

QUẢNG CÁO TRÊN SAO HỎA

Trong lúc lên kế hoạch đưa người lên sao Hỏa, Tổ chức phi lợi nhuận Mars One muốn gửi những gói hàng thử nghiệm lên hành tinh đỏ, trong đó kèm theo những mục quảng cáo liên hành tinh đầu tiên trong lịch sử nhân loại.

Những doanh nhân có tầm nhìn rộng ắt hẳn nên tận dụng cơ hội quảng bá tên tuổi công ty trên hành trình sao Hỏa đầu tiên của Mars One vào năm 2018. CBS News dẫn lời Bas Lansdorp - đồng sáng lập và CEO của Mars One - cho rằng tổ chức này đã bắt đầu thu thập các đề xuất để đưa tàu thăm dò đáp xuống bề mặt hành tinh đỏ, bao gồm 4 dự án thử nghiệm công nghệ dành cho các sứ mệnh có người lái, một dự án giáo dục, một cuộc thử nghiệm do đại học tổ chức và 2 cuộc thử nghiệm kèm theo phí tổn.

Trong đó, 2 dự án cuối có thể phục vụ cho mục tiêu khoa học hoặc trả lời một thách thức về kỹ thuật, hoặc cũng có thể là một phần của các chiến dịch quảng cáo, theo tuyên bố của tổ chức trụ sở tại Hà Lan. Điều này sẽ tùy thuộc vào người mua muốn làm gì và họ sẵn sàng trả bao nhiêu tiền để thực hiện điều đó. "Những cơ hội này sẽ được trao cho người đấu thầu cao nhất", theo Mars One.

Sao Hỏa đang là mục tiêu quảng cáo tiềm năng cho các công ty trái đất - (Ảnh: Mars One)

Tàu thăm dò, dự kiến sẽ triển khai vào năm 2018, được xem là tiền đề của các sứ mệnh con người trị giá hàng tỉ USD mà Mars One dự định thực hiện vào năm 2025. Hơn 700 người tình nguyện đã đăng ký tham gia hành trình không hứa hẹn ngày trở lại. Phi hành đoàn sẽ được lựa chọn theo tổ 4 người/lần, thông qua một loạt các cuộc thi tài trên các chương trình truyền hình thực tế.

Mars One chưa đề cập đến chi phí để đáp tàu thăm dò lên sao Hỏa, nhưng dựa trên thiết kế sử dụng cho sứ mệnh tàu Phoenix mà NASA phóng lên không gian vào năm 2007, cũng như tham khảo thêm dự án tàu thăm dò InSight sắp tới, tiền đầu tư cho sứ mệnh kiểu này vào khoảng 425 triệu USD, chưa bao gồm phí tổn phóng. Lockheed Martin, phía chế tạo phi thuyền cho Phoenix và InSight, đang nghiên cứu sứ mệnh đáp của Mars One, cho phép tổ chức này biết được cần phải triển khai bao nhiêu đợt bay thử, và mỗi sứ mệnh có thể chở được bao nhiêu trọng tải trên khoang tàu có bề ngang 1,2m. Giờ đây, Mars One đang tìm kiếm những đề nghị thích hợp để chở theo phi thuyền thăm dò sau 4 năm nữa.

Tổng cộng cần phải triển khai 3 chuyến bay thử cho các sứ mệnh tương lai của Mars One: lấy mẫu đất trên sao Hỏa, chiết xuất nước từ đất đã thu thập, và sử dụng các bảng năng lượng mặt trời dưới dạng phim mỏng để tạo ra điện. Cuộc thử nghiệm thứ 4 sẽ là hệ thống camera đủ sức gửi đoạn video clip quay cảnh xung quanh phi thuyền về trái đất. Mars One cũng đang thu thập các đề xuất từ những nhóm nghiên cứu đại học cho một cuộc thi tài khác, và ch

ính những người ủng hộ Mars One sẽ lựa chọn ra nhóm thắng cuộc bằng cách bầu chọn trực tuyến. Và kể đến là 2 cuộc thử nghiệm có tiềm năng quảng bá hình ảnh, cho phép những người mua quảng cáo đóng góp tài chính vào dự án tàu thăm dò của tổ chức này.

Đây không phải là lần đầu tiên các nguồn lực không gian được biến thành công cụ marketing. Người Nga đi đầu trong trào lưu này khi cho phép Pepsi, Pizza Hut và Công ty sữa Tnuva của Israel quảng cáo trên trạm không gian quốc tế. Hãng công nghệ vũ trụ Bigelow Aerospace, trụ sở tại Nevada, đã in các logo bên trong khoang phi thuyền Genesis 1. Và không cần phải lên không gian mới thực hiện được quảng cáo không gian, hãng bia Heineken đã tận dụng bối cảnh sao Hỏa trong một đoạn quảng bá trên truyền hình Hà Lan. Tuy nhiên, sao Hỏa là đích đến đầu tiên

của chiến lược quảng cáo liên hành tinh.

Mars One cho hay thời hạn chót để những bên quan tâm đăng ký tham gia là đến cuối tháng 7, và họ phải đưa ra đề xuất vào tháng 10. Mars One lên kế hoạch công bố những gói thử nghiệm đã được chọn vào tháng giêng năm sau.