

Глава 157 Китайский рынок (вторая гарантия)

Я должен сказать, что Чен Инсюн подписал контракт с Nike на четыре года на сумму 3 миллиона евро в год. Эта новость до сих пор довольно сенсационная. Во-первых, цена подписания не низкая, а во-вторых, это, естественно, личность Чен Инсюн как китайского игрока.

Китайских игроков поддерживает китайский рынок, и именно эта поддержка может принести им бесчисленные преимущества. Например, некоторые игроки не могут присоединиться к этим европейским командам из-за их собственной силы, но некоторые европейские команды готовы просить их. Почему? Нельзя сказать, что сил совсем нет. У него должна быть своя сила, иначе какая кошка или собака может поехать учиться за границу? Но боюсь, что я прикипел к китайскому рынку за этим плеером. В моей команде есть еще один китайский игрок. Одно только внимание китайских СМИ — это уже огромная бесплатная реклама. С китайскими игроками у команды также будет шанс заработать деньги, когда они отправятся в Китай.

Однако эти европейцы тоже явно слишком хорошо относятся к китайскому рынку. Потому что китайский рынок не так хорош, как они думали. Самый простой момент заключается в том, что вы не можете продать несколько футболок, потому что настоящая футболка стоит несколько сотен долларов, а пиратская стоит всего несколько десятков долларов. Только больше сотни. Конечно, китайские фанаты покупают дешевые, не большие деньги, несколько сотен юаней за кусок осенней одежды тоже какое-то время мучительно. Кроме того, многие китайские болельщики покупают майки не для коллекции, а для игры в футбол. Кто носит футболку стоимостью несколько сотен долларов, чтобы играть в футбол, разрывается на части, и кто в этом виноват?

Так что, если эти команды подпишут китайского игрока, я боюсь, что самым большим преимуществом будет расширение их видимости и влияния в умах китайских болельщиков, но это только предел.

Для азиатских игроков, в том числе китайских, *** и южнокорейских, рынок всегда будет служить лишь ступенькой, а не спасительным талисманом. Коммерческие факторы могут облегчить вам вход в команду противоположной команды, чем игрокам из других мест, и все может зависеть от ваших способностей, если вы не сможете остаться. Если у вас нет возможности, извините, один сезон или после истечения контракта, вы уйдете. Если у вас есть силы, вы можете идти прямо вверх.

Кроме того, люди с реальной силой также могут попасть в европейские команды, не полагаясь на коммерческие факторы.

Например, Чен Инсюн.

Поэтому сила является решающим фактором.

Что касается «Неаполя» Чена Инсюн, его не раз спрашивали, не подумает ли он о том, чтобы возглавить команду, чтобы сыграть коммерческую игру в Китае. В последние несколько лет для европейских команд стало обычной практикой искать золото на восточноазиатском рынке. У Неаполя есть трюк «короля мяча Марадоны», и теперь есть еще один герой Чен, который очень популярен в Китае. Было бы разумно приехать в Китай, чтобы добыть золото. На самом деле, есть также китайские СМИ, которые проповедуют от имени некоторых местных компаний, что они готовы нести расходы, связанные с приездом Неаполя в Китай и приглашением Неаполя приехать в Китай, чтобы сыграть несколько товарищеских матчей или

что-то в этом роде.

Но эти предложения были отвергнуты боссом «Неаполя» Аурелио де Лаурентисом. Он сказал китайским журналистам так: «Возможно, я очень серьезно рассмотрю это предложение в будущем. Но еще не время. Неаполю еще предстоит пройти долгий путь. Неразумно в это время отвлекаться за границу... «Говоря прямо, то есть мы не имеем права ехать в Китай за золотом, давайте постараемся стать гигантами...

В этом предложении многие китайские фанаты Неаполя и фанаты Чен Инсюн пропустили свои мысли.

Неправильно, потом снова. Чен Инсюн подписал контракт с Nike и стал представителем Nike. Эту новость даже не нужно передавать в Китай через средства массовой информации, потому что многие китайцы могут видеть огромные рекламные объявления в самых процветающих торговых центрах своих городов.

На рекламном плакате Чэнь Инсюн наступил на футбольный мяч, сложив руки на груди, высоко подняв голову и опустив глаза. Поскольку эти рекламные плакаты, как правило, размещаются на высоких местах, таких как стены зданий, действительно кажется, что Чэнь Инсюн стоит высоко и смотрит на всех людей сверху вниз.

Рядом с ним находится логотип Nike.

Кроме этого, не было ни слова, но оно показывало властный и высокомерный Чэнь Инсюн, точно такой же, как Чэнь Инсюн на самом деле. Однако большинству его поклонников нравится этот неугомонный поклонник!

Эта реклама появилась во всех крупных и средних городах Китая, а также во флагманских магазинах Nike, франчайзинговых магазинах, сетевых магазинах... различных магазинах. Кажется, Nike действительно приложил все усилия, чтобы продвинуть этого героя в сознании китайских болельщиков.

Спустя столько лет в китайском футболе наконец появился игрок, которого можно использовать. Конечно, надо похвалить.

Внезапно СМИ сообщили, что «Чэнь Инсюн подписал контракт с Nike по высокой цене», и эта репутация поднялась на новый уровень.

Воспользовавшись этим моментом, Чэнь Инсюн и его команда агентов вернулись в Китай.

На этот раз это было больше, чем просто возвращение домой. Даже возвращение домой было сведено к концу всех его дел. Ему предстоит посетить множество деловых мероприятий. В дополнение к деловым мероприятиям Nike, у него было несколько рекламных брендов в Китае. Теперь его репутация повысилась, и другим компаниям приходится использовать его репутацию для продвижения.

Кроме того, это новое одобрение подписания.

И на этот раз я хочу подписать с ним контракт — это китайская компания, которая имеет очень тесные отношения с футболом, и в то же время имеет очень высокую репутацию в Китае, ее можно назвать именем нарицательным. Продукцию их компании можно увидеть повсюду в жизни, и ею часто пользуются.

□□□

"Золотой голос?" Чэнь Инсюн в шоке посмотрел на Дракулу. «Но быть золотым голосом леденца от горла Golden Throat Throat Bao?»

Дракула кивнул: «Золотой голос Лючжоу, Гуанси».

Рот Героя Чена дернулся дважды.

Он подумал о рекламе — Роналдо, который уже явно был благословлен, медленно поднял голову перед камерой, затем взял в одну руку упаковку «Золотого горла», глупо ухмыляясь в камеру...

Он подумал о другой рекламе: бразильский золотой мальчик Кака держит в одной руке сокровище с золотым голосом и глупо улыбается в камеру...

Затем он подумал о другой рекламе - герой Неаполя, Чэнь Инсюн, держащий в одной руке сокровище с золотым голосом, глупо ухмыляющийся в камеру...

Он больше не мог представить, он вздрогнул. "Можете ли вы не подписать его?"

«Мы уже договорились». Дракула покачал головой, он задавался вопросом, почему Чэнь Инсюн так сопротивляется.

Однажды он уже спрашивал об этом Чэнь Инсюн. Он сказал, что китайская компания хочет заключить с ним контракт и цена не низкая. В то время Чэнь Инсюн не спросил, какой именно. Он просто выслушал предложение и попросил его принять решение. Он думал, что это очень понравилось Чэнь Инсюн...

"Эм-м-м....."

«Golden Voice подписал соглашения с Роналду и Кака, двумя звездами мирового уровня. Я думаю, это должно повысить вашу ценность...» Дракула объяснил причину своего выбора Golden Voice.

"Нет, это какая-то деградация!" Чэнь Инсюн не знал, как объяснить это Дракуле. Когда он думает, что собирается сделать такую рекламу с ухмылкой и ухмылкой, держа в руках товар, а потом над ним кто-то насмехается, ему хочется плакать без слез... но погодите?

реклама?

Кстати, реклама!

Проблема в рекламе!

Почему реклама Роналду и Кака заставляет людей вздрагивать и чувствовать себя такими глупыми? Это не из-за этой рекламы?

Ты - золотое сокровище для гортани, и это действительно связано с футболом. Например, многие болельщики хранят леденцы от горла, потому что смотреть футбол очень тяжело. Но если вы не напишете статью в этой области, вам придется выдать всю звезду продукта за ухмылку глупой рутины. Неудивительно, что публика его не принимает...

Если вы сами поддерживаете свой золотой голос... категорически нельзя делать такую

хихикающую рекламу!

Он подумал немного и сказал Дракуле: "Контракт можно подписать, но я изменил условия. Я должен добавить в контракт рекламную идею съемок. Я подумаю, иначе не подпишу!"

Дракула на мгновение замер: «Вы недовольны их рекламой?»

— Вы видели их рекламу?

"Я видел это..."

Глаза Чэнь Инсюн расширились: «Вы видели это? Вы видели это и все еще думаете, что подписываете!»

"Я думаю, что это довольно хорошо..." Дракула был обижен. Знаменитость держит товар и улыбается в камеру. Разве это не нормальный, распространенный и распространенный способ для знаменитостей рекламировать продукты? Хотя это немного жестко, это нормально, верно?

— Слабо, ладно! — сердито сказал Чэнь Инсюн. «Будь креативным, но не креативным, и сделай то, что не производится!» Поскольку Чэнь Инсюн последовал за Сыром Панда, чтобы снять рекламу в Египте, и был чрезвычайно благосклонен к директору по рекламе, у него также есть свои взгляды на рекламу.

Он думал, что это очень креативно, как реклама сыра Панда.

"В любом случае, вы идете и говорите им, что если я хочу подписать, то это легко, измените договор, и я буду отвечать за творческое творчество, иначе я не подпишу, даже если я заплачу неустойку, я не буду подписать!"

Чэнь Инсюн проявил упрямство.

Дракула не говорил много, он просто говорил, поэтому он побежал искать человека с золотым голосом.

Когда золотой голос услышал слова Дракулы, я вдруг почувствовал, что это трудно сделать — так дорого стоит реклама. После того, как я подписал контракт с вами, Чен Инсюн, я должен пойти сниматься в рекламе. Если есть реклама сюжета, спрашивайте у режиссера, приглашайте фотографа, пожалуйста Вам не нужны деньги на бардак с бутафорией, гримом, драмой и актерами?

Но Чэнь Инсюн все равно, он просто не может терпеть рекламу своего продукта, которая ухмыляется перед сотнями миллионов телезрителей по всей стране. К тому времени его изображение, вероятно, упадет в цене.

Это вопрос денег и не может быть небрежным.

В конце концов, обе стороны долго это видели и, наконец, пришли к соглашению. Golden Voice пошли на уступки, увеличили финансирование и согласились на условия рекламного креатива, соответствующие мнению Чэнь Инсюн.

Но предпосылка заключается в том, что Чен Инсюн должен сначала достать креативную книгу рекламы.

Чэнь Инсюн чувствовал, что это слишком просто, он поделился своими идеями с другой

стороной только за одну ночь.

Креативная идея рекламы на самом деле очень проста. Он использует связь между леденцами от горла и футбольным матчем, чтобы поднять шумиху. Описывая ожесточенный футбольный матч, болельщики на трибунах бурно кричали, а потом ломали себе глотки. В это время появился Чэнь Инсюн и дал горловое сокровище с золотым голосом фанату, который сломал себе горло и не мог издать ни звука.

Вот так просто, но это намного лучше предыдущих рекламных роликов, которые тупо держат товар и глупо снимают на камеру, да и впечатление произвести легче.

Другая сторона посмотрела на него и передала его профессиональной рекламной компании для оценки. С работоспособностью все в порядке, и все в порядке.

Обе партии провели пресс-конференцию под названием «Чэнь Инсюн любит Золотое горло» в Большом зале народных собраний, объявив, что Чэнь Инсюн официально подписал «Золотое горло» в качестве поддержки «Золотого горла». Контракт рассчитан на два года. В течение последних двух лет «Золотой голос» мог использовать образ Чэнь Инсюн в определенных случаях, но не по прошествии двух лет.

После подписания контракта с Golden Throat Чен Инсюн занимается съемкой рекламы Golden Throat...

Но на этот раз это займет некоторое время, ведь к этой рекламе тоже нужно подготовиться. Это реклама от сюжета, но не как раньше. Говорят, что Golden Voice в прошлом просил Роналду снимать рекламные ролики. Во время первого этапа визита Galaxy Battleship в Китай, во время сжатого перерыва, Роналду на специальном автомобиле прямо из отеля, где остановилась команда, доехал до места, где снимался рекламный ролик, а затем завел его. Желто-зеленая майка с золотым голосом, держащая золотой голос, посмотрела в камеру, улыбнулась и закончила работу. Надев гонорар, я поехал обратно в отель, где остановился. Команда отдыхает...

В ожидании съемок рекламных роликов Чэнь Инсюн сделал перерыв в коммерческом мероприятии, организованном для него компанией Pulsating Drink. Но это также был последний раз, когда он посещал оживленное деловое мероприятие. Сотрудничество двух сторон завершится этим летом. Но это не беда, Дракула уже нашел свой следующий дом, которым является Pepsi, более известная, чем Pulse.

У Pepsi есть привычка искать звезд футбола в качестве поддержки, и Чен Инсюн, у которого есть огромный китайский рынок в качестве поддержки, естественно, является их целью.

Теперь Чен Инсюн защитил лучшего бомбардира Серии А, а также стал лучшим бомбардиром Лиги чемпионов. Его собственный капитал, популярность и коммерческая ценность также выросли. Небольшие бренды, естественно, смотрят на них свысока.

Чтобы подписать, все они являются брендами мирового уровня.

Nike и Pepsi — это только первый шаг.

У Чэнь Инсюн есть и другое стремление — помочь своему отцу и позволить ему путешествовать по торговому морю.

Я думаю, что мой отец отказался от своей мечты и изо всех сил старался помочь сыну

реализовать свою мечту. Теперь, когда сын богат, пришло время отцу осуществить свою мечту.

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: идёт перевод

<http://tl.rulate.ru/book/83507/2694555>