят подавить развитие этого театра. Но вопрос в том, как его подавить? Вообще говоря, чтобы подавить товар в бизнесе, у вас должны быть похожие товары, и тогда самым прямым способом является снижение цен, плюс некоторые небольшие средства, чтобы нанести ущерб деловой репутации другой стороны. Однако, хотя царство Шэньхуа немаленькое, а монахов тысячи тысяч, но никто не может придумать продукцию, способную конкурировать с театром. Как это можно подавить?

Единственное, что может доставить некоторые неприятности Юй Цинцзуну, это, вероятно, найти способ построить театр. В конце концов, театр предназначен для монахов, и, естественно, он должен быть построен на рынке, а только на рынке может быть достаточно клиентов. Поэтому самый простой способ доставить неприятности Юй Цинцзуну - это позволить Юй Цинцзуну не иметь места для строительства театра. На рынке, который можно контролировать, нельзя строить театр напрямую, а если контроля недостаточно, то найдут способ на земле, которую Юй Цинцзун выдумал.

Такие вещи не редкость во время расширения театра.

Некоторые люди просто пытаются подавить Юй Цинцзуна, а другие завидуют театральному бизнесу.

Перед лицом такой проблемы, метод лечения Е Чжана также очень прост, то есть, позвольте зданию быть построенным, и не позволяйте ему быть построенным. Поначалу тем, кто совершил поездку, казалось, что это одежда Юй Цинцзуна смягчилась, и они только и ждали, когда Юй Цинцзун попросит за себя и даст себе много преимуществ. Однако не прошло много времени, как эти люди повернулись и попросили Юй Цинцзуна построить театр.

Этот театр, кино, в этом мире это скорпион **** яд (одиночка), до тех пор, пока не все рынки и города сопротивляются театру, так что у театра есть возможность показать очарование кино, Е Цзан не будет беспокоиться о расширении этого театра.

Знаете, между этими рынками существует конкуренция, и привлекательность кино как уникальной новинки для монахов - это отнюдь не слова. На том рынке есть кинотеатр, а у вас его нет, да и другие товары похожи, так что пассажиропоток естественным образом склонится в сторону рынка с кинотеатром. Хотя, полагаясь на влияние театра, этого недостаточно, чтобы определить подъем и падение рынка, но рынок создан для того, чтобы делать деньги.

Поэтому Е Цзан лишь некоторое время проветривал другую сторону и ждал, пока на близлежащих рынках построят театры. Силы, которые открывали рынки, естественно, были обеспокоены, умоляя Юй Цинцзуна построить театры вместе с ними.

Таким образом, в царстве Шэньхуа, на больших и малых рынках, почти везде есть театр Юй

Цинцзуна.

Этот театр является источником богатства для Юй Цинцзуна. С его сегодняшним влиянием он также может стать оружием для рекламы.

Как использовать театр для пиара - это, конечно, самое простое.

Театр Юй Цинцзуна никогда не занимался рекламой пластырей, не в том смысле, что я не могу думать о том, как заработать эти деньги, и не в том, что я не хочу зарабатывать эти деньги, а в том, что в мире нет рынка для рекламы пластырей.

В этом мире, особенно в мире монашества, возможно, что монахи живут долго, поэтому инновационных идей мало, и товары в основном остаются неизменными в течение многих лет. Поэтому, почти не обращая внимания на товары, обратите внимание на "старомодные", такие как: Фу Небесного Фузуна, магические инструменты Тяньбаоцзуна, эликсир Дяньдинцзуна и так далее. Кроме того, эти товары в основном остаются неизменными на протяжении тысячелетий. Фуюй - это те фуюй, магические инструменты - это те же магические инструменты, а эликсир - это все тот же эликсир. В таком случае, кто будет тратить деньги на рекламу?

То есть, после прихода Е Цзяня, он сотрудничал с Тяньбаоцзуном по игровой приставке и Линьдао, так что в мире вдруг появились товары, которых раньше никогда не было. Для того чтобы люди поняли эти вещи, Тяньбаоцзун должен был продвигать их и знакомить людей с преимуществами этих товаров. Это также важная причина, почему методы пропаганды Тяньбаоцзуна настолько отсталые.

В мире ничто не существует независимо. Подобно пищевой цепи, все является лишь одним звеном в ней. Отсталость одного звена приведет к тому, что другие звенья перестанут развиваться. Без достаточного количества инновационных продуктов, естественно, нет необходимости в хорошей рекламе. В любом случае, даже если они не будут рекламироваться, люди узнают это "старое имя".

По сравнению с монастырским миром, мирской мир на самом деле немного лучше. Хотя производительность очень отсталая, время от времени появляются инновации, и в то же время спрос на рекламу больше. Однако театр Е Цзяня ориентирован на монахов. Независимо от того, насколько новы эти мирские продукты, их невозможно рекламировать в монашеском мире.

Более того, деньги, которые должен заработать театр, - это не мирское золото или серебро, а деньги и духи. Естественно, невозможно сделать бизнес мирским.

И на этот раз, чтобы сделать выразительный выход за тысячи миль, добиться взрывного эффекта, нельзя полагаться на рекламу театра.

Однако Е Цзян не намерен заниматься накладной рекламой. Хотя эффект, безусловно, будет хорошим, он не сможет соответствовать требованиям взрывного эффекта. Е Цзян намерен подражать методам, которые обычно используют производители электронных умных продуктов и конференции по выпуску новых продуктов после вступления мира информационных технологий в информационную эпоху.

После того, как мир науки и техники вступил в информационную эпоху, в связи с постоянными инновациями электронных умных продуктов, простой рекламы уже недостаточно, чтобы показать людям характеристики продукта. Таким образом, была проведена конференция по

запуску нового продукта. На конференции по запуску продукта людям подробно показывали передовые инновации их продукции, чтобы привлечь внимание людей и вызвать у них желание купить.

Конечно, такая конференция по запуску нового продукта также имеет свои ограничения. Самое главное - нужен хороший канал передачи информации.

В технологическом мире таким каналом передачи информации, естественно, является Интернет, который привел мир в информационную эпоху. Благодаря Интернету конференцию по выпуску нового продукта, проводимую только в определенном месте, могут увидеть сотни миллионов людей в кратчайшие сроки, даже с помощью одновременной прямой трансляции. Если Интернета нет, информация будет передаваться только из уст в уста, независимо от того, будет ли она изменена, и скорость передачи информации, безусловно, значительно снизится.

Сегодняшнее царство Шэньхуа логически оснащено Интернетом, но эту коммуникационную сеть нельзя назвать Интернетом.

В конце концов, Е Цзан не способствовал популяризации терминалов ПК в этом мире. Чтобы сеть связи действительно стала Интернетом, ему пришлось ждать тысячи миль, чтобы распространить информацию.

Поэтому, как и в мире науки и техники, чтобы провести оживленную конференцию за тысячи миль, эффект от рекламы может быть не таким маленьким, как в Тяньбаоцзуне.

Е Цзан 'решение этой проблемы также очень просто, то есть, чтобы записать пресс-конференцию, а затем пусть все театры Юй Цинцзун показать в то же время. Что касается содержания пресс-конференции, он не будет использовать ppt, чтобы сделать краткое вступление, как те, кто в мире технологий. В конце концов, люди в этом мире еще не вступили в информационную эпоху, и поэтому не имеют базы знаний в этой области.

План Е Зана состоит не столько в том, чтобы провести пресс-конференцию, сколько в том, чтобы снять фильм, который познакомит тысячи миль с жизнью. В фильме он покажет все виды выразительности тысячи миль, и использует сюжет, который может заставить людей почувствовать чувство замещения, и запечатлеть их в своих сердцах.

Что касается фильма, то Е Цзан слишком прост. Актеру не нужно ничего искать. Мозг сингулярности может автоматически генерировать сценарий. Даже если Е Цзан выдвинет эти ключевые моменты, даже сценарий может быть автоматически сгенерирован, чтобы создать фильм, соответствующий требованиям.

Строительство фракции Вучжу продвигается быстро, поэтому Е Цзан не может позволить себе тянуть время, поэтому он немедленно связался с Тяньбаоцзуном и сообщил другой стороне имя "Долгой Жизни".

В конце концов, обе стороны находятся в отношениях сотрудничества, и нужно, чтобы Тяньбаоцзун знал об этой огласке. Кроме того, хотя метод обнародования небольших объявлений очень отсталый, он не лишен достоинств. По крайней мере, не у всех есть возможность посмотреть фильм, поэтому через небольшие рекламные ролики можно дать знать и этим людям, что мили яркие.

На самом деле, если говорить об охвате пропаганды, то эффект от использования кино для пропаганды Е Цзана может быть немного хуже, чем от рассылки небольших рекламных

объявлений. Однако Е Цзан хочет взрывного эффекта. Это потому, что невозможно рассылать маленькие рекламные объявления. Одно можно назвать бурей, а другое - влажным и тихим.

Получив звонок от Е Цзяня, услышав, как Е Цзан назвал Синьцзянли, Тяньбаоцзун потерял дар речи. Я просто изменил слово и заменил "тон" на "бог". Это слишком лениво! Но выхода нет. Они не знают больше об этой вещи и, естественно, не могут придумать лучшего названия. В любом случае, эта вещь доработана со стороны Е Цзяня, давайте выражаться живее, в конце концов, это кажется подходящим.

Кроме того, это план пропаганды. План Е Цзяня по пропаганде театра - неслыханное дело в глазах Тяньбаоцзуна. Конечно, театры существуют всего несколько лет, и у тех, кто хочет этим заниматься, должно быть такое условие. Что касается рекламного эффекта, Тяньбаоцзун не очень оптимистичен, но так как это должен делать Е Цзан, театр - Юйцинцзун, им тоже нечего сказать.

Е Цзан также хотел проинформировать Тяньбаоцзуна из-за сотрудничества Тяньбаоцзуна. Необходимо использовать театр для распространения на тысячи миль, и использовать влияние театра для достижения эффекта информационного взрыва, но театр также нуждается в рекламе, и ему нужен импульсный процесс. В противном случае театр начнет показывать рекламные ролики, и зрители будут как обычно, а эффект от продвижения не сможет быть максимальным.

Поэтому Е Цзан хочет, чтобы Тяньбаоцзун использовал небольшие рекламные ролики для рекламы выхода новых фильмов в кинотеатре. Однако в небольшой рекламе не будет упоминаться выразительность тысяч миль, а будет использоваться фильм, чтобы привлечь внимание большего количества людей, создавая ощущение таинственности.

Что касается продвижения "Тысячи миль" с помощью небольшой рекламы, мы должны дожидаться выхода фильма и вызвать достаточно сенсаций, чтобы продолжить этот энтузиазм.

Для Тяньбаоцзуна этот вопрос не имеет никакого значения, просто содержание, которое ранее было подготовлено для продвижения "Тысячи миль", было заменено содержанием рекламного ролика, присланного Е Цзанем.

Обсудив с Тяньбаоцзуном конкретные детали, Е Цзан немедленно связался с маленьким черным толстяком Гленом и начал организовывать продвижение и выпуск фильма. В Tianbaozong использовали небольшую рекламу, чтобы создать импульс для нового фильма в Yuqing Theater, и, естественно, Yuqing Theater не мог быть праздным. Благодаря влиянию театра "Юцин", даже если это просто объявление о новом фильме на воротах кинотеатра, рекламный эффект довольно хороший.

Что касается вопроса копирования фильмов, то на самом деле, когда театр "Юцин" расширился до определенной степени, Е Цзан уже улучшил проекционное оборудование. В настоящее время театр "Юцин" расположен на различных рынках в области Шэньхуа. Больше нет необходимости в транспортировке фильмокопий людьми, а передача данных осуществляется непосредственно через коммуникационную сеть. Поэтому в кинотеатре все приспособлено для показа. Е Цзан будет ждать, пока фильм будет произведен, а затем напрямую передаст его на проекционное оборудование в каждом кинотеатре.

В дополнение к театру, Юй Цинцзун также имеет бизнес, который также распространяется на различных рынках, то есть, игровая комната ~ www.wuxiax.com ~ Однако, по сравнению с театром, группа клиентов игровой комнаты относительно мала, только те молодые Часто

посещают те, кто практикует его.

Более того, в этом мире, есть общая поговорка в умах людей: Молодые монахи, когда им нужно много работать, имеют слишком много времени, чтобы тратить его на игры.

А те, у кого действительно есть время, в силу квалификации и других причин, которым суждено попасть в царство без дальнейшего продвижения, зачастую старше, и мало заинтересованы в игре.

Не говоря уже о том, что Tianbaozong продает портативные игровые приставки. Хотя игры в основном разные и игровой опыт разный, влияние на игровую комнату все равно велико. В конце концов, этот мир - не тот мир, где люди могут наслаждаться спокойствием. Достаточно иметь что-то для развлечения. У людей все еще нет условий для того, чтобы стремиться к более высокому уровню игрового опыта.

Это как если бы у некоторых людей проблема еды и одежды еще не была решена. Как они могут стремиться к здоровому питанию? Набитые желудки уже приносят удовлетворение.

В конце концов, концепция "игры в похороны" глубоко укоренилась в сердцах людей. Фильм можно рассматривать как искусство, но игра действительно не на сцене. Более того, на многих рынках, если это не из-за влияния театра, в игровую комнату вообще не пустят. Поэтому, хотя бизнес игровой комнаты не так уж плох, прибыль намного меньше, чем у театра.

Однако Е Цзан не планировал зарабатывать много денег в игровой комнате. Его настоящая цель - собрать некоторую информацию для себя, используя удобство игровой комнаты. Знаете, потребление этой игровой комнаты не велико, а источник клиентов можно рассматривать как смешанную рыбу и дракона, что является хорошим источником новостей. И эта информация не обязательно требует большой конфиденциальности, даже если просто записывать цены на товары на рынке, иногда она может быть очень полезной.

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: идёт перевод

<http://tl.rulate.ru/book/68494/2086728>