

С. ПЛАТОН



РЕКЛАМІСТИКА

Сергей Платон

Рекламмистика (сборник)

«Издательские решения»

2015

Платон С.

Рекламмистика (сборник) / С. Платон — «Издательские решения», 2015

Перед вами чертова дюжина мистических историй о загадочных нюансах ведения бизнеса на русской почве, а также странных рекламно-маркетинговых процессах не особенно-то изменившихся с купеческих времен. Каждая сказка – отчаянный комический укол в чугунный зад отдельных представителей современного купечества. Объединяет их не только одна группа героев, но и сатирическая интонация. Книга адресована широкой читательской аудитории, но, прежде всего, – новому поколению рекламных менеджеров.

© Платон С., 2015

© Издательские решения, 2015

Содержание

Сказка первая.	6
Сказка вторая.	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Рекламмистика
Заветные купеческие сказки
Сергей Платон

© Сергей Платон, 2015

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero.ru

Сказка первая. Стильный тришкин кафтан

Трифон Миронович Кторов купчина зажиточный был, рыжий и ширококорый, очень солидный и хмурый вечно. Знамо дело, богатыми недрами земельки родимой торг вёл. Сам государь-император про него, да про его Корпорацию, внимательно ведал. Серьёзное дело, чего улыбаться-то попусту?

Вымуштрованный годами собственный совет директоров в кулаке держал, управляющим головы мыл непрестанно, по семь шкур с них спускал. Лукавым иноземным барышникам тоже спуска не давал, даже с ушлыми царёвыми людьми и с губернскими чиновными порученцами шибко не церемонился, а уж приказчики среднего звена все у него по струнке ходили.

Мошну персональную, потайную, набивал аккуратно, но и казну исправно пополнять не забывал. Здоровущий пузырь новейшего российского предпринимательства. Ноги по колена в золоте, по локоть руки в серебре. Крупнейший представитель элиты современного русского бизнеса.

Одно слово – генерал!

Вот сидит как-то раз Трифон Мироныч поутру за аэродромным дубовым столом над сводным управленческим учётом, чугуном задом четвёртое в этом году кресло доламывает, таблички с квартальными отчётами дочерних предприятий передвигает, толстыми пальцами по циферкам водит, затылок щетинистый почёсывает и гнев грандиозный накапливает уже сорок четыре минуты.

Каменный лик его начинает приобретать приятный свекольный оттенок, вроде и не лик это уже, а ни дать, ни взять, – кулак боксёрский. Вишь, не радуют его цифры; мелконькие они, слабенкие. Выволочку примерную дармоедам своим нерадивым устроить готовится.

А по плечам у него пара чёртиков прыгает, тоже на цифирь пялится. Да и не чёртики они вовсе. Кажись, другая какая нечисть.

Крылышки ведь чертям не предусмотрены, а у этих есть. Остренькие такие, как у ласточек. Хотя... Черти, конечно же, кто же они ещё? Махонькие такие, вертлявые.

Правый – красивый и ладненький. Шёрстка у него пушистая, белая, ушки и рожки торчком, кисточка на хвостике причёсанная, копытца наманикюренные, пяточок розоватый и волоokie синие глазища вполмордочки по сторонам озорно постреливают. Ох, и хитрюга!

Левый – изрядно отвратный. Просто смотреть противно. Рожки кривые, обломанные, воронёная чёрная шерсть колтунами свалаялась, по бокам ключьями висит, а кое-где и проплешиной светит, копыта не чищены, карие бусинки глазок жирком затянулись, недобро поблёскивают, пятак в паутине весь, срам по колено болтается. Тьфу ты, пакость какая!

– Вот ведь, Тришечка, до чего ты контору довёл свою, – комариным писком зудит в хозяйское ухо Правый бесенок, – нет, чтобы сделать так, как пристойные директора завсегда уже делают. Щас вот примешься на лакеев орать, а они-то чего? Они-то каждый приказ твой справно исполнить пытаются, землю носом рыхлят, вениками носят, усердствуют. Да всё без толку.

– Чой-то без толку? – угрюмится Трифон.

– А то без толку, что приказы твои не системные! О чём вспомнишь, про то и орёшь. Понарисовал своим борзым продажникам планов красивеньких, миллионьненьких. Эти вон юлой крутятся, тычутся в разные стороны, а телега на месте стоит.

– Да нормально всё, – басит Левый чертяка, зевая во всю харюшку, – ты им жалованье прижми, так резвее забегают.

– Тут хоть жми, хоть не жми, всё одно план не сделают, – талдычит Правый.

– А чо делать-то? – шибче супится Трифон.

– Так направь их на верный путь, да струментом снаряди полноценным маркетинговым. Каталогами там, базами, презенташками, грамотками имиджевыми...

– Как так?

– А вот так! Ты хоть стиль бы поправил свой фирменный спервоначала, другие генеральные давным-давно в новые одёжки, по которым встречают, нарядились.

– У меня же костюм от Bгiопi, императорской марки, – удивляется хозяин.

– Балда! Я тебе про одёжку другую вещаю, корпоративную. Бренд называется. Ты на вензель-то свой погляди, у тебя в нём серпы да молоты черно-белые, по наследству от прошлого века доставшиеся. А другие вон брендинги-перебрендинги провели давно. Ходят модные все, прогрессивные как бы, над тобой потешаются. Бренды у них теперь вона какие колоритные, популярные, знаменитые, распиаренные. Чот, костюмчик-то свой ты к Bгiопi полетел отшивать, не на «Швейную фабрику №3» города Городец Нижегородской губернии.

– Бррр... – выдыхает Кторов.

– Вот именно... Бррр... Бррренд оно называется. Позабудут уж скоро все твою Корпорацию золотенькую. Потому как не знают о ней те, кому надобно знать. Да и знающие забывать, поди, начинают уже. Зырь, продажи-то год от года снижаются.

Все подсказки бесовские завсегда Трифон слушал внимательно, часто следовал им ещё со времен обучения финансовым премудростям в Академии управления. Завелись чертенята аккуратно перед первым экзаменом. По плечам поначалу не прыгали, осторожничали. Так, подкажут ответы и нырк себе снова в лопатничек, за купюрами прятаться. Знать, из денег великих такое отродье заводится.

Ну, а в пухлом кторовском портмоне деньги водились серьезные. Среди них бесенята и жили. Белый больше купюры любил заграничные, чёрный – только родные, российские.

– Бред. Не слушай ты его, Мироныч. И так нормально все, к чему модничать? – шепчет засыпающий Левый, – столько лет не брендили, жили себе спокойнехонько; это всё европейские шельмы придумали, это всё иноземцы нам гадят, на свой манер всё поставить хотят.

– Да ты глянь на рекламную полиграфичку нормальных контор, у одной же кормушки толкается, а тебе всё пожиже куски достаются, – истерично чирикает Правый, – проиграешь ты, Триша, в конкурентной борьбе. Стиль меняй для начала!

И решил озадаченный Кторов в первый раз в жизни изучить сей вопрос скрупулёзно, да въедливо. Монитор засветил, с наблюдательных камер картинки на него вывел, призадумался. Кому же поручить новое дело диковинное?

В конференц-зале понурый совет директоров который час разноса дожидается, секретарша модельная, Дуня, пятый раз свежий чаёк заваривает, в коридорах никто не слоняется, привратники все по местам на табуретах сидят, в отделах – тишина, только клавиатуры постукивают и телефоны побрякивают... дармоеды, вроде, работают все...

Нет, смотри-ка, не все. Замша цепная, Софья Марковна Лютая, недавно назначенная, губернатором лично спротежированная, вместо работы сидит, убирается. Сняла с себя голову, на столе поставила, шампунем намылила, чистой водой вымыла, волосы гребнем расчесала, феном уложила. А лица-то под волосами и нет никакого, так, место пустое одно и есть, розовое, как ягодица. Вот ведь, чёртова баба! Косметичку достала, туши-помады вынула, миглом намакияжилась, нос в серединку прилепила, глазища вставила, теней да бровей с ресницами нарисовала, румян понаклала, напудрилась, губы красным на помадила, и надела голову на старое место.

Вона, какая хитрая! Прямая колдунья! Глаза да глазоньки за ней. Хотя офис-дог из неё получился преизрядно хороший.

Замдиректоршу такую днём с огнём не сыскать. Своенравна, сквалыжна, недоверчива. Во все дыры длинный нос свой запихивает. Что не так, да не по ейному, так заест офисную ско-

тинку вусмерть, не подавится, четверых вон уже и уволила, а работает меньше месяца. Чисто тюремный надсмотрщик. Все отделы трепещут пред ней. Вот её-то и озадачить сим делом не грех.

Через двадцать минут на стол генеральному с потолка посыпалась рекламно-представительская продукция конкурентов. Софьюшка расстаралась. Чего только там не было! И мультимедийные презентации в разноцветных футлярчиках, и шикарные серии фирменных календарей, и всякие открытки, конверты, бланки, визитки, папочки разнообразнейшие, сувенирчики с логотипчиками и дорогими камнями, каталоги, буклеты, проспекты всевозможных форм и фирм. Ух ты! И то, не дремали коллеги-то. У Трифона аж в глазах зарябило.

Глянул он на свои постные визиточки с бланками, на предложения зарубежным заказчикам, принтером чёрно-белым отпечатанные, и законфузился. Позорище, право слово...

– Позорище! Говорил я тебе, а ты не слушал. Будешь стиль менять? – опершись локотком на хозяйское ухо и обмахиваясь кисточкой хвоста, лукаво интересуется Правый.

– Буду. А как?

– Вот уж проще-то некуда, – улыбается белая рожа бесовская, – токма свисни, игрецы-рекламисты слетятся как вороны. На подворье твоё, что ни день, их десяток-другой пропихнуться пытается. Софья пусть соберет самых оттопыренных, креативных и опытных, на твоих деловых кумовьёв хоть бы раз уже поработавших. Пусть покажут проекты свои, да похвалятся. Маркетологи пускай тож полюбуются. Но не жмись в гонорах-то, тороватее будь, чем дешевле они, тем сквернее работают. Намалюют дизайн, подучу потом, как с такою гангреной обходятся.

– Ерунду затеваете, – говорит чёрный бес, – приморился я с вашими глупостями, пока то ли, да сё ли да, спать пойду, отворяй кошель. Барышам когда счёт поведете, разбудите.

– Вот и я сосну, – потягушками Правый шаперится. – Знатное дело мы с тобою, Триша, замыслили. Цели определены, задачи поставлены, – за работу товарищи! Примеешься эскизы отсматривать, так буди.

Запустил Трифон Миронович чертей обратно в портмоне, к изумлению истомившегося директора отменил заседание, и после обеда обильного вошел в переговорную комнату, под завязку набитую бродячими рекламистами.

Началась тут широкая презентация.

Старший специалист отдела маркетинга, очень образованный и очень глупый Митрофан Недотыков, краснея, стесняясь и блуждая в падежах, представляет грозному генеральному со строгой замшей каждого соискателя милости. Рекламщики цветасто расписывают свои невероятные достоинства, полиграфичкой трясут пред очами сиятельных заказчиков, улыбаются-заискивают по очереди.

Трифон слушает вполуха. На работы дизайнеров даже не глядит. В серединке у стенки сидит ОНА! Как вошёл, так и глаз с неё не сводит сластолюбец стареющий.

Вот так дева! Глазёночки мелкими вишнями, пухлые губы-то алые, щёки и груди изрядно богатые, русые брови союзные, тучная канатная коса в пояс висит. Красотища! Ниже пояса – сто крат краше! Щедрые бёдра аж с кресла свисают. Живопись!

Ясень день, победила в отборе она, луноликая Василина Обозова. Дизайн-бюро «ВО», где служила ненаглядная красота директрисою, получило удивительно крупный заказ на глобальный ребрендинг для кторовской Корпорации. Всех других рисовальщиков взащей со двора разогнали по-скорому.

А Трифон с Василиною в кабинет ресторатора Троекурова принялись наезжать чуть не каждый день, заниматься дизайном, стало быть. Ситного фунта по четыре в один присест заглатывали, поросёночка молочного съедали за этим занятием, от другого скоромного у стола ажно ножки подламывались, вин заморских не по одному ведру выкушивали.

Правда, эскизики Василинушка приносила какие-то странные, всё с цветочками, с пушистыми белочками и с малыми котятками, в розоватых тонах стиль ей виделся. Кторов все эти «девушкины дизайны» оплачивал. Что скрывать, полюбилась она ему. Пятый год он вдовцом ходил. В общем, свадебку стали налаживать. До дизайна ли тут? Но в печать не пускал ни один макет, чертеньку Правого слушался. Любви любовью, а посмешищем посереде бизнес-братвы не хотелось быть. Василинкины цветочки только на пирогах да тортах рисовать.

Скоро стали они с Василиной вместе жить да быть, да добро копить.

«Пусть на кухне теперь в дизайне упражняется. Или подарю огород ей большой в новом доме ко дню рождения, дык на нём пускай цветоводствует, раз уж хочется» – рассуждал Трифон мечтательно.

Вот тогда губернатор Кторову знаменитого дизайнера Ваньку Кунстмаллера и присоветовал. Ванятка как раз заканчивал оформление полиграфической серии губернаторским карманным структурам коммерческим.

Паренёк оказался смышлёным, не гляди, что немецкого роду-племени. В пух и прах раздолбал старый кторовский стиль, застиранным лоскутным одеялом обозвал; рассказал, что рекламой у нормальных специалистов маркетинг должен управлять: по науке, мол, всё должно делаться. Плюс к тому, насозидал эскизов умопомрачительной красоты не менее сотни.

А ещё, наивный, в разговоре одном рассказал опрометчиво, что пристойная графика в брендинге вовсе не главное. Ты хоть чёртика лысого отрисуй с розоватыми рожками, но вложись в него мощно, как в Marlboro, так узнают твой бренд непременно, слух пойдёт о тебе по городам и весям, по столицам и медвежьим углам, по всем закоулочкам.

В конце концов, не так важно, что мы двигаем, никакой нету разницы, хорошо оно нарисовано или плохо ли. Существенно на рекламный бюджет не скупиться. Вот в чём премудрость.

А ещё, дуралей, набросал черновую систему продвижения, раз уж маркетологи Корпорации такими недоумками недоученными выставились. Там и список носителей указал, и сезонность учёл, и реакцию на конкурентные действия предусмотрел. Ай, молодец! Больше месяца вкалывал, света белого не видал.

Кторов бумажоночку эту в папчонку отдельную прибрал, сохранял пуще зеницы ока, и когда разносил маркетологов, завсегда с ней справлялся. Денежку Кунстмаллеру, однако же, прижимал; ни копейки не отслюнявил работяжке. Чёртики его одобряли, потому что тоже до денег жадные были очень.

Протекло с год времени.

Надоели заказчику нашему статусному, женишку счастливому, стоноты ваняткины про гонорар за эскизы непринятые. Ишь, дурака нашёл. Может быть, тендер у нас теперь! Разуметь надо.

– Ты, Ванюша, и нас пойми. Предприятие наше с царёвым участием. Без его позволения не решаем ни чо. Как без тендера? Всё по конкурсу. Будь моя воля, так отвесил бы тебе шапку золота, вон какие картинки нам носишь прекрасные, – плёл директор лицемерные словеса отеческие простофиле креативному, ласковые тенёты вранья по ушам развешивал.

Хитрован Трифон Мироныч уж давно взял пяток нерадивых продажников, да рекламный отдел учредил из них собственный к тому времени. Подчинил его Недотыкову и велел величать Митрофанушку директором по развитию.

Вот уж этот зародовался! Недропродавец-то из него аховый был, семечками, да и теми бы проторговался. Не сегодня, так завтра со двора бы согнали уже. Всем кукишем по всей морде по узенькой, по очкам позолоченным, вместо жалования бы натыкали. А тут вдруг – директор! Чудеса чудесатые!

Долго ли, коротко, верно ли, скверно ли, снова год пролетел.

Нового фирменного стиля, а уж, тем паче, тотального брендинга Корпорация так и не увидала. Зато рекламных носителей разномастных себе понаделала уйму, и давай эту хох-

лону направо-налево разбрасывать. Оно и сработало. Продажи пошли преобильные. Какое-никакое, а всё – продвижение.

Вон оно как!

Сказка вторая.

Тришкина кургузая дерюжка

Наипервейший кторовский конкурент, Герасим Силыч Подколодный, тоже менеджер топовый, миллионами дикими тож унавоженный, властью безмерной налитанный, тот ещё изворотливый воротила ресурсами Родины, по натуре смешливым был. Отметёт у партнера, порой, предприятие, и хохочет, хохочет, хоть святых выноси.

Оборотистый, пройдошливый Гера поржать до икоты любил. А чего же кручиниться, нюниться и серьёзничать, когда прёт денюга изобильная?

В управлении брендом и во всяком-разном пиаре затейливым Герасим Силыч доподлинно понимал. Неплохие бюджеты на собственное продвижение истрачивал. Чем больше маржа, тем больше рекламных действий.

Сам был хорош собой, и за внешним видом конторы хорошо приглядывал. Ненаглядную мордашку свою смазливую с прогрессивными чертами младореформатора по гляцевым журнальным обложкам тиражировал, интервью в телевизор давал частые. За мудрым словом об «эпохе расцвета и перспективах развития» в карманы не лез, про скорое прекрасное будущее врал, как дышал, по три короба. Копирайтеры и спичрайтеры, самые что ни на есть дорожные, вздоху-продыху не видели, всё писали ему речи позитивные.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.