

Роман: Дорога в Голливуд Автор: Уайт Тринадцать

Еще три сегодня!Завтра я начну тренировку по спринту перед третьим днем предметов. Пока нет времени на кодовые слова. Завтра добавятся еще два!Кроме того, запрашивайте ежемесячные и рекомендуемые билеты!

Сидя в кабинете и офисе на втором этаже, Мерфи внимательно просмотрел отчет о бюджете, присланный Fox Searchlight. Некоторые в Голливуде - это не просто фильмы с большим бюджетом, но и бесчисленное множество недорогих фильмов стоимостью менее миллиона долларов. После того, как эти независимые фильмы сняты, они хотят вернуть свои инвестиции с рынка. Реклама и маркетинг необходимы.

Киноиндустрия уже не та, что была раньше. Не будет преувеличением сказать, что реклама и маркетинг играют все более важную роль в успехе фильма, и даже не будет преувеличением сказать, что это ключевой фактор.

Чем больше масштаб рекламы, тем больше людей будет знать о фильме, а это также означает, что будет потрачено больше средств.

Затраты на продвижение и маркетинг таких фильмов, как "Ужас бензопилы", определенно не будут высокими. Мерфи давно это знает, но цифры от Fox Searchlight все еще на удивление низки.

То, что Мерфи положил перед ним, было маркетинговым планом фильма на общую сумму 260 000 долларов США, в котором подробно описывались предполагаемые расходы.

"Печатные СМИ и газеты - 50 000 манатов."

"Телевизионная реклама и телевизионная трансляция трейлера - 100 000 долларов США."

"Вывешены наружные плакаты, а стоимость материалов плюс рабочая сила - 30 000 долларов США."

"Аренда и печать больших наружных рекламных щитов - 20 000 долларов США."

"Официальный сайт и продвижение в Интернете - 10 000 долларов США."

"Рекламные мероприятия, пресс-релизы и показы -30 000 долларов."

"Другие виды расходов - 20 000 долларов США."

Общая сумма составляет 260 000 долларов США.

Они не включают стоимость изготовления и доставки копий фильма.

Прочитав это, брови Мерфи сразу же нахмурились. Хотя он и не ожидал, что Fox Searchlight выделит рекламный бюджет в миллион долларов, полмиллиона долларов - это не так уж много, верно? Этого слишком мало.

На что хватит 260 000 долларов США?

Он поднял телефонную трубку и набрал номер Тони Гусмана.

“Тони...” Мерфи подавил нетерпение в своем сердце.□

Спокойно сказал: “Я только что видел маркетинговый бюджет “Ужаса бензопилы”. Он меньше?”

“мало□Голос на противоположной стороне был озадачен: “Как это может быть меньше?” Это бюджет, тщательно составленный компанией на основе рыночных оценок.”

Он, вероятно, понял, что имел в виду Мерфи, и очень быстро сказал: “Мерфи, ты должен знать, что у каждой компании есть строгая система и аудит для составления бюджета. Это основа для обеспечения плавного хода проекта, и это также является регулированием компании.”

“Это только предварительный бюджет.” Голос Тони Гусмана продолжал доноситься из динамика: “Если реакция фильма из уст в уста или рынка превысит ожидания после пилотного показа, компания определенно увеличит свои расходы в этом отношении”.

После нескольких слов с Тони Гусманом Мерфи повесил трубку, и по истечении этого временного интервала он полностью успокоился. Это нормально, не так ли? Выпуск такого независимого фильма определенно сопряжен с рисками. Таким образом, Fox Searchlight может максимально избежать рисков. Хотя говорят, что он оптимистично относится к “Ужасу бензопилы”, существует бесчисленное множество фильмов, которые нравятся кинокомпаниям и возлагают большие надежды. Уличный боец.

На ранней стадии было вложено лишь небольшое количество средств на рекламу и маркетинг, чтобы фильм был показан в нескольких кинотеатрах. Как сказал Тони Гусман, если ситуация хорошая, реклама может быть увеличена, а если ситуация плохая, Fox Searchlight не понесет слишком больших потерь.

В этих компаниях-эмитентах мало дураков, и контроль рисков также является одной из основ выживания компании.

Мерфи снова взглянул на цифру в 260 000 долларов и внезапно понял, что рекламный бюджет, выделяемый Fox Searchlight, действительно является практикой дистрибьюторских компаний

по распространению независимых фильмов. Разве это не 260 000 долларов, примерно одна десятая от ожидаемого дохода Fox Searchlight?

Такой бюджет является наиболее разумной ситуацией в глазах компании-эмитента. Конечно, Мерфи не стал бы смотреть на это таким образом. Он снова проверил конкретные расходы. В других отношениях лучше сказать, что сетевые расходы в размере 10 000 долларов США слишком малы, верно?

Он ничего не знал об инвестициях в рекламу и методах рекламы Lionsgate в прошлом, но он не думал, что это будет так низко. Для успеха фильма связь с рекламой была слишком важна. Мерфи откинулся на спинку стула, уставившись на рекламный бюджет, все время думая.

"Ужас бензопилы" возлагал на него большие надежды. Он не ожидал предыдущих показателей кассовых сборов, но, в конце концов, доход, который он принес себе, превысит предложение Miramax. Согласно новостям от Билла Розиса, Харви Вайнштейн был весьма недоволен, узнав, что он подписал контракт с Fox Searchlight, и он сердито ругал Билла Розиса за отсутствие искренности.....

Линия, которую он установил с Miramax, также должна быть разорвана.

Если вы хотите сделать дорогу более гладкой в будущем, "Ужас бензопилы" должен быть успешным, и лучше всего превзойти ожидаемый успех Fox Searchlight.

Слегка похлопывая правой рукой по подлокотнику кресла, Мерфи не мог не сокрушаться: почему он пришел в Голливуд, и никто из руководителей кинокомпании, с которыми он встречался, не был идиотом, а вместо этого все они стремились как можно больше отстаивать свои собственные интересы? Почему Голливуд не делает так, как это раньше было видно в Интернете, пока выходит хороший фильм, автоматически приходят кассовые сборы и сарафанное радио, а продюсеры плавно вступают на путь славы и богатства?

Он покачал головой, отбросил эти мысли и продолжил размышлять о возможной ситуации с "Ужасом бензопилы". Недостаточная публичность, вероятно, приведет к некоторым неожиданным трудностям, которые напрямую повлияют на конечные результаты фильма.

В конце концов, это все равно вопрос денег. Если у него есть деньги, он может самостоятельно нанять команду по рекламе и маркетингу.

Особенно интернет-маркетинг, нынешняя сеть в Северной Америке развивается намного быстрее, чем на другой стороне Тихого океана в течение того же периода, с большим количеством пользователей.

Подумав об Интернете, Мерфи позвонил Биллу Розису и договорился о встрече в Сенчури-Сити на некоторое время.

Повесив трубку, он покинул студию и быстро помчался в Сенчури-Сити. Он встретил Билла Розиса в кафе, с которым договорился о встрече. Попросив чашку кофе, он не говорил глупостей. Он прямо изложил свои взгляды на план рекламного бюджета Fox Searchlight.

“Программы недорогого киномаркетинга сосредоточены на рекламе на телевидении и в печатных СМИ в разных регионах. Билл Розис считает этот бюджет нормальным. “Увеличение количества пропагандистских СМИ напрямую приведет к увеличению бюджета”.”

“Они проигнорировали интернет! Мерфи постучал по столу и подчеркнул: “Онлайн-СМИ развивались и росли, и они играют важную роль в продвижении фильмов, которую нельзя игнорировать. “Ведьма Блэр” - лучший пример”.”

Билл Розис слегка кивнул.

У Мерфи уже была идея до того, как он пришел, и внезапно он сменил тему: “Билл, ты знаешь компанию, которая специализируется на онлайн-информации?”

Билл Розис сначала покачал головой, затем немного подумал и сказал: “У меня есть друзья-публицисты, которые могут знать друг друга.”

“Вот и все, - сказал Мерфи после некоторого раздумья, - вы можете связаться со мной?” “Лучше всего спросить, какой аспект делать конкретно.”

Достав свой мобильный телефон, Билл Розис позвонил, записал номер, указанный другой стороной, снова набрал номер, несколько минут поболтал с человеком напротив, а затем убрал мобильный телефон.

“Это компания, которая специализируется на изучении общественного мнения в Интернете. Разве вы не знаете, соответствует ли это вашим требованиям?”

Как будто боясь, что Мерфи не поймет, Билл Розис просто объяснил: “Эта компания сотрудничает с несколькими компаниями по связям с общественностью в Голливуде, чтобы удалять неблагоприятные высказывания о некоторых знаменитостях в Интернете или отвечать на некоторые комплименты после онлайн-сообщений о деятельности знаменитостей. короче говоря, это помогает компании по связям с общественностью поддерживать имидж своих клиентов.”

Мерфи слегка кивнул, разве это не прототип военно-морского флота или военно-морского флота?

Если вдуматься, североамериканский Интернет развивается с такой скоростью, и военно-морской флот не является секретным занятием или сложной работой. Он, должно быть, появился раньше, чем по другую сторону Тихого океана. Вирусный маркетинг “Ведьмы Блэр” в

Интернете, строго говоря, его можно причислить к разряду видов военно-морского флота.

“Что ты хочешь сделать?” Билл Росси снова криво подумал: “Разве это не нацелено на Лайонсгейт и Мирамекс?”

“Не волнуйся, Билл, - Мерфи сделал жест вниз, - просто положи свое сердце обратно в желудок, я все еще слишком занят своей работой, где у меня может быть время, чтобы позаботиться о них”.

Он немного разобрался со своими предыдущими мыслями и сказал: “Я хочу нанять людей, которые специализируются на онлайн-работе, для отправки сообщений на крупные сайты кино и телевидения. Что касается “Ужасов бензопилы”, нет необходимости рекламировать фильм. Мы сделаем несколько крупномасштабных снимков агентств-убийц и позволим им разместить их на нескольких сайтах, где собираются фанаты, а затем получить некоторые темы, такие как агентства-убийцы, чтобы привлечь внимание.”

“Ну ... например, статистика извращенных агентств по убийствам”, - сказал Мерфи, размышляя: “Серийные убийцы и агентства по убийствам должны рассказывать истории, а затем связывать их с фильмом, чтобы целевая аудитория заинтересовалась “Ужасом бензопилы”.”

Возможно, это вызовет отвращение у некоторых людей, которые увидят фотографии, но у людей, которые любят фильмы ужасов, этого не произойдет. Эти извращенные агентства по убийствам, скорее всего, вызовут у них любопытство. Любопытство часто является мотивацией для покупки билетов.

Эти масштабные вещи просто не могут быть использованы в каналах публичной рекламы, таких как телевизионные станции и печатные СМИ, но с Интернетом проблем нет. Хотя sos не является самым продаваемым моментом фильма, он, несомненно, может привнести довольно много свежести по сравнению с простым и грубым убийством традиционных фильмов ужасов.

“В этом есть определенная осуществимость. Билл Розис нахмурился: “Но, Мерфи, тебе трудно убедить Fox Searchlight. Студия строго проверяет каждый бюджет”.

“Мы не следуем каналам Fox Searchlight. Мерфи покачал головой: “У меня все еще есть на руках некоторая сумма денег, и эту часть расходов может взять на себя студия Стэнтона”.

“Билл... - сказал он, - ты можешь попросить ответственного за эту компанию встретиться со мной как можно скорее.”

Когда дело доходит до дорогостоящих расходов, Мерфи столь же осторожен, и он может определить, уместно ли подробно разговаривать с другой стороной.

"Ужас бензопилы" вот-вот выйдет. Билл Розис, как и Мерфи, возлагает большие надежды и очень эффективен. Днем позже Мерфи встретился с лицом, ответственным за онлайн-компанию по изучению общественного мнения, которая специализируется на работе с компаниями по связям с общественностью. Если быть точным, они не являются компаниями. Так же, как журналисты-фрилансеры, они фрилансеры, которые специализируются на том, чтобы полагаться на определенные методы для жизни.

Они проговорили большую часть дня, и Мерфи наконец заключил с ним соглашение о сотрудничестве на 40 000 йен.(продолжение следует□)

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: идёт перевод

<http://tl.rulate.ru/book/69282/1848735>