

ОНИ МОГУТ СДЕЛАТЬ ТАК,
ЧТОБЫ СВОЙ «ЛАЙК» ПОД ЭТИМ РОЛИКОМ
ПОСТАВИЛ УСЛОВНЫЙ ИВАН УРГАНТ

Секрет фирмы

Секрет популярности — в качестве продукта, который они производят, а также в высокой квалификации сотрудников компании. «Заказчик приходит к нам не за роликом как таковым, ему нужны новые клиенты, — поясняет Фёдор Балванович. — Мы это понимаем и как рекламщики делаем всё, чтобы ролик стал продуктом, приносящим компании прибыль».

Для этого ролик должен, во-первых, «цеплять» зрителя, удерживая его «у экрана» до конца видео. Во-вторых, ролик должен приносить прибыль. «80% заказчиков, порадовавшись тому, какое классное видео у них теперь есть, не знают, как его грамотно использовать, — поясняет директор Movie Park. — Мы же предлагаем стратегию продвижения каждого своего продукта, чтобы максимально повысить его эффективность». И добавляет: они могут сделать так, чтобы свой «лайк» под этим роликом поставил условный Иван Ургант.

В качестве успешного примера Фёдор приводит трёхминутный имиджевый ролик, снятый для одной пермской кофейни. За три недели в интернете его посмотрели 300 тыс. человек. Причём 280 тыс. досмотрели до конца, не подзревая, что это реклама.

Источник вдохновения

Стоимость имиджевого ролика варьируется от 50 тыс. до 500 тыс. руб. в зависимости от пожеланий заказчика. Актёров Movie Park ищет самостоятельно и проводит кастинги на роли. Сценарии в компании пишутся совместно. На съёмочной площадке может находиться до 20 человек, но режиссёром и оператором-постановщиком выступает Балванович.

Заказчик принимает участие в процессе съёмки на этапе утверждения сценария и по ходу разработки концепции. Всё остальное — креатив, зона ответственности Movie Park. «Мы вышли на такой уровень, где нам доверяют, — говорит Балванович. — Мы всегда делаем больше, чем от нас ожидают».

В активе компании серьёзное кинематографическое оборудование. Предмет особой гордости — роботизированный трёхосевой подвес (иными словами, роботикамера) и квадрокоптер для съёмки (вертолёт).

Фёдор Балванович, генеральный директор компании Movie Park:

— Мы свой продукт обожаем. Это хобби, и ты делаешь его хорошо, потому что не можешь не заниматься этим. Мы ни секунды не работаем, и для нас это так же просто, как дышать. У нас рабочий день 16–18 часов (с девяти утра до двух ночи), но, когда меня спрашивают, как я отдыхаю, я отвечаю, что отдыхаю на работе. Устаёшь разве что от перелётов, но, с другой стороны, частая смена декораций, общение с разными людьми и новые впечатления являются для меня источником бесконечного вдохновения. **К**