

# Какое сообщение работает?

Мастер-класс Андрея Крылова



Living Eyes  
Consulting

25 января 2010  
Круглый стол "Реклама в  
банковском ритейле"

**25.01.2010**

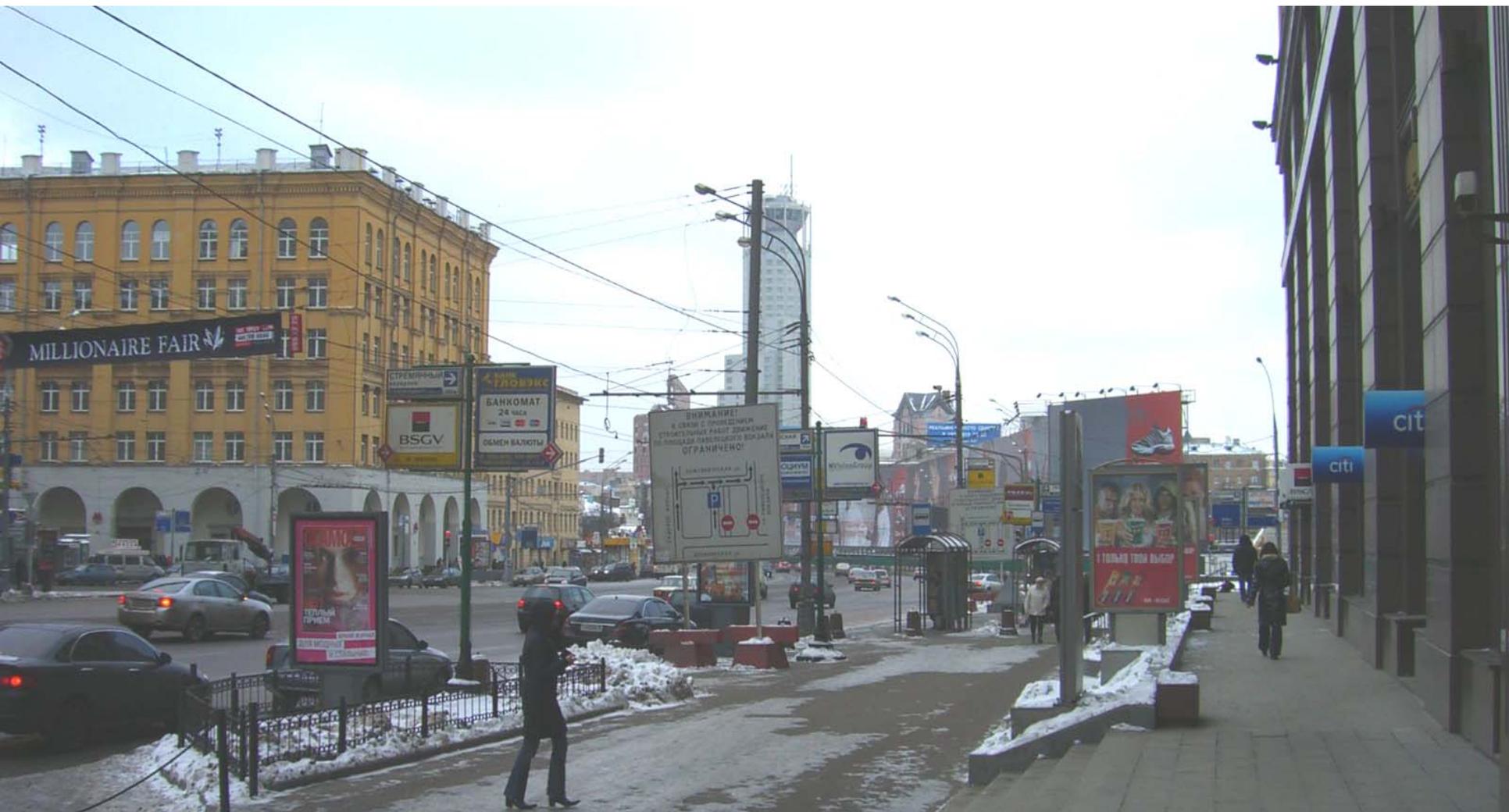
# Цель моего выступления



Помочь Вам увидеть и  
понять:

- Какая коммуникация работает и почему.
- Как сделать коммуникацию с потребителем более продающей (не усложняя маркетинговыми исследованиями и психологическими анализами).

# 3000+ рекламных сообщений в день на каждого!



# Конкуренция на рынке!



# Критерии эффективного сообщения

- **Точный фокус** на марке и её позиционировании
- **Значимость** мотива для потребителя
- **Простота** и **понятность** сообщения для потребителя
- **Преимственность** текущего сообщения предыдущему
- **Яркость** воплощения для потребителя

# Критерии эффективного сообщения

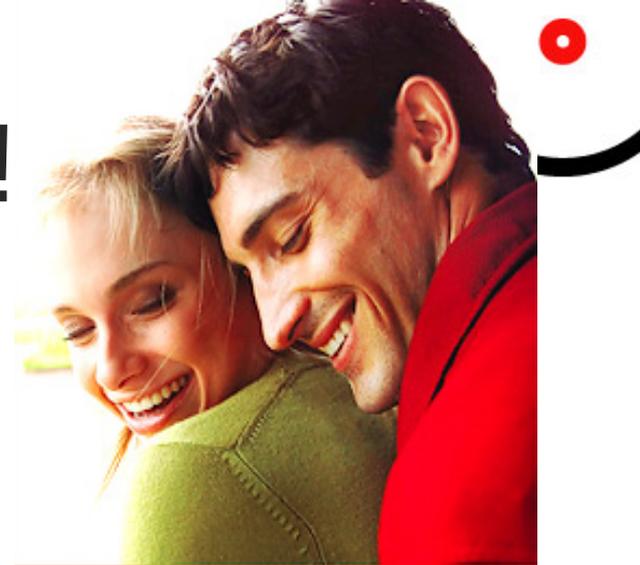
- **Точный фокус** на марке и её позиционировании
- **Значимость** мотива для потребителя
- **Простота и понятность** сообщения для потребителя
- **Преимственность** текущего сообщения предыдущему
- **Яркость** воплощения для потребителя



# **Точный фокус** на марке и её позиционировании

- Сделать марку запоминающимся для целевой группы.
- Когда сюжет без марки не может существовать. Когда он разрушается.
- Марку надо обыграть в сюжете, сделать марку героем сюжета.

# Точный фокус на марке!



Эта реклама  
ассоциируется только с  
... ***с кем?***

# Точный фокус на марке!

Сюжету без марки  
сложно существовать.



Новые тарифные планы  
**«Альфа-Жизнь»**  
Активный стиль жизни!



Альфа Банк Экспресс

# Выгодный шопинг в стиле Cosmo

На правах рекламы

ОАО «Альфа-Банк» - ПАО «Сбербанк России» №1326 от 29 января 1998 года.

-10% 

-10% 

-10% 

-15% 

-10% 

-10% 

Cosmopolitan знает все секреты шопинга.  
Один из них – покупки со скидками. С картой АЛЬФА-БАНК – Cosmopolitan – VISA тебе больше не надо ждать распродаж – все скидки у тебя в кармане!

Кредитную и дебетовую карты можно заказать по телефонам:  
(495) 229-2222 (для Москвы)  
8-800-333-2-333 (бесплатно для регионов, за исключением звонков с мобильного телефона)  
или в отделениях Альфа-Банка.

[www.alfabank.ru](http://www.alfabank.ru)  
[www.cosmocard.ru](http://www.cosmocard.ru)

**COSMOPOLITAN**



**Альфа-Банк**

Альфа-Банк

**A** Альфа-Банк



Всегда рады Вам.

**A** Альфа-Банк



Всегда рады Вам.



**Я**ndex  
Найдётся всё



**Я**ндекс

Найти

С картинки  
в твоём букваре.

Есть вопросы?

**Я**ндекС

Найдётся всё

MS 9490 A

 News

(495) 626-5200

# Любит.

Есть вопросы?

**Я**ндекс

Найдётся всё

MS 9484 A

 News

(495) 626-520

**АС**  
АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ



# **А теперь отрицательные примеры**

**ДА.**

**НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ.**

Чья это  
реклама?

**Это закрыто  
специально.  
На кого работает  
3/4 макета?**

**ДА.**

**НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ.**

**А**

Скорее всего,  
Альфа Банк.  
Верно?

**Доводы.  
Знакомый образ  
и стилистика  
Альфа Банк.**



**На самом деле это ...**

# ДА.

НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ.

 **Банк Москвы**

107996, Москва, Рождественка, 8 / 15, стр. 3. Телефоны: 745 80 00, 105 80 00; факс: 795 26 00

[www.mmbank.ru](http://www.mmbank.ru); e-mail: [info@mmbank.ru](mailto:info@mmbank.ru)

Генеральная лицензия Банка России №2748 от 14.10.2004 г.

Если марка не ассоциируется со своей рекламой..

... деньги работают на конкурентов.

**Банк Москвы  
сработал на  
Альфа Банк.**

Продолжает ли сообщение работать, если  
вместо названия марки подставить любое  
другое имя?



# ИПОТЕКА

Смелое решение  
с надежным партнером!



Генеральный директор Банка России № 2008

# ЛІ НОМОС•БАНК

8-800-100-70-40  
[www.nomosbank.ru](http://www.nomosbank.ru)

Продолжает ли сообщение работать, если  
вместо названия марки подставить любое  
другое имя?



# ИПОТЕКА

Смелое решение  
с надежным партнером!



Рекламное сообщение Банка Зообанк № 008

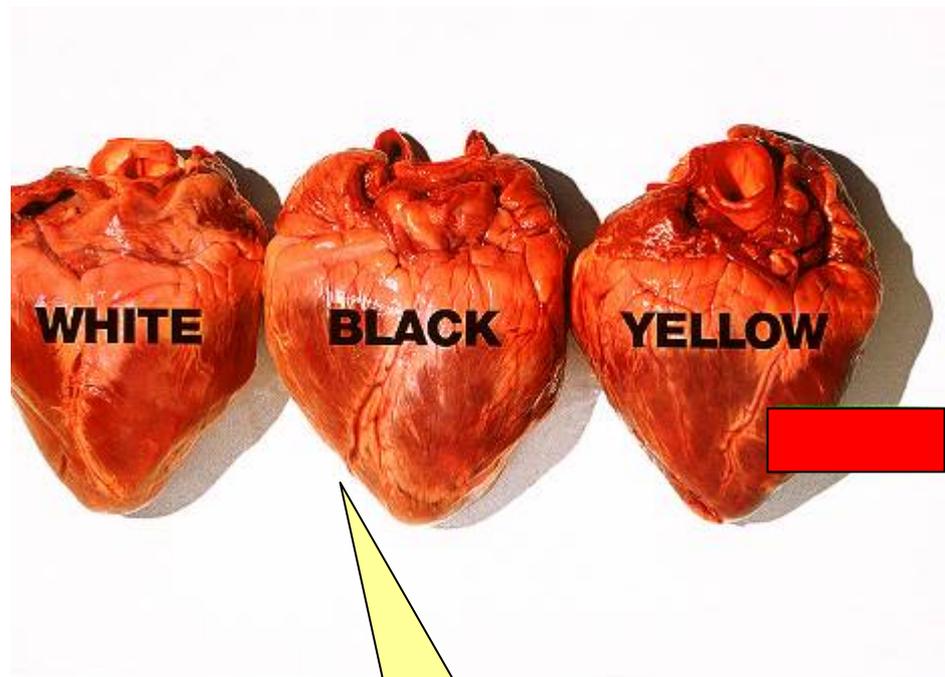


for a living planet®

## ZOO БАНК

8-800-100-70-40  
[WWW.ZOOBANK.RU](http://WWW.ZOOBANK.RU)

# Пример точного фокуса на марке



**ЧЬЯ ЭТО  
РЕКЛАМА?**

# Пример точного фокуса на марке



**ЧЬЯ ЭТО  
РЕКЛАМА?**



# Пример точного фокуса на марке!



**И без имени марки  
понятно кто это.  
Что за марка?**

# Пример точного фокуса на марке!



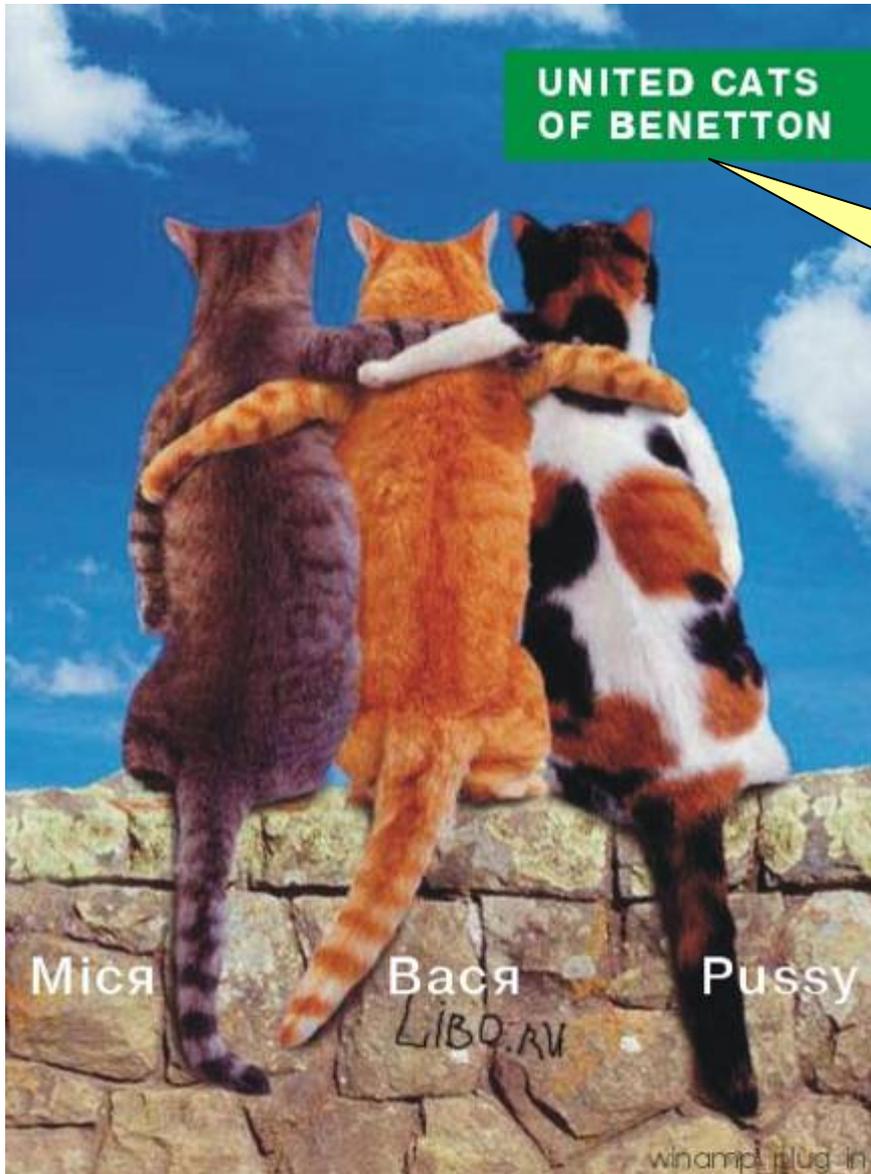
**И без имени марки  
понятно кто это.  
Что за марка?**

# Пример точного фокуса на марке!



**Benetton**

# Пример точного фокуса на марке!



**Бенеттон  
вызывает много  
разговоров и  
сам порождает  
коммуникацию.**

Точный фокус на марке и ...



- ... её **позиционировании и ИДЕЕ.**
- Реклама меняется. Бренд и его позиционировании **остаётся.**

# Зачем точный фокус на марке?



- Точный фокус на марке даёт запоминаемость рекламируемой марки, а не рекламы.

# Критерии эффективного сообщения

- **Точный фокус** на марке и её позиционировании
- **Значимость** мотива для потребителя
- **Простота и понятность** сообщения для потребителя
- **Преимственность** текущего сообщения предыдущему
- **Яркость** воплощения для потребителя



# **Значимость** мотива для потребителя

- Значимость предлагаемого мотива для потребителей. И именно для них!
- *«Ловля душ человеческих».*
- *«Покупка потребителя на валюту его собственной души».*

# Мотив потребителя нужно понять



У потребителя  
**СВОЙ** МОТИВ  
и он часто  
далёк от мнения  
производителя.



# Мотив значим для потребителя – потребитель пойман на крючок!



- Какой здесь мотив для потребителя ?



На ж/д переезде резко срабатывает шлагбаум.

Машины начинают тормозить, происходит столкновение.

Видно что машины разбиты вдрызги. Велосипедист с интересом наблюдает...

Из Мерседеса решительно выходит водитель и направляется ко второй машине...



Поезд закрывает обзор велосипедисту, он вытягивает шею, чтобы что-нибудь разглядеть.

Поезд проезжает, и машины оказываются невредимы.

Велосипедист с недоумением провожает обе машины взглядом...

**DEVK**  
**VERSICHERUNGEN**  
 PERSÖNLICH, PREISWERT, NAH.

Пэкшот, слоган, адрес сайта.

**DEVK**  
**VERSICHERUNGEN**  
 ►► [www.devk.de](http://www.devk.de)

Мотив значим для потребителя –  
потребитель пойман на крючок!



- Какой здесь мотив для потребителя?



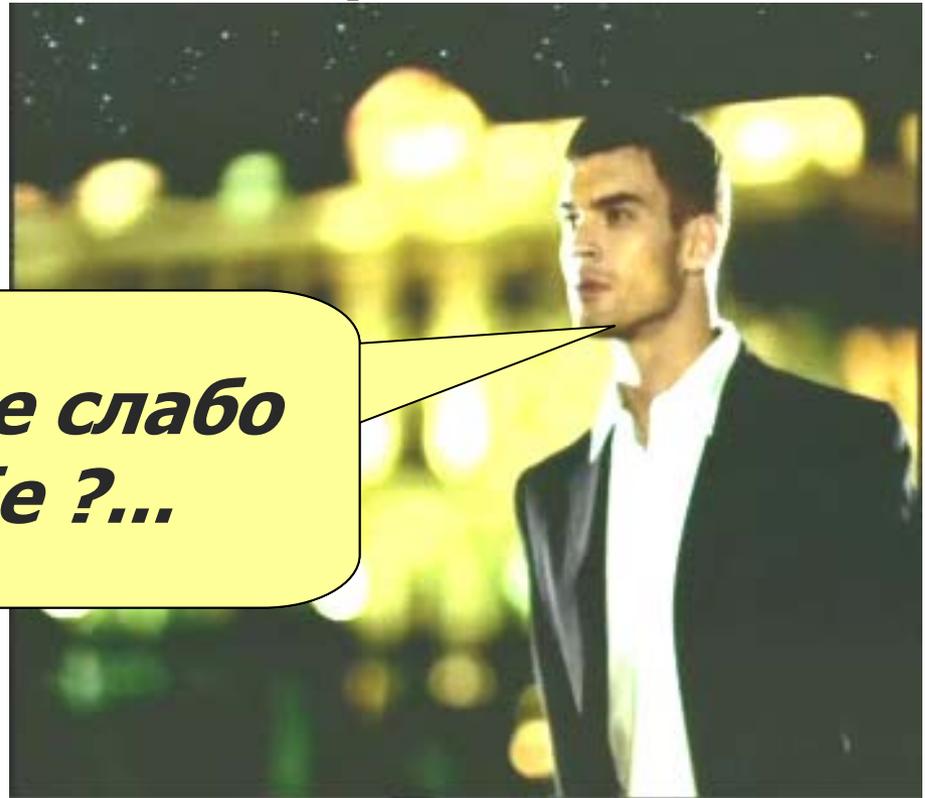
ТВ - Русский стандарт

# Мотив значим для потребителя – потребитель пойман на крючок!

- Задача: **ВЫЗОВ потребителю, "ВЗЯТЬ НА ПОНТ".**
- Мотив: **подражание.**



***А не слабо тебе ?...***



ТВ - Русский стандарт



На фоне побудительной музыки. Успешный молодой человек идет...



...навстречу красивой девушке.



Путь им преграждает разведенный мост.



Преграда на первый взгляд кажется неодолимой...



...но лицо молодого человека полно решимости:



он начинает шагать прямо по отвесному барьеру.



Мост от такого напора начинает опускаться.



На середине моста молодой человек и девушка встречаются.



Из звезд над головами влюбленных формируется логотип «Русского Стандарта», слоган «**Сделать невозможное**».



Слоган преобразовывается в название «Русский Стандарт». За кадром на протяжении всего ролика играет музыка Прокофьева к балету «Ромео и Джульетта».



Банк Русский Стандарт

Быть выше  Русский Стандарт

СОВЕТЫ  
ПО  
ПОКУПКЕ

СОВЕТЫ  
ПО  
ПОКУПКЕ

БЫТЬ ВЫШЕ  РУССКИЙ СТАНДАРТ



Банк Русский Стандарт

ЗАО «Банк Русский Стандарт» - Генеральная лицензия ЦБ РФ № 2289 от 19 июля 2001 года.



БЫТЬ ВЫШЕ  РУССКИЙ СТАНДАРТ

Банк Русский Стандарт  
ЗАО «Банк Русский Стандарт». Генеральная лицензия ЦБ РФ № 2289



Baldinini

ЖЕНСКАЯ АДИЛИК ОДЕЖДА

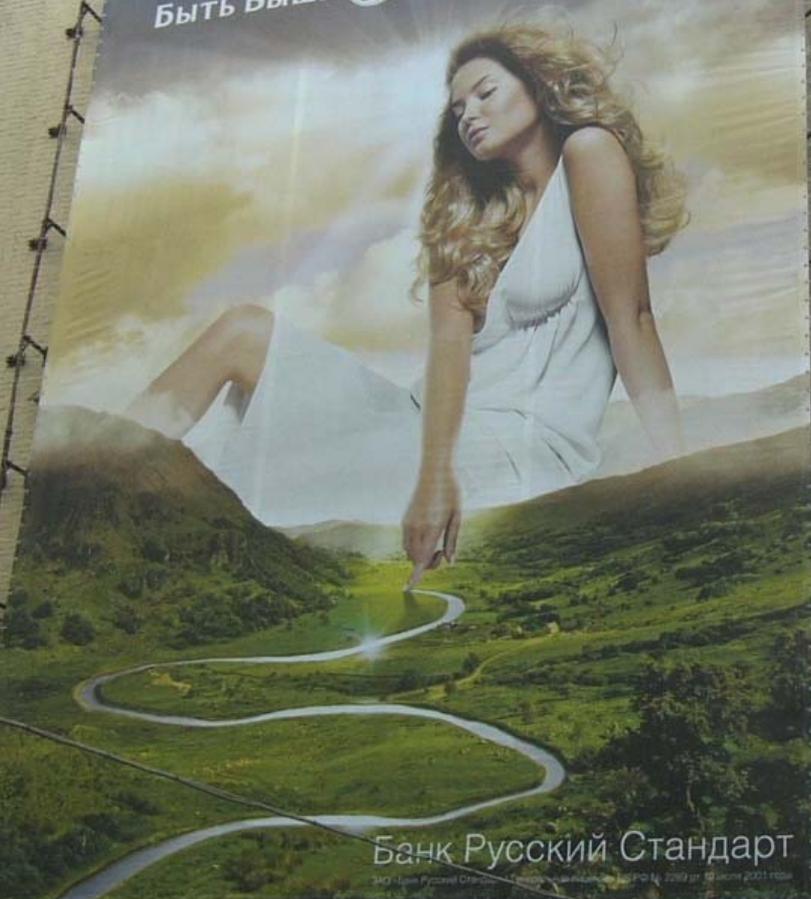
ЦЕНТР ЮВЕЛИР

Monsoon

KADE

ЦЕНТРАЛ

БЫТЬ ВЫШЕ  РУССКИЙ СТАНДАРТ



Банк Русский Стандарт

АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН 77-07-000000) ОГРН 1027700000000. С/ПФ № 2289 от 02 июля 2001 года.

БАНК РУССКИЙ СТАНДАРТ





БЫТЬ ВЫШЕ  РУССКИЙ СТАНДАРТ

Водка Русский Стандарт

# Это тот же вызов потребителю. *Соответствуй Стандарту!*

Товар сертифицирован. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью.



Новый дизайн и неизменное качество

РУССКИЙ СТАНДАРТ  
COOL  
LEMON FLAVOUR

**ТВОЙ ПРОПУСК  
ЗА СООЛИСЫ**

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ  
ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

СОДЕРЖАНИЕ АЛКОГОЛЯ 70%

# Это тот же вызов потребителю. *Соответствуй Стандарту!*

Товар сертифицирован. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью.



Новый дизайн и неизменное качество

*Не слабо тебе ?...*



# Какой мотив здесь?



**1 день**

**Деньги в Ваших руках**

**Кредит до 450 000 рублей**  
**с 2 документами:** загранпаспортом  
или документами на автомобиль.

**Посетите любое отделение или позвоните**

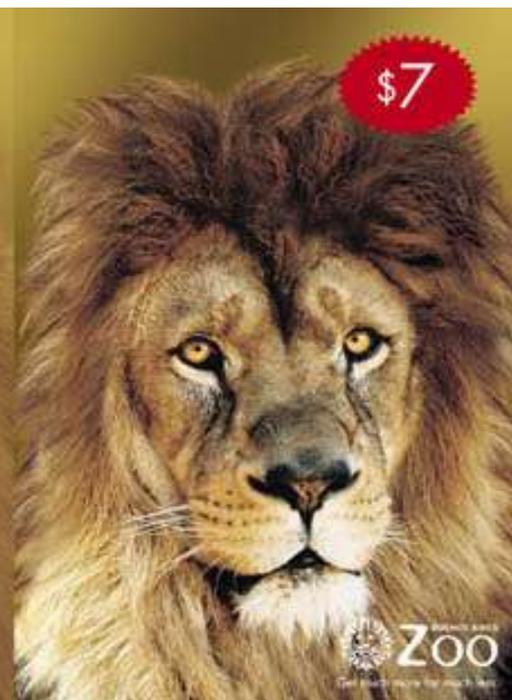
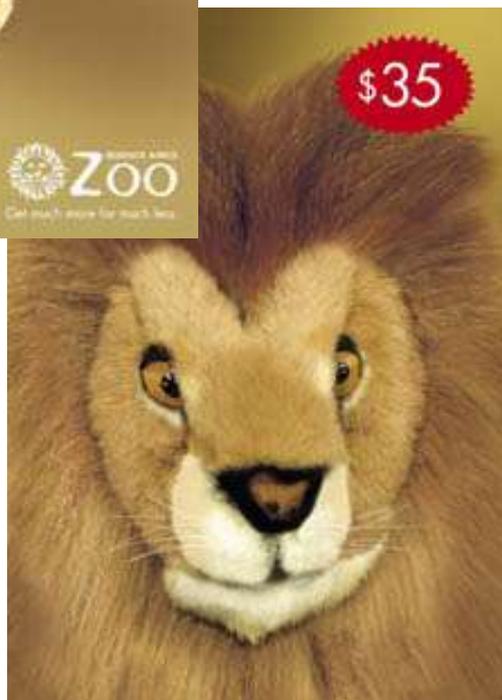
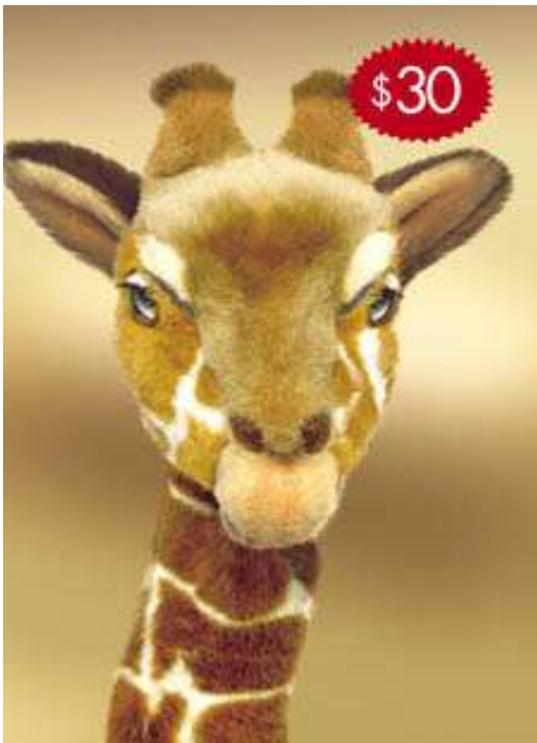
+7 (495) **775 55 00** (Москва)

+7 (812) **336 66 00** (Санкт-Петербург)

**citibank**  
добьемся успеха вместе

Рассмотрение заявления на оформление кредита до 450 000 рублей производится за 1 день в порядке, предусмотренном Ситибанком, только в случае предъявления загранпаспорта или документов на автомобиль иностранного производства — свидетельства о регистрации ТС и водительских прав, при этом автомобиль должен быть не старше 8 лет. Ситибанк вправе по своему усмотрению увеличить срок рассмотрения заявления. Данное предложение действительно только для клиентов в возрасте от 25 лет. Кредит предоставляется исключительно по усмотрению Ситибанка. Все условия кредитного договора опубликованы на сайте [www.citibank.ru](http://www.citibank.ru) и предоставляются в отделениях Ситибанка. ЗАО КБ «Ситибанк».

# «Получи больше за меньшую плату»

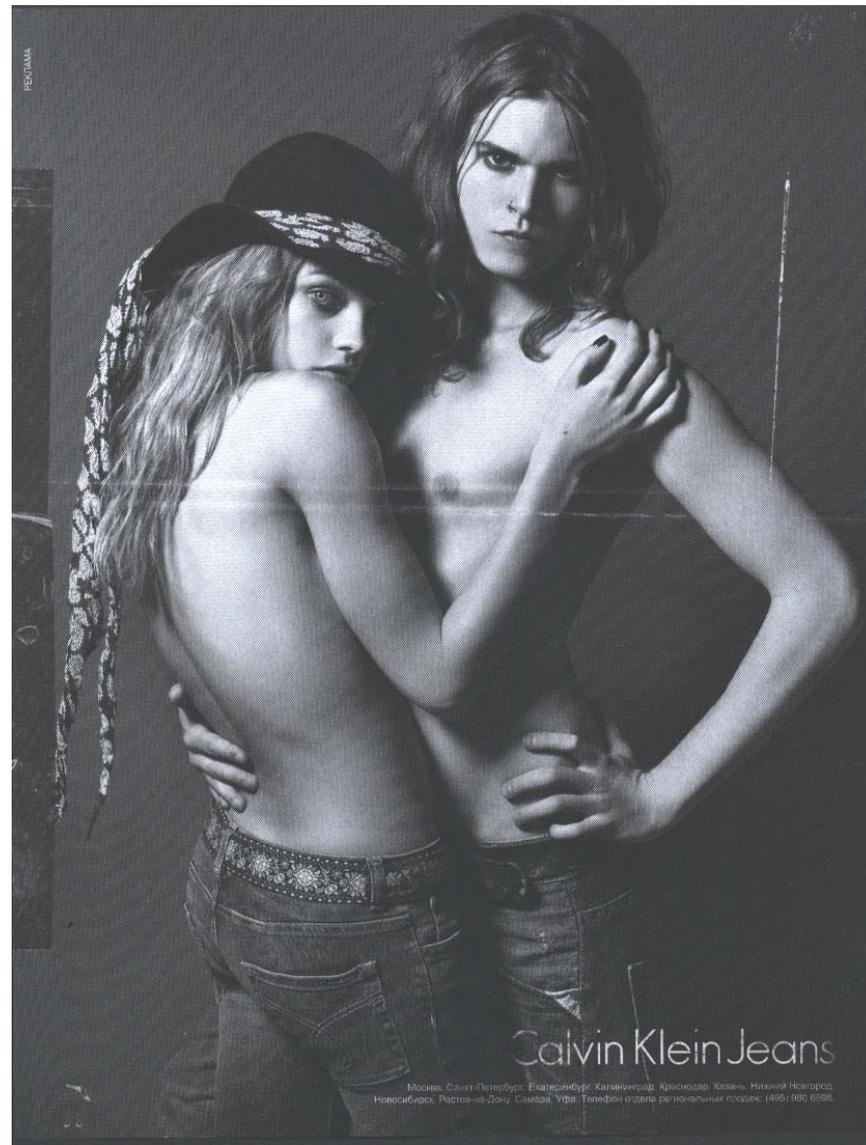
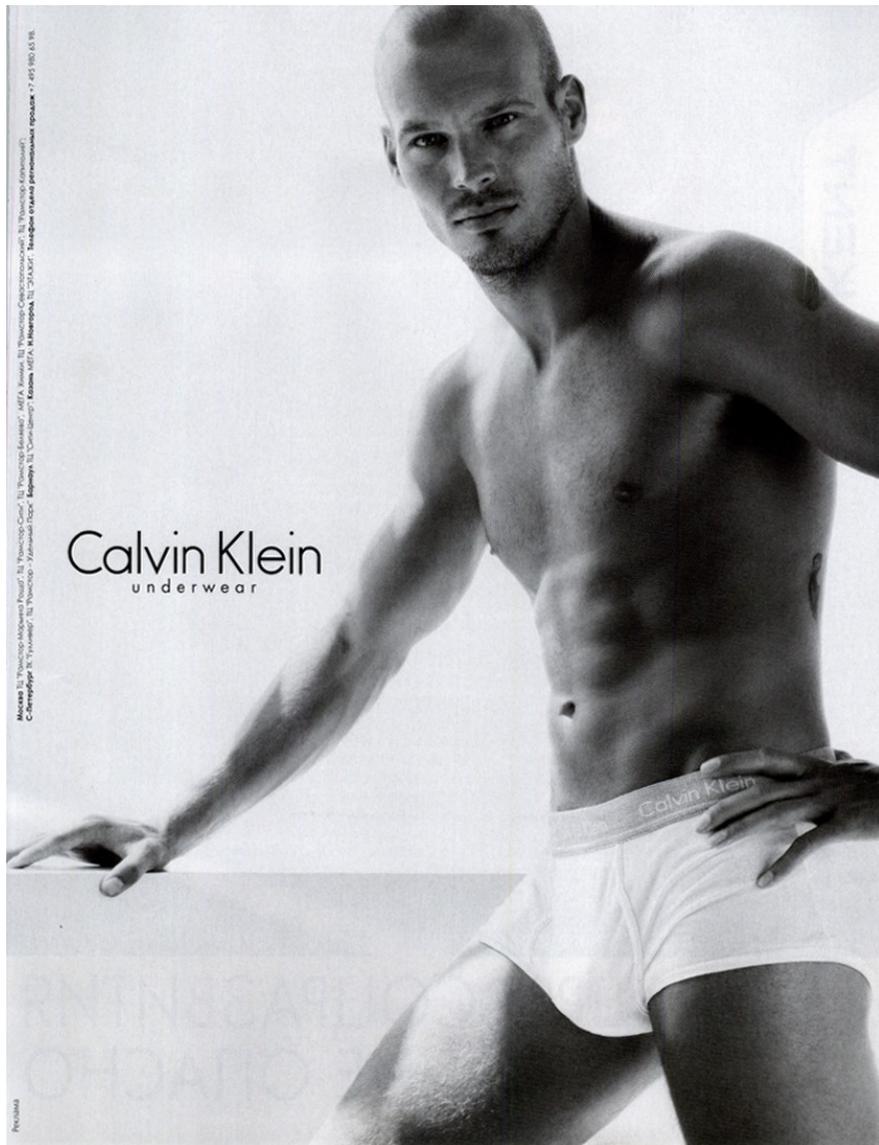


# Мотив привлекает внимание и действие



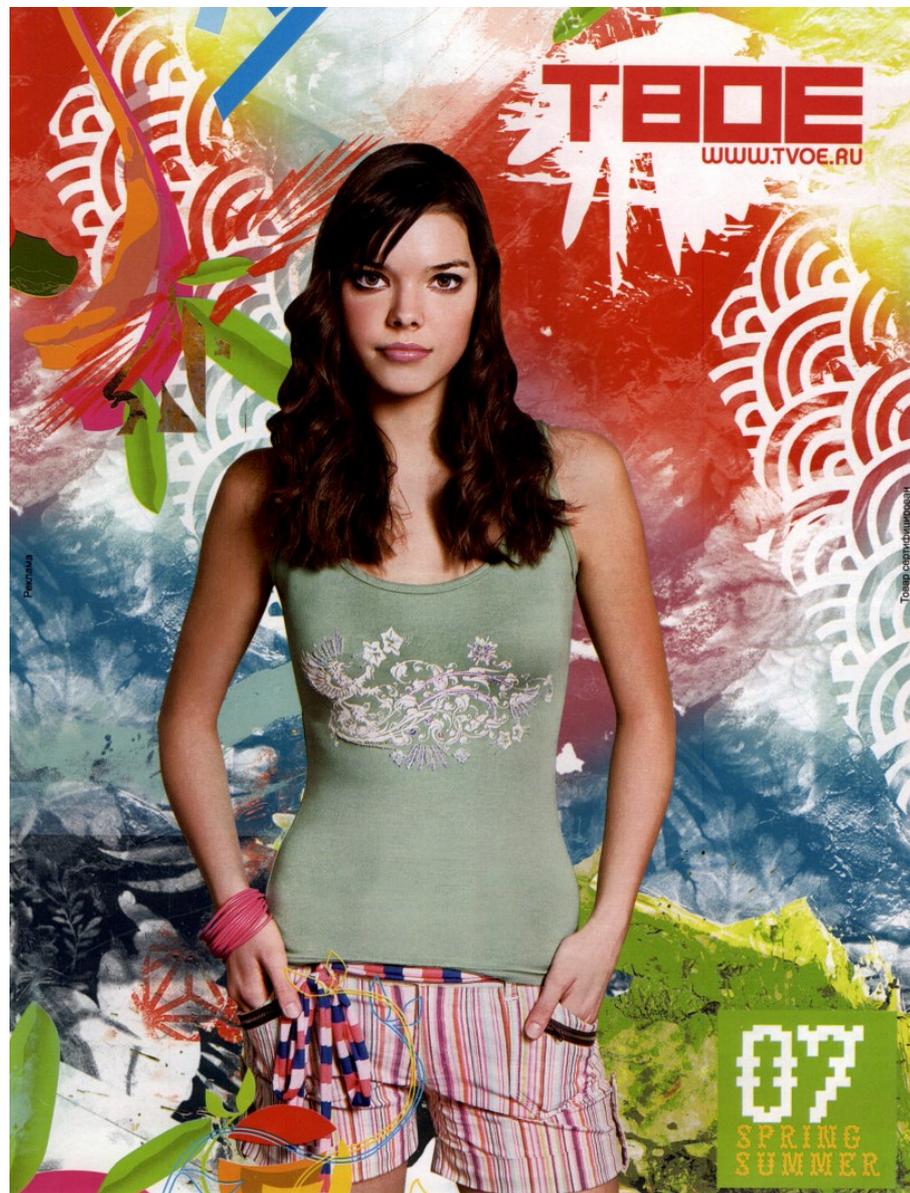
С чем ты столкнешься, решать тебе.  
Не превышай скорости!

# Это мотив! В чём он здесь?





# Каков мотив здесь?



**Извлеките пользу!** Спросите себя!

- Каков мотив моего продвижения?
- Способен этот мотив вызвать интерес потребителя? Кого именно?
- Мог бы этот мотив быть более сильным? Как это сделать?
- Как этот мотив согласуется с сутью моей марки? Как мотив продолжает её идею?

# Критерии эффективного сообщения

- **Точный фокус** на марке и её позиционировании
- **Значимость** мотива для потребителя
- **Простота** и **понятность** сообщения для потребителя
- **Преимственность** текущего сообщения предыдущему
- **Яркость** воплощения для потребителя

# Понятность и простота сообщения для потребителя



- Понятность сообщения для потребителя.
- Простота восприятия сообщения для потребителя.
- Говорить на языке потребителя.
- Близость потребителю по стилю жизни.

# Простота и понятность. Потребитель над рекламой не думает!

- С потребителем нужно быть **ПОНЯТЫМ**,  
**ИНТЕРЕСНЫМ** для него и **кратким**.





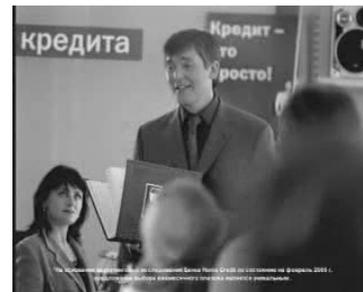
Женщина: «Взять кредит... Но где именно?»»



Мимо проходил пенсионер: «Какая разница? Ежемесячные платежи везде одинаковые...»»



(демонстрируются одинаковые точки продаж разных банков в магазине)



Банкир: «Вы ошибаетесь! Возьмите Хоум Кредит»»



«Благодаря нашему новому преимуществу, Вы сами выбираете размер ежемесячного платежа»»



Женщина: «Скажем, по 830?»»



Банкир: «Да!»»



Студент: «А 366 рублей?» - «Да!»»



Молодой человек: «763!» - «Да!»»



Банкир: «**Это просто!**» (покупатели толпой бросаются к точке продаж Хоум Кредит)



Диктор: «Только с нами Вы сами выбираете любой размер платежа по кредиту с точностью до рубля.»



«**Хоум Кредит. С нами доступно все.**»



Мужчина в банке заполняет заявление на получение кредита...



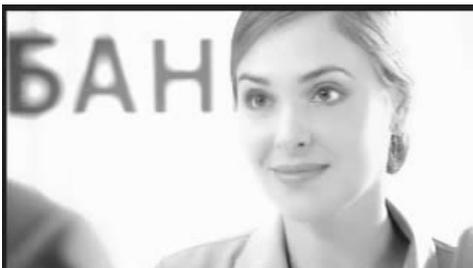
Но никак не может придумать, что написать в графу «Цель кредита». И решает спросить:



«А что писать в графе «Цель кредита»?»?



Не отрываясь от работы, девушка говорит: «Обычно...»



«...ничего не пишут».



Мужчина явно озадачен.



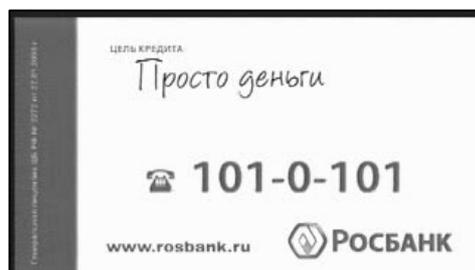
«Но Вы, если хотите, можете написать...»



«**Просто деньги**»



Мужчина все еще сомневается, неужели так все просто.



Диктор: «Мы выдаем деньги, не спрашивая, зачем они Вам. Росбанк. Кредит **«Просто деньги»**».

# Понятно **что** сказано в рекламе тем, **кому** это сказано?



Есть желание?      Есть возможность!

Конечно, можно было немного подождать, но так хотелось порадовать себя. Как такое возможно? Это не секрет, но это касается только меня и моего банка.



**КРЕДИТ НА ВСЁ**

**ЛЕГКО**  
Позвоните в Телефонный центр Банка Ренессанс Капитал (095) 981-3-981 и сразу получите предварительное кредитное решение.  
Поручители не требуются.

**Банк Ренессанс Капитал**  
Нам доверяют свои желания

**(095) 981 3 981**

[mycredit.ru](http://mycredit.ru)

"Онлайн" доступ к услугам за пользование кредитом осуществляется исходя из условий конкретного кредита и указывается в Вашем кредитном договоре. Пожалуйста, ознакомьтесь со всеми условиями [СЗ](#) продукта на кредитного агента.

Кредит предоставляется КБ Ренессанс Капитал (ООО) лицензия Банка России №3334 от 30 марта 2004 г.

- Что вообще здесь понятно?
- В чём сообщение / сообщения этой рекламы?

# Простота и понятность



**Извлеките пользу.** Спросите себя!

1. Понятно ли в рекламе **ЧТО** сказано тем, **КОМУ** это адресовано?
2. Как я могу сказать это ещё проще?
3. Каким (чьим) языком это сказано?
4. Близко ли показанное/сказанное в моей рекламе к стилю жизни тех, **КОМУ** это адресовано?

# Критерии эффективного сообщения

- **Точный фокус** на марке и ее позиционировании
- **Значимость** мотива для потребителя
- **Простота и понятность** сообщения для потребителя
- **Преимственность** текущего сообщения предыдущему
- **Яркость** воплощения для потребителя



# **Преимственность текущего сообщения предыдущему**

- **Постоянно повторять ИДЕЮ** марки.
- Накопление потребителем **доверия** к марке.
- Это **логика действий и эмоций** для потребителя.

# Как вас узнают и будут доверять, если вы меняете лицо?



**ДА.**

**НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ.**

**Банк Москвы**

107996, Москва, Рождественка, 8 / 15, стр. 3. Телефоны: 745 80 00, 105 80 00; факс: 795 26 00  
www.mmbank.ru; e-mail: info@mmbank.ru  
Генеральная лицензия Банка России №2748 от 14.10.2004 г.

Новые тарифные планы  
**«Альфа-Жизнь»**  
Активный стиль жизни!

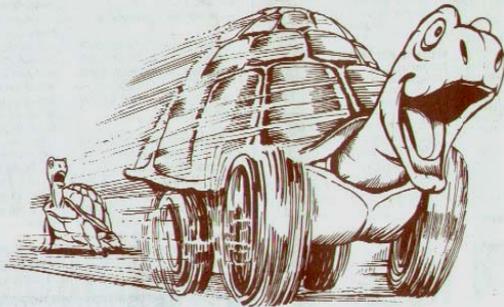
**А**

Альфа Банк Экспресс

**Отойдя от привычного узнаваемого потребителем стиля сработали на конкурента.**

# Есть ли здесь прееимственность?

**ОПРЕДЕЛЕННО,**  
скорость  
дает преимущество!



- Принятие решения в течение **30 минут**.
- Сумма до **100 000 рублей**.
- Минимум документов.
- Срок **6, 12, 18, 24** месяца.
- На любые цели.
- Возможность погашения во всех филиалах и отделениях Банка Москвы.

**«БЫСТРОкредит»**

СО ВСЕМИ УСЛОВИЯМИ ДОГОВОРА ВЫ МОЖЕТЕ ОЗНАКОМИТЬСЯ В ЛЮБОМ ОТДЕЛЕНИИ, ФИЛИАЛЕ БАНКА МОСКВЫ, А ТАКЖЕ ПО АДРЕСУ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ:  
[WWW.MMBANK.RU](http://WWW.MMBANK.RU)

107996, Москва, ул. Рождественка, 8 / 15, стр. 3  
Телефон в Москве: (095) 105-80-00  
e-mail: [info@mmbank.ru](mailto:info@mmbank.ru)

Генеральная лицензия Банка России №2748 от 14.10.2004 г.

**М** Банк Москвы

**10 лет**

НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ

**ДА.**

НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ.

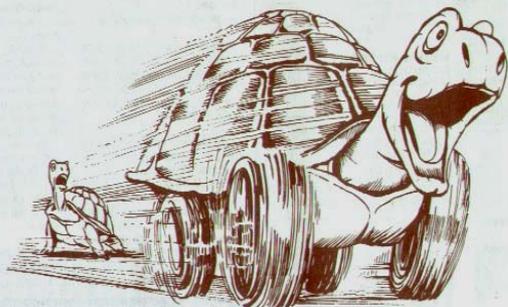
**М** Банк Москвы

107996, Москва, Рождественка, 8 / 15, стр. 3. Телефоны: 745 80 00, 105 80 00; факс: 795 26 00  
[www.mmbank.ru](http://www.mmbank.ru); e-mail: [info@mmbank.ru](mailto:info@mmbank.ru)

Генеральная лицензия Банка России №2748 от 14.10.2004 г.

# Есть ли здесь прееимственность?

**ОПРЕДЕЛЕННО,**  
скорость  
дает преимущество!



- Принятие решения в течение **30 минут**.
- Сумма до **100 000** рублей.
- Минимум документов.
- Срок **6, 12, 18, 24** месяца.
- На любые цели.
- Возможность погашения во всех филиалах и отделениях Банка Москвы.

**«БЫСТРОкредит»**

СО ВСЕМИ УСЛОВИЯМИ ДОГОВОРА ВЫ МОЖЕТЕ ОЗНАКОМИТЬСЯ В ЛЮБОМ ОТДЕЛЕНИИ, ФИЛИАЛЕ БАНКА МОСКВЫ, А ТАКЖЕ ПО АДРЕСУ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ:  
[WWW.MMBANK.RU](http://WWW.MMBANK.RU)

107996, Москва, ул. Рождественка, 8 / 15, стр. 3  
Телефон в Москве: (095) 105-80-00  
e-mail: [info@mmbank.ru](mailto:info@mmbank.ru)

Генеральная лицензия Банка России №2748 от 14.10.2004 г.

**М** Банк Москвы

**10 лет**

НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ

**ДА.**

НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ.

**М** Банк Москвы

107996, Москва, Рождественка, 8 / 15, стр. 3. Телефоны: 745 80 00, 105 80 00; факс: 795 26 00  
[www.mmbank.ru](http://www.mmbank.ru); e-mail: [info@mmbank.ru](mailto:info@mmbank.ru)

Генеральная лицензия Банка России №2748 от 14.10.2004 г.

# Как вас узнают и будут доверять, если вы всё время разный?

Беззалоговое финансирование  
**ФАКТОРИНГ**



**РАСКРУТИ  
СВОЙ БИЗНЕС!**

- Ф** - формирование устойчивого роста ликвидности
- А** - автоматическое повышение надежности
- К** - конвертация дебиторской задолженности в деньги
- Т** - тенденция к увеличению объемов продаж
- О** - оптимизация финансового планирования
- Р** - реальная возможность расширить клиентскую базу
- И** - идеальный инструмент для получения скидок при немедленной оплате всех счетов поставщиков
- Н** - независимость и свобода от соблюдения сроков платежей со стороны дебиторов
- Г** - гарантированный контроль за состоянием дебиторской задолженности



Тел.: (495) 725-3251  
[www.nomos-factor.ru](http://www.nomos-factor.ru)

Портреты: Владимир Бонин, Роман Попов, 20/08

СТАНЦИЯ МЕТРО  
**ОХОТНЫЙ РЯД**

**III НОМОС-БАНК**

**УСЛУГИ**  
для физических  
и юридических лиц

В НОВОМ ОФИСЕ  
на Большой Садовой, 6  
Тел.: (495) 221-9979

[WWW.NOMOS.RU](http://WWW.NOMOS.RU)

**ИПОТЕКА**  
Смелое решение  
с надежным партнером!

**III НОМОС-БАНК**

8-800-100-70-40  
[www.nomosbank.ru](http://www.nomosbank.ru)

Внимание! РАБОТАЮТ ПРОФЕССИОНАЛЫ!

**III НОМОС-БАНК**

КАЧЕСТВО  
ДОСТОЯНИЯ

*Индивидуальное  
банковское обслуживание  
состоятельных лиц.*

**III НОМОС-БАНК**  
PRIVATE BANKING

Москва, ул. Варшавская, дом 1  
телефон: 797-3367

*Дорогие друзья!*

*Сердечно поздравляем Вас с Новым Годом!  
2007 год станет для Вас годом процветания  
и исполнения самых заветных желаний.*

**III НОМОС-БАНК**  
[www.nomos.ru](http://www.nomos.ru)

Портреты: Владимир Бонин, Роман Попов, 20/08

# Как вас узнают и будут доверять, если вы всё время разный?

Беззалоговое финансирование  
**ФАКТОРИНГ**



**РАСКРУТИ  
СВОЙ БИЗНЕС!**

- Ф** - формирование устойчивого роста ликвидности
- А** - автоматическое повышение надежности
- К** - конвертация дебиторской задолженности в деньги
- Т** - тенденция к увеличению объемов продаж
- О** - оптимизация финансового планирования
- Р** - реальная возможность расширить клиентскую базу
- И** - идеальный инструмент для получения скидок при немедленной оплате всех счетов поставщиков
- Н** - независимость и свобода от соблюдения сроков платежей со стороны дебиторов
- Г** - гарантированный контроль за состоянием дебиторской задолженности

**НОМОС-ФАКТОР**

Тел.: (495) 725-3251  
[www.nomos-factor.ru](http://www.nomos-factor.ru)

СТАНЦИЯ МЕТРО  
**ОХОТНЫЙ РЯД**

**НОМОС-БАНК**

**УСЛУГИ**  
для физических  
и юридических лиц

В НОВОМ ОФИСЕ  
на Большой Садовой  
Тел.: (495) 221-9975

[WWW.NOMOS.RU](http://WWW.NOMOS.RU)

**ИПОТЕКА**  
Смелое решение  
с надежным партнером!

**НОМОС-БАНК**

8-800-100-70-40  
[www.nomosbank.ru](http://www.nomosbank.ru)

Внимание! РАБОТАЮТ ПРОФЕССИОНАЛЫ!

**НОМОС-БАНК**

**Это вообще-то  
один банк?  
Какой  
многоликий!  
Так какой  
«НОМОС-Банк»?**

Портреты: Илья Ильич Репин, 1870-1878

КАТЕ  
ДОСТОЯНИИ

*Удивительное  
банковское обслуживание  
состоятельных лиц.*

**НОМОС-БАНК**  
PRIVATE BANKING

Москва, ул. Большая Радищевская, д. 1  
телефон: 797-5367

[www.nomos.ru](http://www.nomos.ru)

# Преимственность – накопление потребителем **доверия** к марке.

- Нужно постоянно повторять идею марки. Только обыгрывая её под «разными углами зрения», чтобы не надоест потребителю.



Рикк-  
банк  
1995



Рикк-  
банк  
1996



Рикк-  
банк  
95-96





1995

ADEATER



Обычный офис, в тишине работают люди.



Вдруг общее внимание привлек храп...



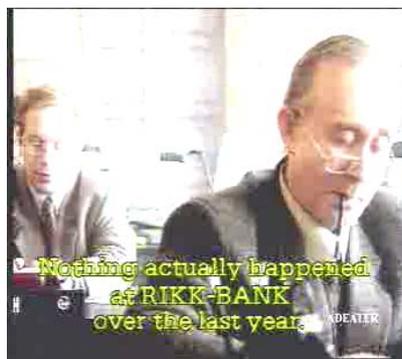
Но это оказалось мурлыканье котенка.



Диктор: «Скука смертная. Работают люди, работают деньги»

1996

ADEATER



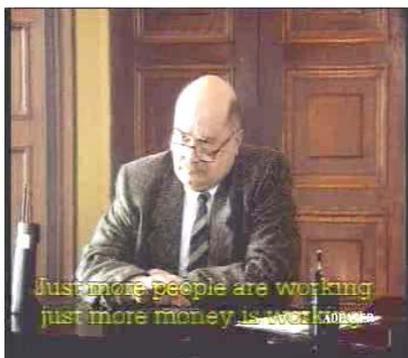
«И в этом году ничего особенного в Рикк-банке не произошло...»



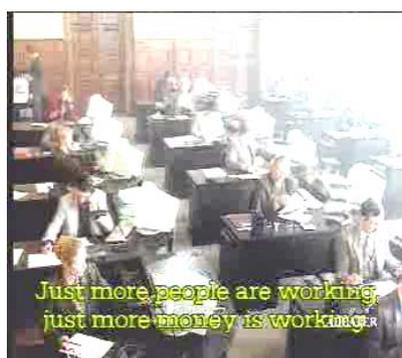
Внимание работников снова привлек храп...



Диктор: «мы просто немного выросли»



«Рикк-банк по-прежнему самый скучный банк на свете»



«Все также работают люди, все также работают деньги. Просто их стало больше»



«Вот и все» (пэкшот)

# Преимственность – **накопление** потребителем **доверия** к марке

- Повторяйте **идею** марки! Делайте это весело!!



## Факторы успеха:

- Преимственность.
- Акцент на марке.
- Значимость мотива (надежность).
- Простота послания.
- Яркость!

Рикк-  
банк  
1995



Рикк-  
банк  
1996



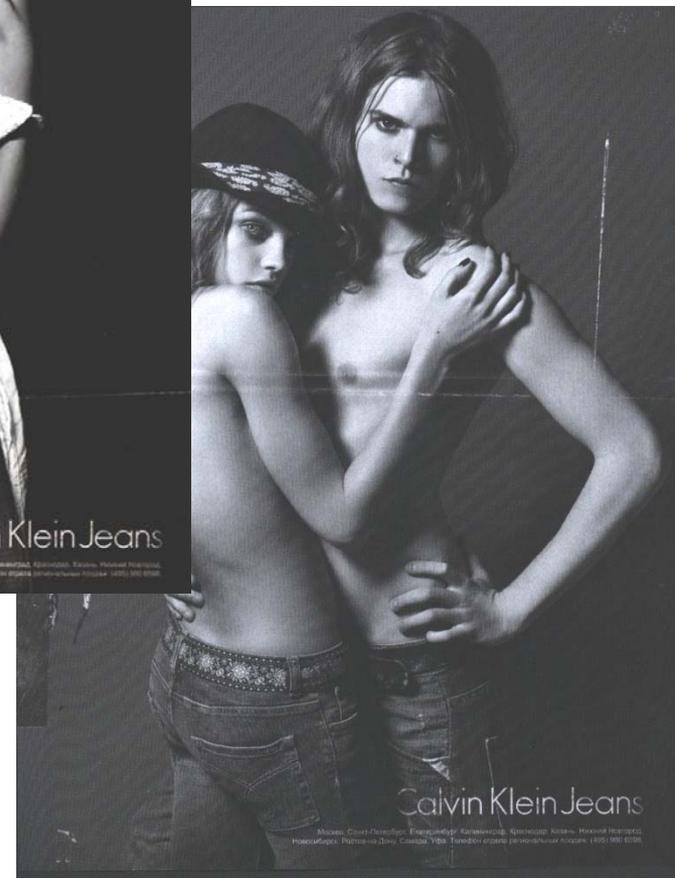
Рикк-  
банк  
95-96



# А это преемственность!



# Это тоже преємственность!



# Вопросы про преемственность

- Узнает ли потребитель бренд среди других по **одному** взгляду на его коммуникацию? Или по её части?
- Продолжает ли коммуникация из года в год доносить до потребителя идею марки? (**одну** единственную! И **главную!**)



# Узнает ли потребитель бренд среди других по **одному** взгляду?

Беззалоговое финансирование  
**ФАКТОРИНГ**



**РАСКРУТИ  
СВОЙ БИЗНЕС!**

- Ф** - формирование устойчивого роста ликвидности
- А** - автоматическое повышение надежности
- К** - конвертация дебиторской задолженности в деньги
- Т** - тенденция к увеличению объемов продаж
- О** - оптимизация финансового планирования
- Р** - реальная возможность расширить клиентскую базу
- И** - идеальный инструмент для получения скидок при немедленной оплате всех счетов поставщиков
- Н** - независимость и свобода от соблюдения сроков платежей со стороны дебиторов
- Г** - гарантированный контроль за состоянием дебиторской задолженности

**НОМОС-ФАКТОР**

Тел.: (495) 725-3251  
[www.nomos-factor.ru](http://www.nomos-factor.ru)

Получатель лицензии Банка России № 0708



**НЕТ!**



Узнаём даже без лого!





Билайн™



Зачем нужна преємственность?



**Преємственность, как  
узнавание вашей марки и  
рождает акцент на марке!**



# Для успеха на рынке важна последовательность стратег. шагов

**2005-2008**

- На всем периоде последовательная и узнаваемая реклама

2008

2007

2006

2005

1 день Деньги в Ваших руках

Кредит до 450 000 руб. с 2% годовыми за транспортным или документами на автомобиль.

Посетите любое отделение или позвоните 336 66 00

**citibank**  
добавь успех власти

Ждать отпуска Отдыхать чаще

Новая Кредитная Карта Ситибанка и куда.гУ

С нами больше отдачи!

**citibank**

до 225 000 рублей в одни руки

с документами, которые всегда под рукой!

Никогда еще так легко получить деньги было получить, как раньше в Ситибанке!

Кредиты Ситибанка. Удобные решения для клиентов.

Узнайте подробности по телефону: 8 800 200 93 93

**citibank**

Получите кредит Ситибанка

775 42 42

**citibank**

Кредитная карта Ситибанка

Побеждает все остальные формы оплаты!

до 50% годовых годовая ставка

Кредитная линия под 0% до 50 дней

Звоните сейчас по телефону: (095) 775 26 26 (812) 336 30 00

**citibank**

Слышали новость?

До 750 000 руб.

Снова! почти 0%!

Кредит Ситибанка. Максимальная сумма на любые цели!

Звоните сейчас. (095) 775 42 42 (812) 336 30 00

[www.citibank.ru](http://www.citibank.ru)

**citibank**

до 7% годовых

«Первый депозит» Ситибанка. Станьте клиентом!

Торопитесь! Только до 31 января 2005 года!

Просто позвоните 775 42 42

Your Citi never sleeps

**citibank**



# Для успеха на рынке важна последовательность стратег. шагов

2005

- До ребрендинга



2006-2008

- После ребрендинга. Абсолютно последовательная и узнаваемая реклама

2006



2007



2008



# Пример стратегической непоследовательности



2005-2008

- Разнородные, непоследовательные рекламные кампании

До выхода следующего номера «Эксперта» в НОМОС-БАНКе пройдет не менее 4 собраний кредитного комитета.

2005-2006



2007



2008



# Пример стратегической непоследовательности



2005-2007

- Немного старомодная, но последовательная и узнаваемая коммуникация.

2007 перед ребрендингом

2007-2008

- «Современная», яркая реклама, но без какой-либо связи со старым имиджем

2006

2005

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ

**7%** годовая в валюте  
мы не проводим акцию мы делаем сенсацию

Ставка по кредиту - от 7,5% годовых в валюте; - от 11,9% годовых в рублях РФ.  
Без первоначального взноса\*.  
Срок кредитования - до 25 лет.  
Бесплатное рассмотрение заявки на получение кредита.  
Размер - до 100% от стоимости жилья.  
Комиссия за выдачу кредита - 0,2-1% от его размера (не менее 200 и не более 1000 долларов США) и включается в стоимость кредита.  
Свой подход к расчету суммы кредита.  
Кредитная карта Visa в подарок (предоставляется лицам, зарегистрированным в Москве и Московской области).

**ОЧЕВИДНО:** доступность экономит ваше время

- Отсутствие первоначального взноса.
- Срок кредитования - до 5 лет.
- Сумма кредита - до 200 тыс. долларов США.
- В подарок - кредитная карта Visa Classic или Visa Gold.

**АВТОКРЕДИТ**

СО ВСЕМИ УСЛОВИЯМИ ДОГОВОРА ВЫ МОЖЕТЕ ОЗНАКОМИТЬСЯ В ОТДЕЛЕНИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ БАНКА МОСКВЫ, А ТАКЖЕ ПО АДРЕСУ ИНТЕРНЕТ: WWW.MMBAK.RU

107000, Москва, ул. Рязанская, д. 15, стр. 3  
Телефон в Москве: (495) 745-80-00, (495) 745-80-00  
e-mail: info@mmbank.ru

**Банк Москвы**  
НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ

**ОПРЕДЕЛЕННО,**  
скорость дает преимущество!

- Прямое решение в течение 30 минут.
- Сумма до 100 000 рублей.
- Минимум документов.
- Срок 6, 12, 18, 24 месяца.
- На любой срок.
- Возможность погасить досрочно.
- Банк Москвы

**«БЫСТРОКРЕДИТ»**

10 лет  
НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ

2007 ребрендинг

2008

«Вот, как нашлось в кредит без первоначального взноса!»

**Банк Москвы**  
НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ

**БЫСТРОКРЕДИТ**  
в 15 минут по 31 мая 2008 года

«СУПЕРАКЦИЯ!  
Новые условия!»

- Сумма ставки до 15% годовых
- Выдача кредита до 150 000 рублей РФ
- Заполнением минимальный набор документов
- Прямое решение в 30 минут

**Банк Москвы**  
НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ

(495) 925-80-00  
www.mmbank.ru

«ДЛЯ НАС НЕТ САРДЕРОВ!»

**Банк Москвы**  
10 лет  
НАМ ВЫГОДНО ДОВЕРЯТЬ

# Критерии эффективного сообщения

- **Точный фокус** на марке и ее позиционировании
- **Значимость** мотива для потребителя
- **Простота и понятность** сообщения для потребителя
- **Преимственность** текущего сообщения предыдущему
- **Яркость** воплощения для потребителя



# **Яркость** воплощения сообщения

- заметность рекламы и особенно её начала
- оригинальность формы
- непохожесть на конкурентов

# Яркость воплощения

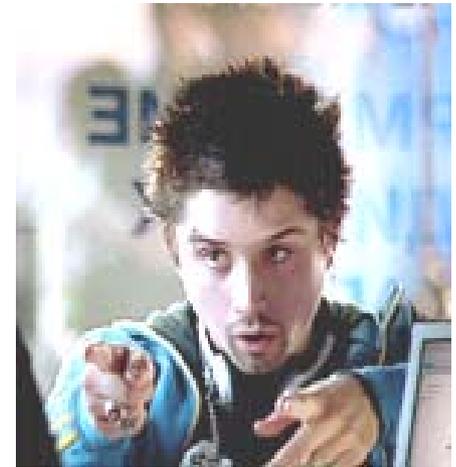
- простота восприятия и понятность послания для целевой группы; надо быть близкими по стилю жизни целевой аудитории
- заметность, запоминаемость, оригинальность креатива (непохожесть на конкурентов)



Альфабанк.  
Чукча



Альфабанк.  
Мороженщик



Альфабанк.  
Децл

# Яркость воплощения

- простота восприятия и понятность послания для целевой группы; надо быть близкими по стилю жизни целевой аудитории
- заметность, запоминаемость, оригинальность креатива (непохожесть на конкурентов)



Альфабанк. Слесарь

## Факторы успеха:

- Значимость мотива
- Простота послания
- Яркость послания





# Чего нужно **опасаться**

- чрезмерной новизны и разного понимания
- оскорбления
- обмана
- бессмысленности

# Степень новизны сообщения

- Не слушkom много неожиданного, чтобы не отпугнуть
- Но и не тоже, что всегда, чтобы не слишком скучно



Axion Bank

Отрицательный пример для большинства "нашей" аудитории



Умывается девушка, фоном идет песня на английском языке.



При укрупнении плана на лице девушки становится видна обильная угревая сыпь.



Вдруг девушка замечает, что фоновую песню поют угри на ее лице.



Тогда она примеривается к самому большому из них...



И гадливо морщась, начинает его давить.



След от угря на зеркале продолжает петь песню. Пэкшот и слоган: **"Уважаем молодых, хотя и не понимаем за что..."** . Axion Bank.

# Уважайте потребителя



**AdmiralMarkets**  
Trading for everyone



## Инвестируй в себя!

Практика и обучение работе на бирже.

www.fxtrade.ru  
€ £ \$

... торговый счет  
... рта всем  
... слушателям ... обучения

Запись на бесплатный  
семинар по телефону:  
**775-75-08**

Информацию об организаторе проведения семинара, местах, сроках, месте и порядке получения бонусов можно узнать на сайте [www.fxtrade.ru](http://www.fxtrade.ru)

# Критерии эффективной коммуникации



- **Точный фокус** на марке и её позиционировании
- **Значимость** мотива для потребителя
- **Простота** и **понятность** сообщения для потребителя
- **Преимственность** текущего сообщения предыдущему
- **Яркость** воплощения для потребителя

# Критерии и их задачи

№	Критерий эффективной коммуникации	Основная задача критерия
1	Точный фокус на марке и ее позиционировании	Запоминаемость марки, а не рекламы. Связь с позиционированием бренда.
2	Значимость мотива выбора / потребления	Запоминаемость и потребление в связи с мотивом.
3	Понятность и простота послания для потребителя	Адекватность понимания потребителем вкладываемой в рекламу идеи.
4	Преемственность текущего сообщения предыдущему	Узнаваемость и постоянное накопление уровня и потенциала знания
5	Уникальность / яркость воплощения	Привлечение внимания потребителя к рекламе и марке в ней.
Б 1	Нельзя обманывать (не лги!)	Сохранить отношения с потребителем и собственное «лицо»
Б 2	Чрезмерная новизна сообщения для потребителя воспринимается негативно и отвергается (не пугай!)	Быть воспринятым и вызвать доверие потребителя.

# Эффективное сообщение это...



- ... произведение всех факторов:

**Эфф. сообщения = Точный фокус x Значимость мотива x**

**x Простота / понятность x Приемственность x Яркость**

- Если хотя бы один множитель близок к нулю, то это очень плохо.



Спутник-шпион направил микрофон на Землю. Становятся слышны разговоры:

Молодая мама: «С рождением Сережки нам так нужна доступная ипотека...»

Пассажир автобуса: «Надоела давка! Надо кредит на машину брать».

Рабочий: «Прав был директор, зарплатная карта – удобная штука!»



Предприниматель: «Бизнес-кредит нужен!»

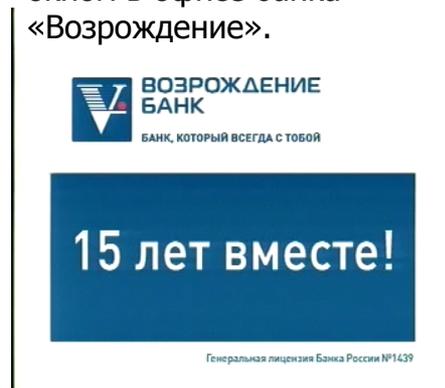
Отрывки фраз: «Деньги на ремонт...», «Вложить бы понадежнее...»

Одна из светящихся точек на Земле оказывается окном в офисе банка «Возрождение».

Диктор: «Нам не нужно отрываться от Земли, чтобы услышать каждого из вас».

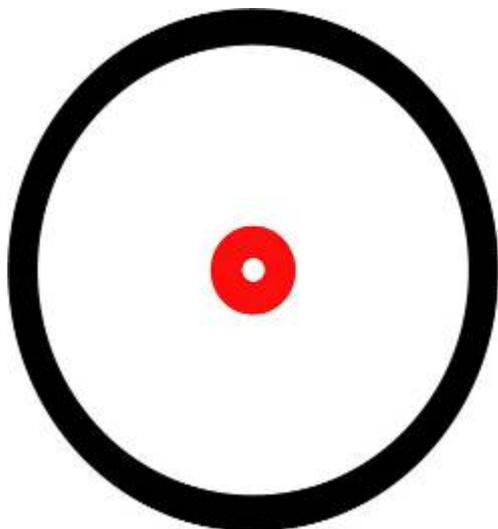


«Возрождение. Банк, который всегда с тобой»



Генеральная лицензия Банка России №1439

На кого работает эта реклама?



**Андрей Крылов**

**F1@livingeyes.ru**

**Living Eyes Consulting**

**www.livingeyes.ru**

**+7 (495) 940 6318**

- **Коммуникационный консалтинг**
- **Аналитика и маркетинговые исследования**
- **Открытые и корпоративные семинары**