

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.

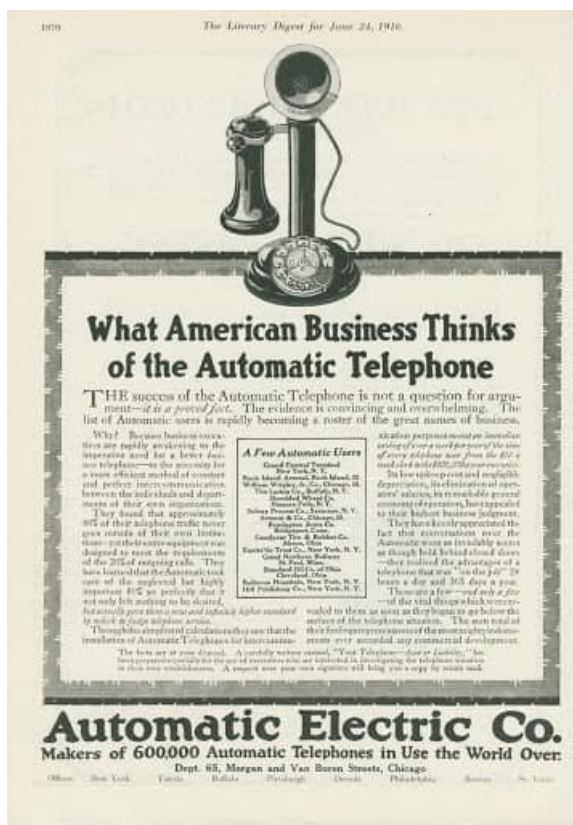
Несмотря на весь этот негатив, компании продолжают вкладывать громадные средства в рекламу. Тем более, если речь идет о крупных российских телекомах. Чего только стоит множество креативных рекламных роликов от «МТС», создавших в умах граждан четкую ассоциативную связь «Нагиев = МТС». То же самое можно 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.

NEW PUBLIC PHONES

to serve you in new ways and places



THE SEMI-BOOTH

This compact, versatile design goes in indoor locations where booths would never fit before. Tucks in a corner, or back-to-back, or around a pillar in stores, stations, public buildings. Especially easy to use if you're burdened with baggage.



THE AIRLIGHT BOOTH

Its friendly night light is already familiar on city streets and major highways. Gives you 24-hour service and protection wherever you are. Use public telephones as your handy phones away from home. They're there to help you.



BELL TELEPHONE SYSTEM



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

AN EXTENSION PHONE IN YOUR KITCHEN

Saves you everyday effort so you can enjoy more holiday fun

Much of the flurry of Christmas activity starts in your busy kitchen! And that's where a handy extension phone belongs ... within easy reach for the many calls you make and receive.

It'll save you steps by the dozens while you're baking dozens of cookies. And it will save you time by the minutes when minutes mean a lot of fun with family and friends.

Extension phones for any place in your home are easy to order from your neighborhood Bell Telephone business office. Just call or drop in. They're available in a choice of attractive, popular colors.

P.S. Wouldn't someone you know love an extension for Christmas?

BELL TELEPHONE SYSTEM

Extension phones around the house make life easier for the whole family

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.**

*Special price of \$799 includes 30-day new activation with Radio Shack cellular phone service (\$200 without activation). Activation required. Price not valid where prohibited by state law. See store manager for details. Payment required. Accessories sold separately. Includes built-in rechargeable battery, antenna, carrying case and more. **Radio Shack financing credit. Required only when operating upon account balance. Prices apply at participating Radio Shack stores and dealers.

Radio Shack
The Technology Store™
A DIVISION OF TANDY CORPORATION

Nokia Cityman. For the serious businessman

*That must be
for meeee!!!*

**SPIKE
MILLIGNA**

Yes!

*Why have those swines at the BBC called me at 6.30 am when
they're not filming till 12.30? ah! ha! but thanks to my NOKIA CITYMAN!
my office called me. I called my wife, my daughter Sile
called me, my bank manager called me (Help!) my mum called me
Sir Highway Seacombe called me, he called me a nit!
So if the BBC weren't in touch, I was thanks to NOKIA CITYMAN!*

NOKIA-MOBIRA
the best selling cellphones in the world

Nokia-Mobira Ltd, The Science Park, Cambridge, CB4 4GH Tel (0223) 423323 Fax (0223) 420427

Think seriously before you buy a
cellphone. You want one that lasts.
That's sensitive and reliable. That's
tried, and tested, and trusted.

When Spike needed a cellphone,
he took his choice extremely
seriously.

And he chose a Nokia Cityman.

Built to last by the world's largest
manufacturer of cellular telephones, the
Nokia Cityman is reliable and simple to use.

Its alloy construction makes it more
sensitive - increasing your chance of
connecting.

A single battery boasts a massive 18
hours of "standby time", or 2 hours
continuous talking time.

It's an ETACS phone, giving you up to
double the chance of connecting with the
cellular networks, inside the M25 ring.

And with the optional car kit, the Nokia
Cityman converts into an advanced car-
phone, with its own handset and a fully
duplex hands-free unit.

So if you're serious about buying a
cellphone for business - you know
which to go for.

Nokia Cityman
The cellphone Spike likes

Cut out and return to
Nokia-Mobira Ltd
Freepost, Cambridge CB4 1BN
or dial 100 and ask
for Freepost Nokia-Mobira
(Mon-Fri 9 am-5 pm,
Sat-Sun 9 am-1 pm)

☐ Please send me more
details on Britain's
premium hand-portable
cellphone, the Nokia Cityman

☐ I am interested in the optional car kit

☐ Please send me details on your in-car
range of cellular telephones

☐ Please put me in touch with my nearest
Authorized Dealer

Name _____

Address _____

Company* _____

Position* _____

Telephone number _____

Postcode _____

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.