Biznes we reklama

«VOLVO» uly girdeji getiren 76 sekunt

Kerim AGANYÝAZOW, «Belli» studiýasynyň hünärmeni.

Şwed konserni bolan «Volvo» 2013-nji ýylda «Youtube» wideohosting saýtynda «Volvo Trucks» atly ýük ulagyny mahabat edýän «Epiki şpagat» atly wideo reklamasy internete goýlanda, 9 günüň içinde 40 million gezek görlüp, sähel salymyň içinde dünýä halklarynyň diline doldy. Häzire çenli, bu rolik 100 million gezekden hem köp görlüpdir, tomaşa görkezijisi bolsa yzygiderli artýar. Ol reklama köpçülik tarapyndan söýüldi, öwüldi, oňa ýanap, ýüzlerçe parodiýalar düşürildi, şeýle-de birnäçe reklama baýraklaryna mynasyp boldy.

Iň möhüm ýeri-de, şol «Epiki şpagatyň» hem düzümine girýän «Volvo»-nyň «Live Test Series» reklama kampaniýasy konserne 170 million dollarlyk girdeji getirdi.

Ýeri, onsoň bu nähili reklamady?!

Reklama «Volvo»-nyň täze ýük ulaglarynda ornaşdyrylan dinamiki rul dolanyşygyny görkezmek üçin düşürilipdi. Wideo reklamanyň ilkinji sekuntlary her kime tanyş aktýor bolan Žan-Klod Wan Damm bilen başlanýar. Şol bir- wagtyň özünde, arka tarapdan batyp gelýän Gün görünýär we meşhur aýdymçy Eniýanyň «Only Time» aýdymynyň sazy eşidilip başlaýar.

Üns beren zadym — bu üç element aýratynlykda hem nostalgiýa duýgusyny (geçmişi küýsemek) başdan geçirtjek zatlar eken. Günüň ýaşmazyndan öň daş-töweregi altyna çaýmagy mende köne gowy ýatlamalary oýarýar. Wan Damm biziň çagalyk döwrümiziň kino gahrymany bolany üçin ony görmek bada-bat bizde ýakymly duýgy oýarýar. Eniýanyň «Only Time» aýdymy özbaşyna nostalgiýa duýgularyny başdan geçirdýän aýdym. Onsoň bular bir wideo reklamada birleşende tomaşaçy nostalgiýa duýgusyna özüni bermän, durup bilmeýär.

Wideonyň 30-njy sekuntlarynda kameranyň daşlaşmagy bilen, aslynda yzlygyna sürülip barýan 2 sany ýük ulagynyň gapdal aýnalarynda dik duran Žan-Klody görýäris. Bu biziň Wan Damma haýran galmagymyzy öňküsindenem artdyrýar hem tolgundyrýar. Soňlugy bilen bolsa, ýanaşyk ýagdaýda yzlygyna sürlüp barýan «Volvo Trucks» ýük ulaglarynyň ýuwaş-ýuwaşdan biri-birlerinden uzaklaşmagy gözümizde öňem meşhur Wan Dammyň özüniň «epiki şpagatyny» ýerine ýetirmegine eltýär.

Ana, şu ýerde nähili duýgulary başdan geçireniňi beýan etmek, eýýäm kynlaşýar. Aňrybaş nostalgiýa bilen ýerine ýetirilen epik tilsimiň nähili usulda geň galdyrýanlygyny, nähili duýgulary başdan geçirýänligiňi aýtmak kyn. Emma reklamany ýene gaýtadan görmäge isleg döredýändigi welin, anyk.

Şu ýerde bu wideo reklamanyň döreýşi barada we ondaky Wan Dammly ideýanyň ähmiýeti barada aýdyp geçmek isleýärin.

«Volvo» konserni täze inženerçilik aýratynlyklary bolan «Volvo Trucks» ýük ulaglaryny öndürip başlansoň, onuň ýokary geçginli ýagdaýda bazara girmegi üçin bellibir çäkli býujet bilen Şwesiýanyň «Forsman&Bodenfors» reklama agentligine ýüz tutýar.

Bu reklama agentligi «Volvo»-nyň täze ýük ulagynyň aýratynlyklaryny ýekeme-ýeke öwrenýär, onuň inženerleri bilen gürrüňdeş bolýar. Bilelikde ýük ulaglaryň alyjysy bolup biljek auditoriýany kesgitleýärler.

Birnäçe gözleglerden soňra reklama agentliginiň kreatiw topary ýük ulagyň, hakykatdanam, güýçli taraplaryny görkezýän «Live Test Series» reklama kampaniýasyny hödürleýär. Ýagny ýük ulagyň berkligini, ygtybarlygyny we dinamiki rul dolanyşygyny görkezjek gyzykly synag görnüşli wideolary düşürmek meýilleşdirilýär.

Bu «Live Test Series»-de düşürilen 5 sany reklamada görkezilýän tilsimler kompýuter effektsiz, hakyky janly ýerine ýetirilýär. Hatda käbir reklamalarda «Volvo Trucks»-iň başlyklary we inženerleri düşürilýär.

Düşürilen 5 sany reklama roliginden soňra «Forsman&Bodenfors» indiki wideo birneme duýgulandyrýan reklama bolmaly diýen netijä gelýär.

Ünsüňizi şol ýerde gelnen kararyň strategiki ähmiýetine çekmek isleýärin. Aslyýetinde, ýük ulaglaryň alyjylaryna has köp täsir eden reklama «Epiki şpagat» däl-de, hut şol 5 sany «Live Test Series», ýagny ýük ulagyny janly synagdan geçirýän reklama seriýalarydy. Emma «Forsman&Bodenfors» reklama agentligi 6-njy synag wideosyny meşhur etmek isleýärdiler. Wan Dammyň epiki şpagatynyň täsiri köpçülikleýin dile düşüp, meşhur bolmak we beýleki 5 sany synag wideolarynyň hem göze düşmegini gazanmakdy.

Bu reklamany, biz ýaly, ömründe hiç haçan ýük ulagyny satyn almajak adamlar hem söýmelidi. Söýmelidi we oňa haýranlygyny dile getirip, meşhur etmelidi. Bu meşhurlyk bolsa ýük ulaglarynyň hakyky alyjylarynda «Volvo»-nyň ýük ulaglaryny almak isleglerini iki-üç esse artdyrmalydy.

Hawa, «Epiki şpagatyň» arkasyndaky strategiýa şeýleräk-di. Emma, ýekeje reklamanyň meşhur bolmagy üçin näme etmeli? Ine, şu hem her bir önüm öndürijiniň isleýän, emma dünýäde örän az agentligiň başarýan, başarýanlaryň hem hemişe başaryp bilmeýän syry. Sebäbi meşhur boljak reklamanyň anyk formulasy ýok. Ýagny bir gezek işlän usul ikinji gezek işlänokdy.

Oňa derek 76 sekuntlyk reklamanyň nädip köpçüligiň söýgüsini gazanyp, meşhur bolandygyny öwrenmek welin gyzykly.

Elbetde, bu reklamanyň ideýasy «Forsman&Bodenfors» agentliginiň kreatiw topary tarapyndan ýazylanam bolsa, wideo reklamanyň üstünlikli amala aşyrylmagy üçin öz işiniň ussady bolan režissýor bilen bilelikde işleşipdirler.

Wideo reklamany birnäçe gezek gaýtadan görenimden soňra, ondaky meni özüne çekýän we ýakymly duýgular başdan geçirdýän käbir aýratynlyklary görüp başladym.

1. Başdan reklamany göz öňünde tutulan atmosfera salmakda uly ähmiýeti bolan Gün, reklamanyň soňuna çenli gözümizden ýitmeýär. Ýagny ol reklamanyň soňuna çenli ýük ulaglarynyň arasyndan öz şöhlesini saçyp durýar. Bu reklamanyň dörediji toparynyň başdan göz öňünde tutan aýratynlygymyka diýýärin.

2. Günüň şol döredýän şapagy, ýagny «altyn sagat» diýilýän çagyň artykmaç häsiýete eýe bolmagy üçin ýük ulaglaryny-da altyn reňkde saýlapdyrlar.

3. Žan-Klod Wan Dammyň ilki başda özi hakda aýdýan ýaly eşidilýän sözleri aslynda bellibir derejede «Volvo» ýük ulaglarynyň-da inženerçilik aýratynlyklaryny belleýär.

4. Kamera Wan Dammdan uzaklaşanda her ulagda sürüjiniň gapdalynda ýene bir adamyň oturandygyny görse bolýar. Munuň sebäbi Wan Dammyň ýerine ýetirýän şpagaty kompýuter grafikalary bilen däl-de, janly ýerine ýetirilendigi eken. Ýagny sürüji gapdal aýnalaryndan ýük ulaglaryň arasynda açylmaly bellibir araçägi saklaýarka, gapdalda oturanlar ulagyň tizliginiň sagatda 25 km-den üýtgemezligine seredýän ekenler. Howpsuzlyk üçin edilen ýekeje ätiýaçlyk bolsa, tilsimiň başa barmadyk ýagdaýynda Wan Dammyň ýere gaçmazlygy üçin topuklaryndan ýük ulaglaryň gapdal aýnalaryna daňylan ýüpler bar eken. Ol bolsa, soňra montažda görünmez ýaly aýrylypdyr.

5. Bulardan başga-da, wideonyň tempini Eniýanyň reklamada ulanylan «Only Time» aýdymy kesgitleýär. Ýagny reklamanyň nostalgiýa gurşawy, ýuwaşlyk bilen hereket edýän ýük ulaglaryň we kameranyň tizligi — bularyň ählisi aýdymyň tempine görä sazlanan. Iň möhüm ýeri-de, wideo reklamanyň «climax»-y, ýagny iň ýokary täsir ediji nokady hökmünde aýdymyň gaýtalamasynyň başlaýan ýerine gabatlapdyrlar. Munuň sebäbi-de, aýdymyň gaýtalamasy iň bir ýatda galýan, bilinýän ýeri bolandygy sebäplimikä diýýärin. Wideo reklamanyň «climax»-ynda bolsa, reklamanyň «Volvo Trucks» ýük ulaglarynyň dinamiki rul dolanyşygyny synag etmek maksatly düşürilendigini aýdýan ýazgy peýda bolýar.

Umuman, jemläp aýdanymyzda, «Forsman&Bodenfors» agentligi öz başdan düzen strategiýasynyň miwesini artygy bilen aldy. Wan Dammyň «epiki şpagaty» adamlara nostalgiýa duýgusyny başdan geçirdip, köpçüligiň diline düşdi hem söýgüsini gazandy. Onuň «Volvo Trucks»-e getiren 170 million dollary bolsa, bize meseläniň diňe bir ideýadan ybarat däldigini, hatda gowy ideýalaryň hem güýçli strategiýalar esasynda ýüze çykýandygyny öwredýär. Olaryň dogry ýerine ýetirilmegi üçin bolsa, düýbünden başga ukyplar we uly tejribeler gerekdigini aýdýar.

belli creative studio | https://www.belli.studio/

«Volvo» 2013-nji ýylda «Youtube» wideohosting saýtynda «Volvo Trucks» atly ýük ulagyny mahabat edýän «Epiki şpagat» atly wideo reklamasy internete goýlanda, 9 günüň içinde 40 million gezek görlüpdir. Häzire çenli bolsa, bu rolik 100 million gezekden hem köp görlüpdir. «Epiki şpagadyň» düzümine girýän «Volvo»-nyň «Live Test Series» reklama kampaniýasy konserne 170 million dollarlyk girdeji getirdi.