

РЕКЛАМА ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

У ДОКРИЗОВИЙ ПЕРІОД панувала безлика раціональна банківська реклама. Ніяких «емоційних» банерів і роликів, лише іміджева реклама



Просто, невигадиво, раціонально. Працює не стільки банка з сумнівною якістю варенням, скільки ставка у 13,5%. У докризовий час, до речі, не такий уже й смачний відсоток. І ненав'язливі «15 років МБРР» як елемент бренда теж роблять свою справу.



до **14,25%**
годовья в рублях РФ*

Интеркоммерц Банк

ВКЛАДЫ

Сделай вклад в свое финансовое благополучие!

**ПОДАРОК
каждому
вкладчику!**



- Банковская карта без первоначального взноса и взимания комиссии за изготовление и годовое обслуживание*
- Скидка - до 50% на аренду банковской ячейки*

Интеркоммерц Банк в Москве:

М. Троицкое, Московская обл.
Депотный офис:
Боткинское шоссе, д.2-4-6, стр.12
Тел: (495) 580-0000

М. Новокосино, Московская обл.
Депотный офис: «Новосиль»
Б.М. Давыдовское, д.15, стр.12
Тел: (495) 894-0000

М. Чертаново
Депотный офис: «Ал-Фараби»
М. Митино, д.22, стр.5
Тел: (495) 712-8807

М. Новокосино
Депотный офис: «Парус»
Ст. Вешняков, д.9, 7-й корпус, пом. 245, 1-й этаж
Тел: (495) 542-0084, 770-0009 для 1401, 1402

М. Новокосино
Депотный офис: «Ал-Фараби»
Новосильское шоссе, д.30
Тел: (495) 449-0281/0180-3175

М. Новокосино
Депотный офис: «Ал-Фараби»
1-й Корпусный проезд, д.2
Тел: (495) 675-4451, 4051-4992

М. Новокосино
Депотный офис: «Ал-Фараби»
Косовский пер., д.2
Тел: (495) 575-4451/44-66-50

М. Новокосино
Депотный офис: «Ал-Фараби»
Серебряный бульвар, д.2, стр.2
Тел: (495) 548-4100

М. Новокосино, станция
Депотный офис: «Ал-Фараби»
Ст. В. Чертовское, д.22, стр.2
Тел: (495) 542-7880/7888

М. Троицкое, Московская обл. станция
Депотный офис: «Ал-Фараби»
Полосный проезд, д.98
Тел: (495) 548-4000

М. Новокосино
Депотный офис: «Ал-Фараби»
Полосный пер. д.2, стр.2
Тел: (495) 603-7885, 603-4000, 603-4000

Депотный офис: «Ал-Фараби»
М. Чертаново, станция
М. Чертаново, д.4, стр.2
Тел: (495) 712-8807

(495) 380-22-22
www.intercommerz.ru



Надраціональна
реклама. Сірість.
Нудьга. Єдине, що
може працювати, —
ставка в 14,25%. Тексту
так багато, що він не
вважає. Навіть
подарунка не хочеться.
Інсайд: «Віддай гроші
та йди собі в чисте
поле» або «Мріяти не
шкідливо, ти тільки
гроші віддай»

Сказочный процент
под Рождество

Вклад
«Рождественский бонус»



Самый высокий
доход по вкладу*

Вклады застрахованы

* среди вкладов Росбанка

Предложение действительно до 28 февраля 2009 г.

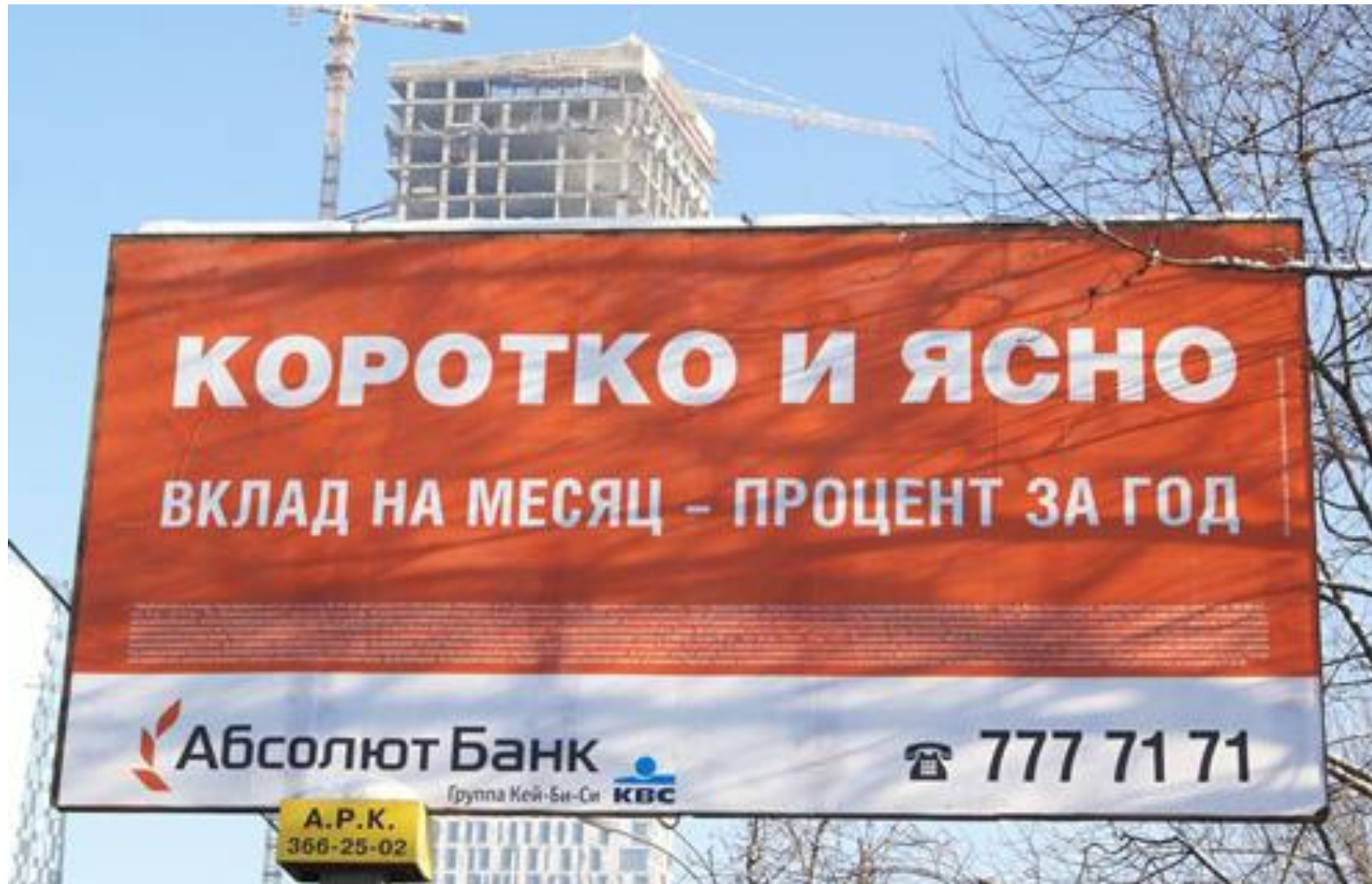
921-01-01
www.rosbank.ru

РОСБАНК
По всей России. Для Вас.

РАСБ990

Спроба креатива з опорою на стереотип, якого... немає. Подарунок від діда Мороза традиційно кладуть під ялинку. Не в чобіт — це елемент французької або англосаксонської культури. Тому спочатку думаєш про розпродаж взуття. До речі, неоголошена ставка довіри не викликає.

КРИЗОВИЙ ПЕРІОД



«Коротко і ясно. Вклад на місяць — відсоток за рік». Нагадує сленгову розмову ...



«Вклади. Стихию краще перечекати за тим, хто міцно стоїть». СENS зрозумілий, доходить до цільової аудиторії. Тільки є три мінуси. Перший — візуальне нагадування про «фінансові піраміди». Другий — великий камінь нависає над пірамідою з камінців, перебуваючи в нестійкій рівновазі. Ще один порив ураганного вітру і... станеться страшно. Третій — саме поняття кризи суперечить довірчому характеру фінансових відносин. Спиратися на стереотипи, пов'язані з кризою, банкам не варто, навіть під час кризи. У клієнта і так сумніви. Навіщо їх збуджувати?



**ВКЛАД
ГАРАНТИРОВАННЫЙ**

- 100% гарантии Государства
- Срок – 1 месяц
- АНТИкризисные проценты

Абсолют Банк
www.absolutbank.ru
777 71 71

«100% гарантії держави» — хороша теза, але держава страхує вклади у всіх банках... Термін — один місяць — за кризи актуально. А ось рятівний круг і нагадування про кризу в тезі «Антикризові відсотки» грають проти банку. Повторимо мантру: «Саме поняття кризи суперечить довірчому характеру фінансових відносин.....»



«Банкосховище для Ваших грошей. Вклады». Ще раз повторимо мантру...
Про креатив не говоримо: він відсутній.



«Вклады. Наши клиенты спят спокойно». Дівчинка з плюшевим ведмедиком відображає стереотип опори банку на сімейні цінності. Але її величність Криза проглядає і тут. З якого дива ви таку розмову почали? Побоюєтеся? Але погодьтеся — емоційно, тепло і приємно...



«Виростимо капусту разом». Вклады. Щедрі відсотки. Вклад забрав -% не втратив. Моторошний чорно-білий візуал бренда «Траст» (він не строгий, він похоронно-траурний, що викликає величезну кількість негативних асоціацій — жорсткість, незграбність, стагнація) дещо пом'якшується милими дитячими личками і загальною емоційною динамікою постера. А от лексика «капуста — гроші» не сприяє довірі. Теза «Вклад забрав — % не втратив» — рецидив кризового періоду, коли необхідно було запобігти масовому відтоку вкладників. А зараз навіщо?



«Ваш вносок в успішну кар'єру. Високий % успіху». Емоційно? Про що? Освітні кредити? Яка Ваша пропозиція? Дрібним текстом і не побачити... Складені на грудях руки означають закритість і недовіру. Руки в кишенях — демонстрацію переваги... Не кращі пози для рекламних персонажів. Дешеві штампи для солідного банку - не комільфо...



«Капуста выросла». Вклады. Встигните до снижения відсоткової ставки. Вклад забрав — % не втратив. Ставки працюють. «11% руб., 7% дол.» — непогана пропозиція. Але... цей страшний бренд і лексика... У банку залишилася капуста, а дитячих личок уже немає. Куди поділися? Їх витіснили гроші? Антисоціально...



«Вклад Инвестбанка 21 рік» — повернення до страшної докризової раціональної сірості. Втім сірість визначена якістю опрацювання бренда. «21 рік» — що це? Повноліття по-американськи? У нас повноліття з 18... Просто нагадування? Натяк на ексклюзив пропозиції? А умови опублікувати, як той самий «Траст»? Личко покажемо? Подарунок вкладникові теж не збуджує апетиту.

ПСИХОЛОГІЯ КОЛЬОРУ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

Як обрана гамма кольорів може вплинути на загальну ефективність рекламної конструкції?

Як народжуються ідеї щодо вибору
кольору вивіски?

