

Глава 26: Волнение

Несколько дней назад, как раз перед показом рекламы KiShin на одном из телеканалов, Сёдзи, мужчина средних лет, который подал заявление на работу в KiShin несколько недель назад, сначала сомневался в компании. Его неуверенность была вызвана юным возрастом Шина. Однако по мере того, как он продолжал работать в компании, он понял, что она постоянно растет, и Сёдзи начал видеть ее потенциал.

Со вновь обретенной уверенностью он с полной отдачей взялся за работу в качестве специалиста по маркетингу, неустанно продвигая аркадные автоматы компании в различных магазинах и торговых центрах Токио. Когда аркадные автоматы стали главной темой телевизионных новостей, прибыль компании резко возросла. Сёдзи ухватился за эту возможность, чтобы еще больше прорекламировать свои аркадные автоматы.

Его самоотверженность и вклад не остались незамеченными, и в результате Шин повысил его до должности директора по маркетингу. Вместе с повышением пришло и заслуженное увеличение зарплаты, что не могло не радовать Сёдзи. Однако в самый разгар его восторгов по поводу успехов компании и его лично Шин вызвал его к себе в кабинет.

Сёдзи незамедлительно прибыл в офис Шина, где его встретили с улыбкой и пригласили присесть.

- Я здесь, чтобы обсудить с вами нашу стратегию продвижения консолей FamCom, - сказал Шин, скрестив пальцы и положив локти на стол.

Сёдзи задумчиво улыбнулся. Этот продукт входил в сферу его ответственности за маркетинг, и он уже обсуждал его со своей командой. Однако, похоже, генеральный директор еще не до конца доверял их возможностям. Тем не менее он почтительно заявил:

- Я уже наметил стратегию и план маркетинга нашего продукта, господин. Но если у вас есть какие-то предложения, пожалуйста, не стесняйтесь высказывать свои соображения.

Шин кивнул и поинтересовался:

- Вы уже определились с каналом, на котором будет транслироваться наша реклама?

Сёдзи кивнул и пояснил:

- Учитывая ограниченный бюджет компании, моя команда считает, что будет выгоднее занять тайм-слот на канале с доступными тарифами.

Сёдзи был уверен, что их игровые автоматы, и без того популярные в Токио, привлекут внимание даже на недооцененном канале. Заметив молчание Шина, он добавил:

- К счастью, у нас есть ценные контакты и выгодные связи с несколькими магазинами и торговыми центрами. Это облегчит достижение взаимовыгодных соглашений по продвижению нашего продукта и обеспечению первоклассного места на полке в их соответствующих заведениях.

Шин кивнул и предложил:

- Я рекомендую арендовать тайм-слот на канале аниме и мультфильмов.

Сёдзи был несколько удивлен и спросил:

- Разве не правда, что почти никто из взрослых или даже молодых людей не смотрит аниме или мультфильмы, кроме детей? - Он подумал, что если дети - основная аудитория, то они могут не до конца понять их продукт.

Улыбнувшись, Шин ответил:

- В этом-то и дело. У многих детей будет возможность увидеть нашу рекламу. Как видите, наша компания значительно выросла благодаря привлечению детей, - продолжил Шин. - Мы - игровая компания, и, помимо молодых людей, основной аудиторией наших игровых приставок являются дети.

Сёдзи задумчиво кивнул и вступил в короткую беседу с Шином, после чего ушел.

Придя на работу, он организовал свой отдел и команду, находящуюся в его подчинении. Сёдзи также координировал съемки рекламного ролика и предоставил режиссеру сценарий, который подготовил Шин. Режиссер оказался неопытным молодым человеком, поэтому не стал возражать, когда Сёдзи предложил ему внести свой вклад в съемки. После этих приготовлений всего за несколько дней все было готово. Директор по розничной торговле KiShin также наладил необходимые связи с различными магазинами и торговыми центрами.

Однако в ходе этого процесса возникла небольшая заминка. Менеджеры магазинов и торговых центров выразили опасения, что продажа компьютеров семейства KiShin SKT (Seikatsu) может негативно сказаться на их аркадном бизнесе, особенно учитывая значительную стоимость, которую они заплатили за автоматы. В ответ Шин лично связался с этими менеджерами, чтобы развеять их опасения.

Шин успешно убедил их, подчеркнув, что популярность игровых приставок SKT не повредит их бизнесу по продаже игровых автоматов. Напротив, она может привлечь в их залы еще больше увлеченных игроков. С помощью звонков своих сотрудников Шину удалось убедить их в том, что после появления игровых приставок SKT аркады смогут процветать и стать центральным центром для увлеченных геймеров.

--- Реклама KiShin не вызвала никакого ажиотажа в первый день, но именно этого Шин и ожидал. Именно поэтому он решил задержать выход игровых консолей SKT еще на несколько дней, прежде чем люди начнут обращать на них внимание.

Как и ожидалось, уже на второй день показа рекламы KiShin на детском канале домохозяйства по всей Японии обратили на нее внимание. И не только в одном Токио, но и по всей стране. Хотя аудитория детского канала состояла в основном из детей, эти дети выходили за пределы Токио и охватывали всю Японию.

--- В случайном доме в Токио старшеклассник по имени Наруки, который часто посещал игровые автоматы, чтобы поиграть в Марио, поспешно позвонил своему другу по телефону.

- Алло? - раздался голос на другом конце.

- Танака! Скорее переключи свой канал на Асахи! - взволнованно воскликнул Наруки.

- Почему? Я не увлекаюсь детскими вещами, Нару... - начал Танака. Наруки прервал Танаку:

- Просто переключи его на канал Асахи!

Танака был озадачен, но сдался и сказал:

- Ладно, ладно. Не надо кричать, а то я оглохну. Что это вообще такое?

Наруки быстро объяснил:

- Просто переключись на Асахи и жди рекламы KiShin!

Танака кивнул, но тут же уловил знакомое слово:

- KiShin?

Танака переключил канал на телевизоре, не выпуская из рук портативный телефон.

- У KiShin есть реклама, Наруки? - спросил Танака, устраиваясь перед телевизором. Наруки поспешил пояснить по телефону:

- Сначала я был раздражен, потому что мой младший брат переключил канал со спортивного на детский. Но потом я был совершенно потрясен, увидев на нем рекламу KiShin!

- Правда? - Танака был заинтригован. Какое отношение к рекламе имеет компания по производству игровых автоматов? Он не мог понять, почему Наруки так странно реагирует.

Наруки крикнул в трубку:

- Смотри! Начинается реклама! - Наруки никогда раньше не радовался рекламе.

Танака внимательно следил за рекламой KiShin. Она начиналась с того, что ребенок входил в дом, формально приветствовал родителей, а затем...

Танака сделал паузу, его глаза расширились.

- Что это? Это... игровой зал... В доме!?

Танака в изумлении встал. Когда закончилась реклама, он спросил своего друга Наруки:

- Какое сегодня число?

Наруки, озадаченный вопросом Танаки, спросил:

- Как ты можешь не знать...

- Просто ответь!!! - потребовал Танака.

- 21 июля, - просто ответил Наруки.

- Осталось еще 4 дня!!! - взволнованно проревел Танака.

<http://tl.rulate.ru/book/98288/3642875>