

В рекламе не нуждается

«Ихь канн нихт швайген» («Я не могу молчать»), - втолковывал Лев Толстой Бисмарку, объясняя, почему приходится трещать без умолку, несмотря на почтенные годы. Вот и я рад бы швайген, да канн не пускает. Посмотрел тут рекламу Сбербанка. Возможно, она несвежа, только я телевизор почти не смотрю, так что для меня - свежее некуда. Боги спустились с Олимпа. «Мы еще в раю?» - «Лучше, в Сбербанке!» Мама! Роди меня обратно. Иногда лучше швайген, чем шпрехен.

Тем временем российские банки за первое полугодие удвоили рекламные бюджеты. Они потратили на рекламу 17,5 млрд рублей против 8,6 млрд «за аналогичный период прошлого года», как пишут журналисты деловых СМИ. Лидером, конечно же, оказался Сбербанк (боги дались, видать, дорого) - и лидером с отрывом (я не про отрыв как креатив криэйтора, а про гэл с бюджетами других банков), 2,5 млрд рублей. Дальше ожидаемо ВТБ (1,6 млрд), ну и вслед выстроились остальные.

Что может рекламировать банк? В стране, не испорченной кредитными услугами, банк, скорее всего, будет рекламировать и пропагандировать саму идею банка. Раньше деньги хранил в чулке рватом - а теперь ты финансового рынка новатор. Прежде жил на квартире съемной - а теперь бигмак кушаешь на средства заемные. И те-де. Это счастье банковского пиарщика, когда есть неиспорченная страна и девственный умом народ. Знаменитая реклама про «до первой звезды» - она на самом деле не про тот, конкретный банк, а про это. Про красивую жизнь и благородных людей, которые, по утрам надев часы, не забыли про кредит.

Россия уже не может похвастаться незапятнанностью аудитории. Все те же мрачные пятиэтажки и прежние задумчивые березки, как «в совке» - хоть бери да «Осенний марафон» снимай. Однако же страна изменилась, стала жесткой и циничной, так что приходится рекламировать уже себя самое. А раз так, рекламировать конкретно. Что есть у меня, чего нет у конкурентов. Проценты, скидки, акции.

И тут мы видим одну парадоксальную вещь. Сбербанк, кажется, застрял в 1990-х, а то и в поздних 1980-х. Храните деньги в сберегательном банке и летайте самолетами, просто самолетами, просто летайте. Боги с Олимпа - вот такой. Про то, что банки и банкинг -

круто в принципе, в отрыве от. Вообще, во всей рекламной продукции «Сбера» вы найдете очень немного конкретики. Вот листовки мелких банков переполнены цифрами, и восхищенные девушки, живущие в кредит и отложившие депозит, как курица яйца, лишь «картинки для привлечения внимания». Места мало, место дорого (а ТВ вообще недоступен мелкому банку), надо успеть сказать все. У «Сбера» нет такой проблемы, как «дорого». Он пишет картину широкими мазками. Как будто за все банковское сообщество старается.

А ведь, наверное, на самом деле так и есть! Сбербанк, ВТБ и еще несколько монстров грешны перед сообществом. Не по ним ли исчисляются ставки по депозитам и кредитам, на которые приходится ориентироваться остальным? Причем ставки демпинговые. Разорительные для «мелочи». Посмотрят на эти ставки пролетарий с дояркой и скажут: надежней средства зажать в кулаке мозолистом, чем отдать банкирам обжористым! От этого страдает и идея, и балансы. Поправить балансы нельзя, потому что Сбербанк же не со зла демпингует, а чувствуя свою незримую (хотя почему незримую?) связь с регулятором. Значит, надо подбодрить идею.

Клиенты очень нужны банкам. Сейчас - так же, как в кризисную годину. Если отменят однодневное РЕПО, тут и начнется самое оно. Как при товарище Сталине заем у населения был светом в окошке, так и сейчас - кондовый рубль населения суть вожеленный, как говорят берлинские таксисты, «кляйнгельд», который «аух гельд» («мелочь тоже деньги»). Кто-то ведет мелкую и жмотистую битву за собственного клиента. Но у больших и планы большие, они сражаются за Клиента Вообще.

Только что боги с Олимпа Свете из Иваново (кстати, если кто узнает, куда ей перечисляют гонорар, это же какая реклама банку будет? Ну ладно, убедили, антиреклама)? Предлагаю несколько «более лучших» ходов.

** Штирлиц идет по коридору и вертит в руках банковскую карту. Навстречу Мюллер.

- Хайль!

- Хайль!

- Штирлиц, как к пустой голове не прикладывают, так «хайль» с картой Сбера в руке не отдают.

Никогда еще советский разведчик так не бы близок к провалу. **

Или вот.

** - Белые пришли, грабют, красные пришли, грабют, - задумчиво произносит крестьянин, засовывая кэш попеременно в кэш-ин-банкомат Сбербанка и Банка Деникина.

Слоган: Власть меняется, а за кредит плати! **

И еще.

** - Бабке книжку с «гробовыми», бабе кредитную карту, смотри не перепутай, идиот! **

Спокойной ночи. И - качайте фильмы из Сети. Там хоть рекламы нет.