

RADIOBOSS

ДИДЖЕЙ ИЗ СУПЕРМАРКЕТА

Я работаю менеджером по рекламе в большом супермаркете «S» в центре Москвы. Точнее, я там работал до истории, которая со мной произошла, и о которой вам сейчас расскажу.

Мою работу в «S» сложно было назвать интересной: бесконечные звонки, предложения разместить рекламные блоки на оборотной стороне чеков, на фирменных пакетах, на стендах и баннерах в торговых залах, на бейсболках девочек-кассирш, на воздушном шаре при выезде с парковки... Это то, что я не любил. Я бы вообще ненавидел эту работу, если бы не второй вид рекламной продукции, ради которого меня сюда и взяли – ширококовечание – что-то наподобие домашнего радио «S». С подачи светлой головы директора по рекламе (он реально был седым), повсеместно вмонтированные в стены и потолки супермаркета динамики, которые раньше служили лишь для экстренных объявлений, вдруг стали озвучивать рекламные сообщения.

Каждый мерчандайзер желал озвучить свои промо-акции, каждый отдел подзвучивался своим плей-листом. Время от времени звуковая картина, и случайные слушатели внимали очередному унылому «потерялся мальчик по фамилии... ожидает... администрации...». И, если рекламные сообщения мерчандайзеров были записаны профессиональными дикторами с радио (хоть и не всегда корректно отмастерены для трансляции по радио), то нештатные объявления начитывала рыжая толстая дама, напрочь лишённая каких либо голосовых данных. Я её ненавидел и за некрасивый голос, и за вульгарную внешность, и за безграмотную речь. Ну и ещё за то, что мне с ней приходилось делить водяной кулер, чайник и офисный чай в пакетиках.

По образованию я журналист, по призванию – звукорежиссёр. Так получилось, что я не стал ди-джем на радио – теряюсь на публике и не могу спонтанно выдавать словесные пассажи. Но я очень люблю мастерить радио-передачи. Я немного успел поработать на «большом радио», но понял, что (возможно пока) это не моё – в существующие передачи я не мог прийти со своими идеями, а чтобы создавать свои передачи, нужны деньги и опыт. Роль рядового радиийного звукорежиссёра меня не устраивала. Я хотел творчества. И я нашёл его – своё

Written by Alconost Translations®

<http://alconost.com/en/services/copywriting.shtml>

счастье ди-джея – там, в «S». Моими слушателями были десятки тысяч покупателей. С помощью своей RadioBOSS (www.RadioBOSS.com) я мог создавать собственные передачи. Я ни разу не был «в кадре», я никогда не произнёс ни слова в микрофон, но я был счастлив, когда видел улыбающихся моим миксам покупателей.

В моей работе мне нравилось жить жизнью настоящего художника от радио. Я создавал свои треки и плейлисты только когда меня действительно «пёрло», и я мог бродить среди покупателей и наблюдать за их реакцией на мои музыкальные подборки в то время, как RadioBOSS старательно воплощал в жизнь мои вчерашние задумки.

Очень быстро я забросил скучную прозвонку потенциальных клиентов и занялся исключительно супермаркет-радио. От рекламодателей не было отбоя. Буквально в режиме реального времени они выкладывали на наш ftp-сервер всё новые и новые варианты рекламных начиток. Покупатель будет нервничать, если услышит десять раз подряд одно и тоже объявление – поэтому от одного вендора у меня были десятки звуковых креативов, которым нужно было обеспечить ротацию. Форматы файлов были самые разные – от простых mp3, wma, wav, ogg до экзотики типа AAC, FLAC, и всё это я должен был уметь запускать в эфир. Т.к. сведение и мастеринг роликов выполнялись на разных студиях, уровни громкости у них могли отличаться, и эта различающаяся громкость объявлений могла бы стать большой проблемой для меня. В моей же RadioBOSS есть специальная функция выравнивания уровня звучания, это здорово мне помогало.

В условиях, когда новые треки перемещаются по супермаркету вслед за товаром, новые акции вместе с соответствующими объявлениями появляются чуть ли не каждый час, моему боссу просто нереально было посчитать и выставить счета всем рекламодателям заранее. Задерживать выход текстовки по актуальной только здесь и сейчас промо-акции ни в коем случае было нельзя – объявление потеряло бы смысл. Поэтому мы запускали в ротацию текстовки сразу, а в конце дня RadioBOSS формировал для моего шефа отчёт в формате CSV о том, что было проиграно и сколько раз. Практически, это и был счёт клиенту.

Не знаю, кто проектировал акустическую систему у нас, но он был явно дилетант от звукового инжиниринга. Возможно, «седой голове» в своё время не выделили достаточно средств для построения одной централизованной системы

©2009 Alconost Translations® <http://www.alconost.com/en>

All rights reserved. Copying, publishing or distributing without express written permission is prohibited.

Written by Alconost Translations®

<http://alconost.com/en/services/copywriting.shtml>

широковещания в супермаркете. Вместо этого, систем было несколько – грубо говоря, по одной на каждый торговый отдел плюс одна на территории администрации, одна в фойе и одна в складских помещениях. Каждая из систем дирижировалась маломощным компьютером, который «слушал» цифровое потоковое радио из локальной сети и своей стандартной встроенной звуковой картой передавал аналоговый сигнал в усилители. Дальше звук расходился по множеству пассивных динамиков. С одной стороны, для меня это был ад – ведь плейлистов у меня было несколько, с другой – я отдыхал, пока RadioBOSS работал. На одном компьютере я мог запустить несколько инсталляций RadioBOSS и получить несколько радиостанций для всех моих отделов сразу. И как я был благодарен авторам этой программы за возможность проигрывания потокового аудио по HTTP...

За время моей работы в «S» мы с шефом сделали из RadioBOSS настоящую машину для зарабатывания денег. Клиенты платили за количество ротаций их объявлений, платили за уровень громкости объявлений, за эффекты (сильный «пещерный» ревер здорово выделял текстовку на фоне других объявлений, за-pitch-енный мужской голос превращался в детский...), они платили даже за паузы! А когда клиентов стало больше, чем мы могли переварить, шеф придумал что-то наподобие аукциона и RadioBOSS стал золотой дойной коровой!

Я много курил, часто засиживался допоздна в студии, размышляя над завтрашними миксами. И в один из таких вечеров ко мне зашёл сам «седая голова» с предложением стать ди-джем сетки супермаркетов. У меня теперь без малого миллион слушателей ежедневно (общая проходимость сети), у меня своя большая радиостанция, я мегакрутой ди-джей и, хотя я теперь могу позволить себе любой инструмент, – до сих пор использую в своей работе RadioBOSS...

©2009 Alconost Translations® <http://www.alconost.com/en>

All rights reserved. Copying, publishing or distributing without express written permission is prohibited.