

Цзи Лин не мог не проанализировать, откуда у продюсеров такая уверенность в успехе этого фильма. Он изучил их прошлые работы и обнаружил, что они действительно сняли множество популярных сериалов, что немного его успокоило.

Однако разница между большим экраном и телевидением огромна. Он не был уверен, смогут ли они адаптироваться. Если они не поймут, что хотят зрители, и те не поддержат фильм, что тогда?

В глазах Цзи Лина этот фильм был обречён на провал.

Но раз уж он взялся за проект, то решил вложить в него все силы. Это был хороший шанс набраться опыта. Ведь в продвижении всё дело в упаковке — даже из кучи земли можно сделать золото. Хотя шансы были малы, если удастся добиться хороших кассовых сборов, можно было бы неплохо заработать.

Фильм назывался «Признание», и его сюжет заключался в том, что парень признаётся в любви на протяжении десяти лет.

Десять лет назад он влюбился в девушку, и каждый раз, когда он собирался признаться, что-то шло не так. В итоге после множества перипетий через десять лет он наконец признаётся, и всё заканчивается хорошо.

Хотя главный герой выглядел довольно несчастным, фильм был выполнен в лёгком стиле, и несколько сцен были довольно забавными.

Однако, прочитав сценарий, Цзи Лин снова задумался: «В наше время кто будет смотреть такой фильм?»

Сюжет был довольно банальным, без особых новшеств. Единственным интересным моментом были различные способы, которыми главный герой терпел неудачи в своих признаниях.

Но в таком фильме зрители заранее знают, чем всё закончится. Цзи Лин даже подумал, что было бы интереснее, если бы в конце фильма признание так и не состоялось, чтобы хоть немного удивить зрителей.

Однако фильм был позиционирован как лёгкая комедия, а значит, должен был иметь счастливый финал.

Как бы то ни было, Цзи Лин собрал своих подчинённых для обсуждения и распределения задач. Они определили целевую аудиторию фильма, выбрали основные темы и акценты для рекламы, а также разработали детальный план маркетинговой кампании.

Но, если говорить честно, Цзи Лин не был полностью удовлетворён текущим позиционированием фильма.

На сегодняшнем рынке мелодрамы и романтические комедии уже не так популярны. Зрители больше не реагируют на эмоциональные приёмы. Хотя целевая аудитория была определена как молодёжь от подростков до двадцати с небольшим лет, современные молодые люди уже привыкли к визуальным эффектам и масштабу зарубежных блокбастеров. Если в этой романтической комедии не будет чего-то особенного, ей будет сложно выделиться.

Но съёмки фильма уже начались, и нужно было срочно запускать работу по размещению рекламы.

Цзи Лин лично связался с несколькими рекламодателями, но их предложения были не слишком высокими. Только сайт, на котором был опубликован оригинальный роман, предложил приемлемую цену. Цзи Лин понимал, что с малобюджетными фильмами так и бывает. Ему нужно было доработать свой маркетинговый план, чтобы убедить клиентов вложить больше средств.

На самом деле работа шла не так уж плохо. Контракты на размещение рекламы были почти согласованы, и продюсеры уже ознакомились с планом, не высказав никаких замечаний.

Съёмки фильма начались, и Цзи Лин поручил своим сотрудникам следить за процессом, чтобы вовремя использовать любую возможность для пиара.

Если бы всё шло по плану, в конце концов Цзи Лин получил бы свои комиссионные.

Но такой результат, который едва дотягивал до среднего уровня, не устраивал его.

Если можно сделать что-то на девять баллов, он не соглашался на восемь, а тем более на шесть.

Продавая что-то, нужно верить в его ценность, иначе как убедить других?

Цзи Лин специально вызвал к себе Хэ Сяогуана и спросил его мнение о сюжете фильма, как представителя молодёжи.

— Но, господин Цзи, вы ведь тоже молоды? — удивился Хэ Сяогуан.

Цзи Лин на мгновение замолчал, а затем сказал:

— Просто выскажи своё мнение.

— Сюжет действительно немного скучноват, но в таких фильмах важно не только это, а ещё и то, как его снимет режиссёр.

Цзи Лин спросил:

— Если бы ты увидел этот фильм в афише, купил бы ты билет?

Хэ Сяогуан замялся:

— Эээ, наверное, нет. Разве что с девушкой, но если бы были блокбастеры, я бы выбрал их.

— Вот в чём наша проблема. Мы должны найти способ заставить зрителей купить билеты. Нам доверили продвижение, и наша задача — заинтересовать зрителей. — Цзи Лин вдруг осознал что-то. — У тебя есть девушка?

Хэ Сяогуан с достоинством ответил:

— Нет, но я могу представить.

Цзи Лин усмехнулся:

— Ты, похоже, мастер самообмана. Мы получаем деньги за то, чтобы продавать билеты, и я чувствую, что нужно найти что-то, что вызовет у зрителей отклик, а затем использовать это, чтобы заинтересовать их фильмом. — Он посмотрел на молодое лицо Хэ Сяогуана. — Как ты

думаешь, что в этом фильме может вызвать у тебя отклик?

Хэ Сяогуан задумался:

— Наверное, опыт признания в любви. Увидев название фильма, я вспомнил, как сам признавался. — Он ухмыльнулся. — Сейчас это кажется глупым, но тогда я думал, что это было круто.

Хэ Сяогуан разговорился и начал с упоением рассказывать о своих прошлых подвигах, преувеличивая свои заслуги.

Цзи Лин делал вид, что слушает, но думал о другом.

Хэ Сяогуан вспомнил свои признания благодаря фильму, а Цзи Лина больше всего в сюжете поразили «десять лет».

Десять лет преданности — это символ верности, что удивило Цзи Лина.

Он видел многих людей, пережил множество событий, но тех, кто мог бы продержаться десять лет, было очень мало. Признание, которое прозвучало через десять лет, вызвало у Цзи Лина глубокое уважение.

Его восприятие сильно отличалось от мнения Хэ Сяогуана, но Цзи Лин не стал делиться своими мыслями, а просто молча слушал, как тот увлечённо рассказывает.

Такой энтузиазм...

Цзи Лин вдруг понял, что, возможно, он изначально выбрал неверное направление.

Он прервал Хэ Сяогуана, погладил его по голове и сказал:

— Спасибо, что дал мне идею. Я угощу тебя ужином.

Хэ Сяогуан, прерванный на полуслове, был недоволен и сердито посмотрел на Цзи Лина:

— Господин Цзи, почему вы так спокойны? Разве вы никогда не признавались в любви?

Цзи Лин был ошеломлён этим вопросом.

Хэ Сяогуан с удивлением посмотрел на него:

— А вам признавались?

Цзи Лин задумчиво погладил подбородок:

— Наверное, да.

В юности он серьёзно встречался с дочерью бизнесмена. Тогда всё казалось естественным: они начали отношения, а затем так же естественно расстались. С тех пор он был занят работой, принимал знаки внимания на различных мероприятиях и иногда сам передавал ключи от отеля.

Слово «признание» казалось ему чем-то из другого мира.

Хэ Сяогуан, увидев его реакцию, с удивлением сказал:

— Господин Цзи, вы совершенно не романтик.

Цзи Лин похлопал его по голове и не стал продолжать эту тему, напомнив, что детали фильма пока не стоит обсуждать с другими.

Цзи Лин решил изменить стратегию продвижения. Вечером он забрал материалы домой, чтобы продолжить работу. Обычно он оставался в офисе допоздна, но если он не уходил, то и его подчинённые не могли уйти, поэтому ему пришлось забрать всё домой.

Цзи Лин ездил на старой машине, оставшейся от предыдущего босса. Продать её было бы сложно, поэтому он оставил её себе.

Его жильё, как говорил Янь Исюань, было старой квартирой, арендованной недалеко от офиса.

Цены на недвижимость в этом районе были слишком высокими, и только этот квартал оставался не реконструированным. Все местные жители надеялись на компенсацию за снос, и многие уже переехали, сдавая свои пустые квартиры в аренду сотрудникам близлежащих офисов, пока ждали уведомлений от правительства или застройщиков.

Для Цзи Лина такая жизнь была испытанием.

Хотя в детстве он пережил период становления бизнеса своего отца, тогда он был слишком мал. Позже его отец быстро разбогател, и Цзи Лин стал жить в достатке, а затем и в роскоши.

Теперь же, оказавшись в маленькой съёмной квартире, он чувствовал себя некомфортно.

Но Цзи Лин держался.

Признаться, он копил деньги.

Его жильё было небольшим, и мебели там было мало. Все свободное пространство он использовал для хранения книг и документов.

Многие говорили, что Цзи Лин, будучи таким молодым, уже имеет свою компанию, что было большим достижением. Но сам он знал, что пока лишь использовал свои скромные знания в бизнесе для выполнения нескольких маркетинговых проектов, что казалось ему детской игрой.

<http://bllate.org/book/16177/1451139>