



ಕಳೆದ 5 ವರ್ಷಗಳ ಬ್ಯಾಂಡ್ ಪವರ್ 'ಟಾಪ್ 3' ಪಟ್ಟಿ

2103	2014	2015	2016	2017
1. ಮಹೇಂದ್ರ ಸಿಂಗ್ ಧೋನಿ	1. ಮಹೇಂದ್ರ ಸಿಂಗ್ ಧೋನಿ	1. ಶಾರೂಕ್ ಖಾನ್	1. ಶಾರೂಕ್ ಖಾನ್	1. ವಿರಾಟ್ ಕೊಹ್ಲಿ
2. ಸಚಿನ್ ತೆಂಡೂಲ್ಕರ್	2. ಸಲ್ಮಾನ್ ಖಾನ್	2. ಮಹೇಂದ್ರ ಸಿಂಗ್ ಧೋನಿ	2. ಅಕ್ಷಯ ಕುಮಾರ್	2. ಶಾರೂಕ್ ಖಾನ್
3. ಶಾರೂಕ್ ಖಾನ್	3. ಶಾರೂಕ್ ಖಾನ್	3. ಸಚಿನ್ ತೆಂಡೂಲ್ಕರ್	3. ಸಲ್ಮಾನ್ ಖಾನ್	3. ದೀಪಿಕಾ ಪಡೆಕೋಣೆ

ಉತ್ಕನ್ನಗಳು (ಬಿಸ್ಲೇರಿ, ಜೆರಾಕ್ಸ್ ಫೋಟೋ ಕಾಪಿಯರ್ ಮತ್ತು ಜೆಸಿಬಿ) ಆಯಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಮೊದಲಿಗೆ ಬಂದ ಉತ್ಕನ್ನಗಳು. ಹಾಗಾಗಿ ಆ ನಂತರ ಬೇರೆ ಕಂಪನಿಯ ಅದೇ ಉತ್ಕನ್ನಗಳು ಬರುವುದರೊಳಗೆ ಈ ಉತ್ಕನ್ನಗಳ ಬ್ಯಾಂಡ್ ಗಟ್ಟಿಯಾಗಿ ಬೇರೂರಿ ಆಗಿದೆ. ಆದರೆ, ಅದೇ ಕಂಪನಿಗಳು ಬೇರೆ ಉತ್ಕನ್ನಗಳನ್ನೂ ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಿಸಿವೆ. ಹಾಗಿದ್ದೂ ಅವೇಕೆ ಅಷ್ಟೊಂದು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿಲ್ಲ? ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಜೆಸಿಬಿಯ ಡೀಸೆಲ್ ಎಂಜಿನ್ ಏಕೆ ಬ್ಯಾಂಡ್ ಆಗಿ ಜನಪ್ರಿಯಗೊಳ್ಳಲಿಲ್ಲ? ಬಿಸ್ಲೇರಿ ಕಂಪನಿ ಹೊರತಂದಿರುವ ಎನರ್ಜಿ ಡ್ರಿಂಕ್ 'ಬಿಸ್ಲೇರಿ ಪಾಪ್' ಏಕೆ ಅಷ್ಟೊಂದು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿಲ್ಲ?

ಬ್ಯಾಂಡ್ ಜಗತ್ತಿನ ನಿಯಮಗಳೇ ಹಾಗೆ. ಇಲ್ಲಿ ಏಕರೂಪದ ಯಶಸ್ಸಿನ ಮಂತ್ರಗಳಿಲ್ಲ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಈ ಅಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸಲೆಂದೇ ಈಗ ಕಂಪನಿಗಳು ಹೊಸ ಹೊಸ ಸೂತ್ರಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿರುವುದು ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳ ಜಾಹೀರಾತು.



ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳೆಂದರೆ ಯಾರು? ಪತ್ರಿಕೆ, ಟಿವಿ, ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್, ಸಿನಿಮಾ ಎಲ್ಲೇ ಹೋಗಿ, ಪ್ರತಿದಿನ ನಿಮಗೆ ಮುಖ ಕಾಣಿಸುವವರೇ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು. ಇವರು ನಿಂತರೂ ಸುದ್ದಿ, ಕೂತರೂ ಸುದ್ದಿ. ಅವರು ಏನು ತಿನ್ನುತ್ತಾರೆ, ಎಲ್ಲಿ ಊಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ, ಯಾವ ಬಟ್ಟೆ ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ, ಯಾವ ನಾಯಿ ಸಾಕುತ್ತಾರೆ, ಯಾವ ಕಾರು ಖರೀದಿಸಿದ್ದಾರೆ, ಯಾವ ಒಳ ಉಡುಪುಗಳನ್ನು ಪ್ರೀತಿಸುತ್ತಾರೆ, ಯಾವ ಕಂಪನಿಯ ಮೊಬೈಲ್ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.... ಹೀಗೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಎಲ್ಲವೂ ದೊಡ್ಡ ಸುದ್ದಿ. ಹೀಗೆ ಸದಾ ಸುದ್ದಿಯಲ್ಲಿರುವ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಕನ್ನಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿದರೆ ಆ ಉತ್ಕನ್ನಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ/ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೂ

ಅತ್ಯಧಿಕ ಲಾಭ. ಅದಕ್ಕೇಂದೇ ಈಗ ಬಹುತೇಕ ಕಂಪನಿಗಳು ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳ ಮೊರೆ ಹೋಗಿವೆ. ಇವತ್ತು ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಬ್ಯಾಂಡ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ ಹೆಚ್ಚಿಸುವಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅದು ಹೊಸ ಕಂಪನಿಯ ಹೊಸ ಉತ್ಕನ್ನಗಳೇ ಇರಲಿ, ಹಳೆ ಕಂಪನಿಯ ಹಳೇ ಉತ್ಕನ್ನಗಳೇ ಇರಲಿ— ಅವುಗಳನ್ನು ಜನಪ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಒಂದೇ ಸಮನೆ ಏರಿಸಬೇಕೆಂದರೆ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳ ನೆರವು ಬೇಕೇ ಬೇಕು.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳೆಂದರೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸಿನಿಮಾ ನಟರು ಮತ್ತು ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಆಟಗಾರರು. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಆಟದ ಜತೆಗೆ ಟೆನಿಸ್, ಫುಟ್‌ಬಾಲ್, ಬ್ಯಾಡ್ಮಿಂಟನ್, ಕಬಡ್ಡಿ ಮತ್ತು ಕುಸ್ತಿ ಕ್ರೀಡೆಗಳೂ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಈ ಎಲ್ಲ ಕ್ರೀಡೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿ ದೇಶೀಯ ಟ್ರೀಮಿಯರ್ ಲೀಗ್ ಪಂದ್ಯಗಳು ಶುರುವಾಗಿರುವುದು ಬಿಸಿನೆಸ್ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಶುಕ್ರದೇಸೆ ತಂದೊಡ್ಡಿವೆ. ಬಹುತೇಕ ಕ್ರೀಡೆಗಳ ಟ್ರೀಮಿಯರ್ ಲೀಗ್ ಪಂದ್ಯಗಳನ್ನೂ ಬಿಸಿನೆಸ್ ಕಂಪನಿಗಳೇ ಪ್ರಾಯೋಜಿಸುತ್ತಿವೆ.

ಸಿನಿಮಾಗಳ ಮೂಲಕ ಅತ್ಯಂತ ಜನಪ್ರಿಯರಾಗಿರುವ, ಮನೆಮಾತಾಗಿರುವ ಸಿನಿಮಾ ತಾರೆಯರೇಕೆ ಸಣ್ಣ ಪುಟ್ಟ ಉತ್ಕನ್ನಗಳ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ? ಈ ಉತ್ಕನ್ನಗಳ ಮೂಲಕ ಅವರು ಇನ್ನಷ್ಟು ಜನಪ್ರಿಯರಾಗುವ ಸಂಭವ ಇಲ್ಲವಲ್ಲ? ಅಲ್ಲೇ ಇರೋದು ಸ್ಪಷ್ಟ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸೂಪರ್‌ಸ್ಟಾರ್‌ಗಳು ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಒಂದು ಅಥವಾ ಎರಡು ಸಿನಿಮಾಗಳಲ್ಲಷ್ಟೇ ನಟಿಸುತ್ತಾರೆ. ಒಂದು ಸಿನಿಮಾ ನೂರು ದಿನ ಓಡಿದರೂ ಮೂರೂವರೆ ತಿಂಗಳು ಅಷ್ಟೇ. ಸಿನಿಮಾಗಳು ಇಲ್ಲದ ಉಳಿದ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲೂ ಸುದ್ದಿಯಲ್ಲಿ ಇರಬೇಕೆಂದರೆ ಅದಕ್ಕೆ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ನಟಿಸುವುದು ಸುಲಭದ ದಾರಿ.

ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ನಟಿಸುವುದರಿಂದ ಈ ಸಿನಿಮಾ ತಾರೆಯರಿಗೆ ಎರಡು ರೀತಿಯ ಲಾಭವಿದೆ. ಸಿನಿಮಾ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಸದಾ ಸುದ್ದಿಯಲ್ಲಿ ಇರಬಹುದು ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು. ಎರಡನೆಯದ್ದು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಸಿನಿಮಾಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ದುಡ್ಡು ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಸಿಗುತ್ತದೆ; ಅದೂ ಕಡಿಮೆ ಶ್ರಮದಲ್ಲಿ. 2-3 ತಾಸುಗಳಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಒಂದೆರಡು ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಜಾಹೀರಾತಿನ ಶೂಟಿಂಗ್ ಮುಗಿಸಿದರೆ ಮುಗಿಯಿತು— ಅದು ಏನಿಲ್ಲವೆಂದರೂ ಒಂದೆರಡು ವರ್ಷಗಳ ಕಾಲ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ! (ಸಂಗೀತಾ