

VIP-персона / привлечение в рекламную кампанию

Ситуация ▶ К съемкам в рекламном клипе приглашается известный человек, участие которого могло бы существенно повысить рейтинг проекта. Для VIP-персоны это возможность провести бесплатную PR-кампанию, однако есть опасения, что участие в рекламном проекте может негативно отразиться на имидже.

Цель ▶ Добиться согласия сниматься в рекламе. Снять опасения негативных последствий участия в рекламной кампании для имиджа приглашаемого.



Место

Премиум-ресторан. Столик, отделенный от общего зала перегородкой.

Вербальные средства

Тон уверенный. Выделенные слова произносятся с легким повышением громкости голоса.

(Говорить со спокойной улыбкой, радостно, но без экзальтации.)

Здравствуйте, уважаемый... <имя, отчество>!

Вы знаете, когда я позавчера прочитал сценарий нашего ролика, я долго думал: кто мог бы сыграть в нем **ключевую роль**? Чтобы люди поверили в основной посыл нашей рекламной кампании. А потом увидел вас в телевизионном ток-шоу, и меня буквально осенило – **это вы!** Эта роль настолько совпадает с вашим имиджем и поддерживает его, что я сразу начал искать возможность с вами связаться! И прежде чем вы решите принять участие в нашем проекте, пожалуйста, уделите мне еще немного внимания.

(Говорить с воодушевлением.) Там не нужен профессиональный актер, там нужен **живой человек**, причем именно с вашим имиджем.

(Говорить успокаивающим тоном.) То есть вам, по сути, ничего специально и играть не надо будет.

(Говорить спокойным, деловым тоном, замедляя темп речи.) Что касается деловой стороны вопроса, это тот редкий случай, когда две стороны могут быть друг другу реально полезны!

(Следующую фразу произнести на одном дыхании.) Что вас реально может заинтересовать в этом проекте, помимо того, что вы засветитесь на телевидении, и **вас еще легче будет узнавать**

зритель? Этот наш рекламный проект социально весьма значим и по нашим расчетам будет иметь большой резонанс среди зрителей. Поэтому нам кажется, что это могло бы стать хорошим стартом вашей избирательной кампании.

(Деловым тоном.) Немного о процедуре, прежде чем вы согласитесь. У нас есть сценарий, и у вас будет возможность его править в рабочем порядке – менять, переписывать текст, вносить дополнительные элементы. Мы достаточно гибки в этом вопросе, нам главное, чтобы реклама достигала нужного эффекта, выглядела достойно и солидно. Это и в ваших, и в наших интересах. Поэтому у вас будет полный контроль над конечным результатом, и вы сможете сами задавать рамки предъявления вашего имиджа зрителю. Еще один плюс нашего сценария в том, что он не агрессивен. Поэтому опасаться, что, часто появляясь на экранах, вы набьете зрителю оскомину, не следует. Да и длительность ролика невелика, ...<цифра> секунд. Так что здесь все в разумных пределах.

(Говорить как о само собой разумеющемся.) Конечно, вас может интересовать, что представляет собой наша организация. Мы готовы предоставить все наши данные, портфолио наших рекламных роликов и рекомендации людей, с которыми мы работали. Вы смотрите рекламу? А помните... <напоминается конкретный ролик?> А вот это? <Напомнить образы из наиболее популярных роликов.> Вот видите, вы их запомнили. **Так же легко запомнят и вас.**

(Говорить с искренней симпатией.) ...<имя, отчество>! Разговариваю с вами и все больше подпадаю под ваше человеческое обаяние. Вы прирожденный актер, **у вас большое будущее в политике.** А начало рекламной кампании мы вам обеспечим. Да, кстати... <сменить тему разговора на любую другую, чтобы отвлечь от необходимости давать или не давать согласие сразу>.

(Сказать уже в конце разговора, спокойно и как о само собой разумеющемся.) Ну так когда мне прислать к вам нашего представителя, чтобы он перед съемкой ознакомил вас со сценарием? ...<дата и время> удобно для вас? ■

Невербальные средства

Оратор копирует позу и жесты собеседника.

Внешний вид

Свободный стиль. Дорогая одежда известных марок. Элитные аксессуары, например часы.