Какой была реклама операторов связи

Операторы связи уже который год находятся под регуляторным давлением государства, что существенно бьет по их доходам, вынуждая тратить все больше средств на реализацию положений «пакета Яровой», оборудование для СОРМ и прочие не совсем приятные для бизнеса вещи. На очереди «Доступный интернет», который вынудит компании предоставлять гражданам доступ к ряду сайтов бесплатно, что также несомненно скажется на доходах компаний. При этом никто не отменял вложения в модернизацию сетей и прочие обязательные расходы.

Несмотря на весь этот негатив, компании продолжают вкладывать громадные средства в рекламу. Тем более, если речь идет о крупных российских телекомах. Чего только стоит множество креативных рекламных роликов от «МТС», создавших в умах граждан четкую ассоциативную связь «Нагиев = МТС». То же самое можно сказать и о креативе «Билайна», «Мегафона» и «Теле2». Региональные операторы тоже стараются не отстать и инвестируют в маркетинг на уровне своего влияния.

По данным компании Zenitmedia, в 2021 году бюджеты крупнейших операторов связи на рекламу вырастут на 5,7%. Рост планируется во всех сегментах. Так, в этом году финансирование на маркетинговые каналы, кроме радио, планируют увеличить в среднем на 5,7%: ТВ — 4%, наружная реклама — 8%, digital — 12%. В 2022 году расходы увеличатся на 8,7%, в 2023 году — на 8,4%.

Однако, эта статья не о сухих цифрах и громадных бюджетах, а о творчестве. В этом небольшом тексте я лишь хотел собрать некую подборку операторского креатива и вспомнить рекламные хиты гигантов телекома прошлых лет. Надеюсь, вы понастальгируете вместе со мной.

Для начала, давайте прогуляемся по годам XX века и посмотрим, как в то время рекламировали связь и телефонные аппараты на родине и за рубежом.

Это фото начала XX века, а на нем — реклама только появившихся телефонных аппаратов.



На тридцатые и сороковые годы прошлого века пришлось развитие публичной сети телефонных аппаратов. Вот и реклама была соответствующей.



В 1950—1970-е годы основным потребителем связи в США были домохозяйки, поэтому на плакатах рисовали именно их.



На заре 80-х годов и на протяжении десяти последующих лет именно сотовый телефон был олицетворением успеха. Так что и в рекламе использовали именно образ бизнесмена.

Put the whole world in your hand.





Take hold of a Radio Shack Handheld Cellular Telephone.

A Full-Featured, Handheld Portable for $799*. Now, you can stay in touch wherever you go—from car to job site to pleasure boat. Wherever there's cellular service, you can direct-dial anywhere in the world. Call Europe from a rental car in New York, or Dallas from a cable car in San Francisco. You can confirm an appointment during a taxi ride or close a business deal while waiting for a connecting flight.

Fits in Your Briefcase. The compact CT-301 is only 1½" wide and weighs just 28 ounces. Built-in rechargeable batteries deliver up to 15 hours standby or 1½ hours of talk time. The CT-301 also features the 832-channel capacity now being used in some cellular cities.

Backed by Quality Service and Support. The CT-301 is backed by our One-Year Limited Warranty, and service is available through Radio Shack stores and dealers nationwide. Best of all, we handle the start-up paperwork for you.

Come in for a No-Cost, No-Obligation Demonstration. Let us show you how a handheld CT-301 cellular phone (#17-1050) can make you more productive for only $40 per month.**

Radio Shack®
The Technology Store℠
A DIVISION OF TANDY CORPORATION



Как это ни странно, реклама имела место и в СССР. Вот например рекламные материалы рижской радиофабрики VEF.



А вот ребятам из телеграм-канала «Телекоммуналка» удалось отыскать эскизные материалы рекламы Билайна в Самаре аж 1996 года.



[Какой была реклама операторов связи]

И раз уж заговорили о «Билайне», то давайте вспомним, какой креативной была реклама этого оператора в святые девяностые и нулевые годы. В подборке собраны ролики из тех времен, когда «Входящие бесплатно» были весомым преимуществом при выборе оператора связи.

А вот аналогичная подборка рекламы «МТС». На мой взгляд, креатива тут меньше, но зато в большинстве роликов играет до боли знакомая мелодия.

«Мегафон» не отставал от конкурентов и тоже генерировал рекламный контент с начала 90-х годов. Причем, первые рекламные ролики были выполнены в некоем странном мультипликационном стиле. Вот целая сорокаминутная подборка рекламных роликов оператора за прошедшее тридцатилетие.

А вот еще один ролик из святых девяностых. Тогда на территории Якутии работал местный сотовый оператор «Горизонт РТ», который затем был куплен «МТС». В рекламном ролике, который представлен ниже, компания использовала местных телевизионных журналистов.

В те годы сотовый рынок был в разы богаче на интересных региональных игроков, нежели сейчас, поэтому стоит упомянуть, как креативили и другие региональные сотовики. Вот рекламка от компании СМАРТС из Самарской области.

А вот так креативили рекламщики из «Кубань GSM».

В Челябинске тоже была собственная сотовая компания, имевшая незамысловатое название «Южно-Уральский сотовый телефон». Реклама у компании также была достаточно незамысловатой.

Ну, а кто из екатеринбуржцев не помнит компанию Utel и ее топовый в «нулевые» тариф «Радуга Фристайл». Входящие тогда только-только становились бесплатными.

А эти рекламные ролики некогда уральского монополиста «Уралсвязьинформа» напомнят вам о временах интернета и сотовой связи по карточкам, когда технология ADSL была настоящим прорывом.

В девяностые и нулевые формат нативной рекламы через телевизионные новости был весьма популярен. Интересно, что от него не отказались и сейчас. Так, например «ЭР-Телеком» вовсю пиарит свои плюшки через региональные телевизионные новости. Подход, который имеет место быть и сейчас, причем достаточно экономичный.

А вот и о промышленном интернете от «ЭР-Телеком» рассказали в пермских новостях.

От бюджетных вариантов рекламы стоит перейти к более дорогостоящим. Операторы связи сейчас настолько обросли жирком, что спокойно могут башлять успешным блогерам и артистам за крутую нативочку. Вот пример такой интеграции «МТС» и блогера-певца Нилетто.

Как пишет телеграм-канал «Телекоммуналка», по ролику сложно сразу догадаться, что это рекламная интеграция. Распознать в речи исполнителя строчку «У меня есть нетариф» довольно проблематично. Но отсылки скрыты на всем хронометраже. Действие происходит около большой частицы «Не», обилие красного и белого в цветовой гамме и рекламная интеграция в конце. Даже в названии ролика изменили псевдоним исполнителя на nEletto, вместо nIletto.

Клип за 4 дня набрал 2,5 млн просмотров. Слушатели видят рекламу в клипе, но, судя по комментариям, они готовы с этим мириться. Хотя процент дизлайков к лайкам в 2 раза выше, чем на обычных клипах исполнителя.

Ранее рекламную интеграцию с этим исполнителем также осуществлял другой крупный сотовый игрок «Мегафон».

Выше было продемонстрировано множество роликов от отечественных компаний, но завершить эту подборку хотелось бы по-настоящему креативными роликами от одного из американских телеком-гигантов.

Шедевр от компании Verizon, девизом которого стало «Не лагай по жизни». На мой взгляд — это гениально.

В следующем материале заглянем в гости к региональным проводным операторам связи и посмотрим, чего они ваяют на рекламном поприще.