



Кирилл СМІРНОВ
(Москва) — креативный директор рекламного агентства DDB Russia

Безопасная позиция в рекламе опасна!

Кирилл Смирнов комментирует ролики «ВнешТоргБанка» и «ИмпексБанка»

— А почему вы одеты в желтую кофту?
— Чтобы не походить на вас...

Мы привыкли к тому, что реклама банков уже обрела свой привычный формат: евроремонтные офисы, руководители в дорогих костюмах с уверенным взглядом. Они нам как бы говорят: «Мы с вами уже 10–15 лет. Мы надежные, заботливые и очень... одинаковые. Неподвластные стихии. Что не мешает нам периодически сворачивать свой бизнес, провоцируя наших вкладчиков на ночной штурм банкоматов в надежде спасти хоть что-то...» Клиент, поедая валокордин, не понимает, как же так случилось, что надежный, солидный, заботливый вдруг взял и... того. Непонятно!

И вдруг в телевизоре появляются необычные персонажи, которые в непривычной стилистике быстро и просто повествуют о том, что нас интересует в банковских услугах, а не о том, что банкам нравится нам рассказывать и показывать. Вы заинтригованы? Я тоже.

Поэтому с удовольствием выделил из рекламных кампаний последнего времени две: «ВнешТоргБанка» и «Импекс-Банка». На мой взгляд, они нашли новый формат общения с потребителем и их интересно слушать. Они решили не ходить по проторенной дорожке, ведь она не приведет к новым открытиям.

Конечно, многие предпочитают регулярно путешествовать по этой широкой, хорошо освещенной аллее, потому что это прежде всего безопасно. Ничем не рискуя и особо не напрягаясь, криейторы производят одинаковые ролики, и все банки, как на подбор, получаются надежными, заботливыми... одинаковыми.

И вдруг среди полнейшего однообразия появляются счастливые мальчик и девочка, которые тащат смешную пальму в новую квартиру. Их лица светятся счастьем, и я понимаю, что это совсем не так сложно — получить ипотечный кредит во «ВнешТоргБанке». Это прекрасно, что потолки в их новой квартире высокие, а ставки по кредиту низкие — это именно то, что я хочу услышать от своего банка.

Большинство покупок я совершаю спонтанно, и в момент покупки мне менее всего хочется лихорадочно соображать, достаточно ли у меня на карточке денег, чтобы ее оплатить. И хорошо, если есть кредитная карточка от надежного банка. Просто? Интересно? Понятно? Да. Да. Да.

Таков ролик «Импекс-Банка», показывающего жабу, которая приходит, чтобы душить нас в моменты сомнений: не трать деньги, не трать... Но теперь жаба рада. Еще бы, ведь целый год я буду пользоваться кредиткой от «Импекс-Банка» бесплатно, а на остаток мне еще начислят 7 % годовых.

Доходчиво? Вполне. И ежик в очень простых и понятных (даже черепахе) терминах объясняет, что интересного предлагает этот банк.

Скорее всего, вы не ожидали такой рекламы от банков, поскольку уже привыкли к тому, что они смотрят на нас сверху вниз — как хорошо знакомая нам тетечка из окошка сберкассы.

На мой взгляд, сильная сторона обеих работ в том, что они говорят с потребителем на простом и понятном языке, с улыбкой, не вызывая у клиента тошноты и ощущения того, что банк относится к нему как к одному из миллионов обезличенных вкладчиков.

Хорошо, что эти ролики отвечают ожиданиям зрителей и при этом развлекают — так у них гораздо больше шансов донести до зрителя сообщение.

В общем, здорово, что такая реклама появляется.

А тем рекламодателям, которые и дальше стремятся продемонстрировать нам евроремонтные офисы или вертолетные пролеты над бескрайними просторами нашей великой страны, я бы рекомендовал задуматься. Безопасная позиция в рекламе — опасная вещь: вы не сможете произвести нужного впечатления на зрителя, так как собираетесь рассказать им старый анекдот! ■

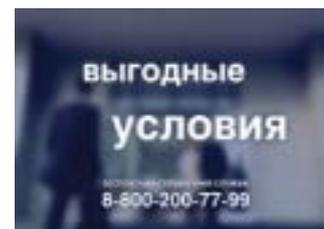
«ВнешТоргБанк»

«Импекс-Банк»

Реклама развлекает



▲ На бутафорской лесной полянке встречаются кукольные Жираф, Черепаха и Ёжик.
 «Привет, Ёжик!» — кричит Черепаха. «Привет, Черепаха, привет, Жираф!» — радостно восклицает Ёжик.
 «Ёжик, а почему ты так загадочно улыбаешься?» — спрашивает его Черепаха.
 «Я был в «Импекс-Банке», друзья! — открывает тайну Ёжик. — В «Импекс-Банке» вклады на любой вкус и еще подарки!» — не унимается Ёжик. После этих слов звери пускаются в пляс.
 «Скорее всего, вы не ожидали такой рекламы банка, но «Импекс-Банк» не такой, как все банки: у нас все проще и понятнее. Понятно даже ежу», — резюмирует закадровый голос



▲ Молодая семейная парочка тащит к себе в новую квартиру длиннющий сверток. Они еле-еле затаскивают его в подъезд, потом он не помещается в лифт. Муж с женой делают отчаянную попытку протаскать покупку по лестнице, задевая и пугая проходящих мимо соседей. Наконец они добираются до своей квартиры, распаковывают покупку, и мы видим, что внутри — большая пальма. «Хорошо, когда потолки в вашей новой квартире высокие, а ставка по кредиту на эту квартиру — низкая», — говорит диктор. — «ВнешТоргБанк» — энергия успеха»

Вклады на любой вкус
 до 10% годовых в USD и подарки
понятно даже ЕЖУ!

тел. 752-52-52
 www.impexbank.ru

ИМПЭКСБАНК
 доходчивый банк

кредиты доступно, быстро и выгодно
 дойдёт даже до ЖИРАФА!

тел. 752-52-52
 www.impexbank.ru

ИМПЭКСБАНК
 доходчивый банк

▲ ▶ Хорошая подобралась компания: Жаба, Ёж, Жираф и Черепаха. А какое они имеют отношение к крайне серьезному предмету — банковской рекламе? Каждый из персонажей — носитель определенного фразеологизма, легкой шутки, распространенной в разговорном языке. Через нее в свою очередь показана простота и доступность банковских услуг: Жаба больше не будет «душить» тех, кто стал клиентом правильного банка, поскольку даже Ежу все понятно, и если уж до Жирафа дошло, то и Черепаха «догонит»

бесплатная карта + 7%
готовит даже ЧЕРЕПАХА!

тел. 752-52-52
 www.impexbank.ru

ИМПЭКСБАНК
 доходчивый банк