253. Конкурс на лучший кавер возлюбленных

Блог-платформа Волна.

Книжное издание сериала «Осень в моём сердце» уже 20 дней обновлялось Лу Чэнем. Каждый день он добавлял текст объёмом 3 тысячи иероглифов, а к настоящему моменту уже накопилось 60 тысяч иероглифов, что соответствовало четырём сериям.

Немало пользователей на блог-платформе Волна обновляли свои рассказы. Кто-то делал это из-за хобби, а кто-то ради привлечения фанатов через блог. Блог-рассказы уже стали частью веб-новелл.

Отечественная сетевая литература начала развиваться в 2000 году и к настоящему времени развилась до достаточно большой отрасли. Существовало несколько десятков крупных литературных сайтов. В последние годы в связи с шумихой вокруг интеллектуальной собственностью популярность сетевой литературы возросла. Максимальная прибыль, которую удавалось сетевому автору получать за год, составляла несколько десятков миллионов юаней.

Но чем выше становилась ценность интеллектуальной собственности, тем сильнее подавляющее большинство литературных сайтов цеплялось за авторские права. Сайты, заключавшие договоры с авторами, зачастую присваивали себе все авторские права, поэтому немало авторов, не желавших быть связанными по рукам и ногам, переезжали на более свободные площадки типа блогов, форумов или сообществ в Fetion.

Конечно, лишаясь поддержки зрелой платформы, было крайне сложно продать авторские права, чтобы заработать денег.

Лу Чэнь обновлял «Осень в моём сердце» на блог-платформе Волна в основном ради раскрутки снимавшегося в данный момент сериала и уже во вторую очередь ради того, чтобы подготовить почву для публикации бумажного издания книги.

Отечественные бумажные романы являлись по-настоящему крупным рынком. По сравнению с бесчинствующим в интернете пиратством, ситуация на печатном рынке была куда лучше. Не так уж мало авторов бумажных книг в год зарабатывали более 100 миллионов юаней.

Ежедневное обновление «Осени в моём сердце» на блог-платформе Волна всё-таки в основном привлекало фанатов Лу Чэня и особенно молодых девушек, которым нравились городские сюжеты про взаимоотношения.

Но таких фанатов на самом деле было не так много.

Поэтому поначалу количество просмотров, репостов и комментариев блога, где обновлялся роман Лу Чэня, было небольшим. Но постепенно интерес возрастал.

В основном это происходило благодаря острому сюжету. Перепутанные судьбы героинь и конфликт отношений заставляли глубоко переживать молодых девушек. Они ежедневно ждали обновления, чтобы прочитать и прокомментировать его.

Очень многие фанатки служили бесплатными рекламщиками. Они сами рассылали главы по различным форумам и даже образовали книжное сообщество «Осень в моём сердце».

Неожиданно для Лу Чэня и его рабочей студии число участников книжного сообщества «Осень в моём сердце» превысило 50 тысяч человек, а количество постов достигло нескольких сотен

тысяч. Этот роман уже ничуть не уступал многим популярным на данный момент веб-новеллам.

А распространение романа позволило привлечь немало посторонних людей и тем самым увеличило интерес общества к телесериалу «Осень в моём сердце».

1 декабря Лу Чэнь, Чэнь Фэйр, телекомпания Братья Цянь Дэ и Тяньцзиньское телевидение одновременно опубликовали в своих блогах новость о том, что телесериал «Осень в моём сердце» официально выйдет на Тяньцзиньском телевидении и что первый показ состоится 12 декабря в субботу в 20:30!

Для многих фанатов Лу Чэня, а также поклонников романа «Осень в моём сердце» эта новость была весьма значимой.

Поэтому «Осень в моём сердце» стремительно попало в размещённый на главной странице Волны топ поисковых запросов.

2 декабря два VIP-пользователя и VIP-аккаунты двух компаний одновременно опубликовали трейлер сериала «Осень в моём сердце».

В этом трёхминутном трейлере впервые зазвучала основная музыкальная тема «Твои глаза»!

Поэтому маркетинговая компания сериала «Осень в моём сердце» была успешно запущена.

Отечественная телеиндустрия бурно процветала. Туда вкладывалось большое количество денежных средств, конкуренция, можно сказать, была невероятно ожесточённой.

Даже при наличии в телесериале крупного режиссёра, суперзвезды или известной интеллектуальной собственности телесериал никак не мог обойтись без рекламы и раскрутки. Было бы крайне глупо обходиться без этих вещей.

Выражение о том, что хороший товар не нуждается в рекламе, уже осталось в прошлом. 20-30 лет назад рейтинг одного телесериала ещё мог достигать нескольких десятков процентов. Теперь же эти прекрасные деньки уже давно ушли в историю, наступила эпоха всенародного маркетинга!

Прежде всего, регулярные обновления романа в блоге Лу Чэня и обнародование новости о том, что Чэнь Фэйр исполнит главную женскую роль, являлись на самом деле частью маркетинга.

Но эта была лишь незначительная часть.

Чтобы завладеть рейтингом, такой презентации было явно недостаточно!

В итоге представители рабочей студии Лу Чэня, рабочей студии Чэнь Фэйр, телекомпании Братья Цянь Дэ и Тяньцзиньского телевидения вновь уселись вместе, чтобы обсудить рекламную кампанию.

Несмотря на отличие рекламных каналов инвестирующей стороны и трансляционной стороны, крайне важным было гармоничное взаимодействие. Только так можно было избежать появления рекламных ошибок или конфликтных ситуаций и максимально сэкономить денежные средства на рекламу.

Совещание проходило в гранд-отеле Нанкинской киностудии. Сильно занятые съёмками Лу

Чэнь и Чэнь Фэйр выделили время, чтобы тоже поучаствовать в данном собрании.

Ключевым моментом совещания, помимо определения суммы инвестиций в рекламу, служило составление рекламной стратегии.

Эта стратегия была очень важна. С хорошим рекламным планом можно было инвестировать 1 юань и затем получить 10 или даже 100 юаней за успешную рекламу. Или же всё могло быть с точностью наоборот.

Тем более в нынешнюю эпоху интернета широкие массы уже привыкли к различным медийным бомбардировкам и не удивлялись к непрерывно возникавшим способам пиара. Заниматься интернет-пиаром было всё тяжелее и тяжелее.

Поэтому требовался совместный мозговой штурм, чтобы придумать нечто новое.

Как-никак рекламный период был очень коротким.

Сестрица Чжан предложила: «Почему бы нам просто не раскрутиться за счёт сплетен вокруг Лу Чэня и Чэнь Фэйр?»

Сестрицу Чжан на самом деле звали Чжан Цзе. Она являлась помощницей Чэнь Фэйр и находилась при ней уже более 10 лет.

Она вовсе не была первым помощником Чэнь Фэйр, но, вне всякого сомнения, была самым доверенным лицом.

Эта 40-летняя женщина имела заурядную внешность, говорила тихим, спокойным голосом и обычно была неразговорчивой, но никто не оказывал такой поддержки Чэнь Фэйр, как она, поэтому Чэнь Фэйр очень ценила её мнение.

Сестрица Чжан тоже принимала участие в совещании. Своими словами она заложила бомбу.

Взгляды всех присутствующих сосредоточились на Лу Чэне и Чэнь Фэйр.

Большинство смотрело с одобрением и надеждой.

И в телеиндустрии, и в мире музыки считалось общепринятой практикой использовать сплетни о личной жизни ради продвижения телесериала или альбома. Вдобавок это практически всегда срабатывало и привлекало огромное внимание.

Некоторые звёздные артисты даже получали от этого удовольствие, а потому каждый раз, как должен был выйти на экраны новый сериал, занимались сплетнями.

Несмотря на то, что многих интернет-пользователей подобные приёмы уже пресытили, при каждом появлении какой-либо сплетни они по привычке читали их и затем ругались или язвили.

Ругань не игнорировалась, потому что так достигался успех рекламы, да и расходы были минимальны.

Многие развлекательные средства массовой информации любили раздувать сплетни и делали это зачастую бесплатно.

А самое главное то, что Лу Чэнь и Чэнь Фэйр уже имели базу для пиара. Ранее и так уже

ходили слухи о талантливом юноше и поп-диве, а теперь они вместе сотрудничали в одном телесериале. Поднять новую волну сплетен о их личной жизни не составит никакого труда.

К тому же это максимально сэкономит расходы.

Не нужно будет давать никаких денежных конвертов журналистам, чтобы те раздували слухи. Как только папарацци пронюхают о сплетнях, они сразу же разместят их на первые полосы!

На самом деле в настоящее время немало папарацци шастало на съёмочной площадке сериала «Осень в моём сердце».

Но сперва своё согласие должна была дать Чэнь Фэйр.

Среди всех присутствующих Чэнь Фэйр имела самый высокий статус. Все обязаны были прислушиваться к её голосу, и никто не мог проигнорировать её мнение.

Будучи приближённым человеком Чэнь Фэйр, сестрица Чжан внесла такое предложение, потому что знала, что Чэнь Фэйр не испытает неприязни – ведь вымышленным возлюбленным станет Лу Чэнь!

На самом деле предложение сестрицы Чжан происходило из интереса к отношениям между обоими людьми. Смышлёные люди, естественно, могли расслышать этот интерес.

А здесь в основном сидели смышлёные люди.

Поколебавшись, Чэнь Фэйр повернула голову и посмотрела на Лу Чэня.

Как и думала сестрица Чжан, Чэнь Фэйр не испытывала никакой неприязни к раскрутке за счёт сплетен о личной жизни. Ей хотелось услышать мнение Лу Чэня.

Под взорами всех присутствующих Лу Чэнь отрицательно покачал головой: «Не нужно раскручиваться за счёт сплетен».

Лу Чэнь, конечно, понимал пользу от подобной раскрутки, но ему не нравилась эта идея. Совсем не нравилась.

В глазах Чэнь Фэйр промелькнула улыбка. Она спросила: «Тогда что ты предлагаешь?»

Она понимала сердечные помыслы Лу Чэня.

Поразмыслив, Лу Чэнь ответил: «Мы в блогах проведём рекламную акцию».

Вот как?

Все обменялись растерянными взглядами, чувствуя разочарование.

Использование блога ради рекламы считалось общепринятой нормой. Акций в блогах проводилось превеликое множество. Особенно часто встречались лотереи.

Лотерея должна была привлечь внимание, но зачастую она не приносила особой пользы. Большинство интернет-пользователей гналось лишь за наградой.

Лу Чэнь продолжил: «Я считаю, что стоит провести конкурс на лучший кавер возлюбленных!»

«Кавер надо сделать на основную музыкальную тему нашего сериала «Твои глаза». Участвовать могут только те, кто загрузит в свой блог видео с кавером. Наградой послужит большой денежный приз или романтический круиз на двоих по Европе. Даже можно будет пригласить победителей исполнить мелкие роли в сериале».

Конкурс на лучший кавер возлюбленных?

В глазах Чэнь Фэйр внезапно промелькнул блеск – это и впрямь оригинальная идея!

Награды – это уже второстепенное дело. Главное, что акция будет крутиться вокруг сериала. А такая акция не была какой-то вульгарной и грубой, наоборот, была романтической и значимой. В ней непременно захотят поучаствовать много людей.

В таком случае удастся неплохо разрекламировать сериал!

К тому же затраты были невысокими. Даже романтический круиз на двоих по Европе стоил всего несколько десятков тысяч юаней.

Лу Чэнь продолжил: «Что касается жюри, то эту обязанность возьмём на себя я и сестрица Фэйр, можно ещё пригласить поучаствовать лейбл Катапульта и тем самым заранее подогреть интерес к новому альбому сестрицы Фэйр!»

Чэнь Фэйр улыбнулась: «Я могу позвать в жюри братца Линя».

Сестрица Чжан рассмеялась: «Тогда скоро это станет подобием Вокального Китая».

Братцем Линем, которого упомянула Чэнь Фэйр, естественно, являлся музыкальный директор лейбла Катапульта Линь Чжицзе. Она и Линь Чжицзе сидели в жюри на шоу «Вокальный Китай», а Лу Чэнь являлся победителем этого шоу.

Поэтому данный конкурс и правда походил на «Вокальный Китай»!

Лу Чэнь внёс предложение, а Чэнь Фэйр поддержала. Это и впрямь была неплохая идея, а потому все её тут же одобрили!

http://tl.rulate.ru/book/96733/252966