

47. Ako sa kuchynský mixér stal internetovou senzáciou

Tvorba obsahu dokáže predávať aj produkty, ktoré na prvý pohľad nie sú zaujímavé, a niektorí by ich mohli označiť aj za nudné.

Tom Dickson, zakladateľ značky mixérov Blendtec, začal po úspechu svojich produktov bojovať s konkurenciou. Aby sa odlíšil a ukázal všetky super vlastnosti svojich mixérov, začal natáčať [videoseriál s názvom „Will it blend?“](#)



Pred kameru sa postavil sám Dickson a mixoval všetko – telefóny, tablety, golfové loptičky, kamene či CD-čky... Za 50 dolárov pripravili prvých päť videí a nahrali ich na [YouTube](#).



Každé video začínalo Dicksonovým „Will it blend? That is the question.“ (Pomixuje sa to? To je otázka.)

V [epizóde z 10. júla 2007](#) si najskôr diváci mohli pozrieť video na iPhone, hneď potom ho Dickson hodil do mixéra. Zmenil sa na prach a jeho zvyšky spolu s úplne novým mixérom Blendtec a DVD kompiláciou reklám boli ponúknuté na aukcii na eBay. Predali sa za 901 dolárov, ktoré boli venované na charitu. Niečo podobné sa zopakovalo s telefónom iPhone 3G o rok neskôr.



Odozva bola fenomenálna. Už po šiestich dňoch a šiestich miliónoch videniach sa Tom stal mediálnou senzáciou.

Dickson má za sebou mnoho vystúpení v celoštátnej televízii vrátane relácie NBC The Tonight Show with Jay Leno, v ktorej za niekoľko sekúnd zmiešal násadu na hrable.

Z videí bol razom virálny hit a všetka pozornosť mala okamžitý a dramatický vplyv aj na predaje. Neušli ani pozornosti médií.

V apríli 2007 požiadala rozhlasová stanica KDRF (eD-FM) v Novom Mexiku Dicksona, aby pre ňu urobil propagáciu Will It Blend? V troch 30-sekundových reklamách sú zobrazené rôzne hudobné štýly, ktoré sa miešajú, aby sa prezentoval rozmanitý formát stanice.

V septembri 2007 tieto videá získali druhú najvyššiu ročnú výplatu vo výške približne 15 000 dolárov od služby Revver, ktorá poskytuje hosting videí.

Formát Will It Blend? bol nominovaný na cenu YouTube za najlepšiu sériu videí. Aj keď nové videá už nepribúdajú, dodnes majú 294 158 626 zhliadnutí tých nahratých.

[Najpopulárnejším videom](#) sa s 19 miliónmi zhliadnutiami stalo to, kde v mixéri skončil iPad.



Vďaka sérii videí sa odlíšili od iných značiek, ktoré hovorili o svojich ostrých čepeliach. Blendtec nič také nehovoril, oni zákazníkom svoju silu rovno ukázali.