

Играть по-крупному

Для MarketLab 2010

Роман Белявский
Никита Лукьянец

Инструмент и Среда

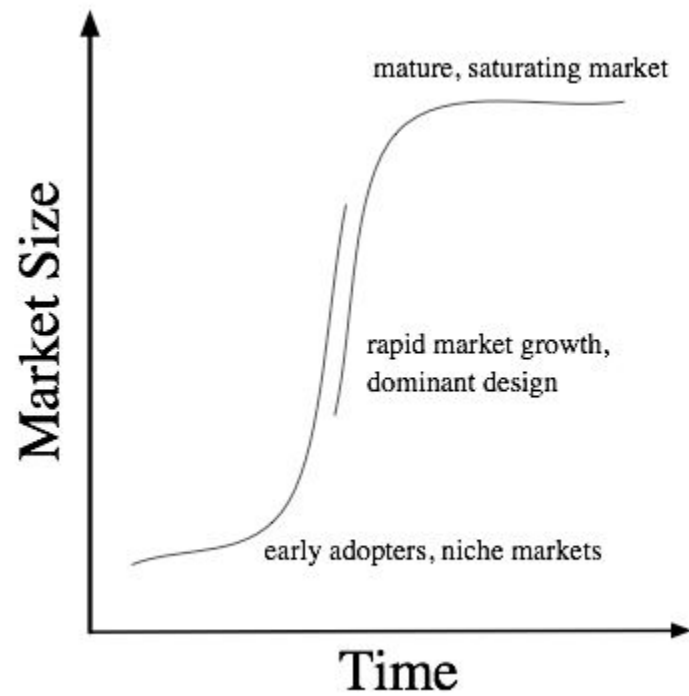
Манипуляция сознанием как инструмент маркетинга
Манипуляция сознанием как оружие, от которого необходимо уметь обороняться.

1. Подходы в маркетинге
2. Рассказать о методах манипуляции
3. Примеры реакций на манипуляцию сознанием
4. Фильтрация информации

По-понятиям

Жили-были старик со старухой



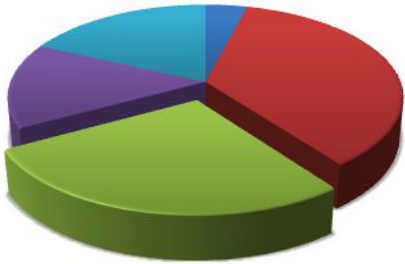


И клепал старик на кузне...

МАРКЕТИНГ



Завоевание доли рынка



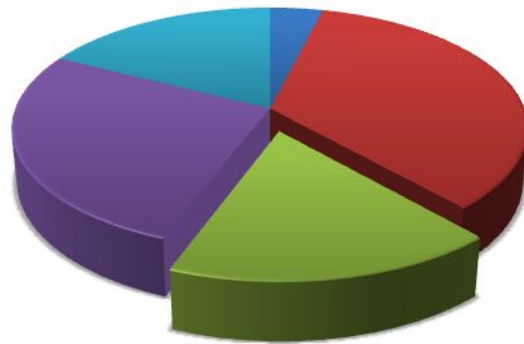
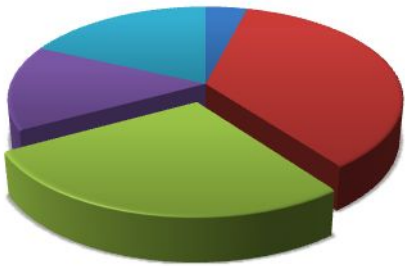


Расширение рынка
Создание новых рынков

МАРКЕТИНГ



Завоевание доли рынка



- Генерация спроса
- Неустановленные правила рынка

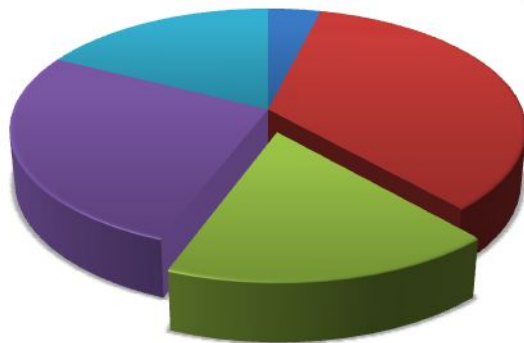
- Соревнование за долю рынка
- Ценовая дифференциация
- Установленные правила игры

W. Chan Kim и Renée Mauborgne «Blue Ocean Strategy» HBS-press, 2005



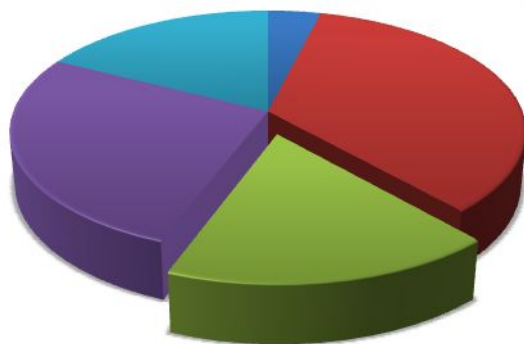
Какие факторы конкуренции, определенные и принятые в отрасли, нужно

1. Упразднить
2. Снизить
3. Повысить
- 4. Создать**

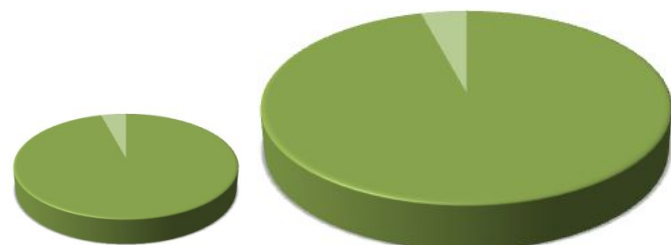




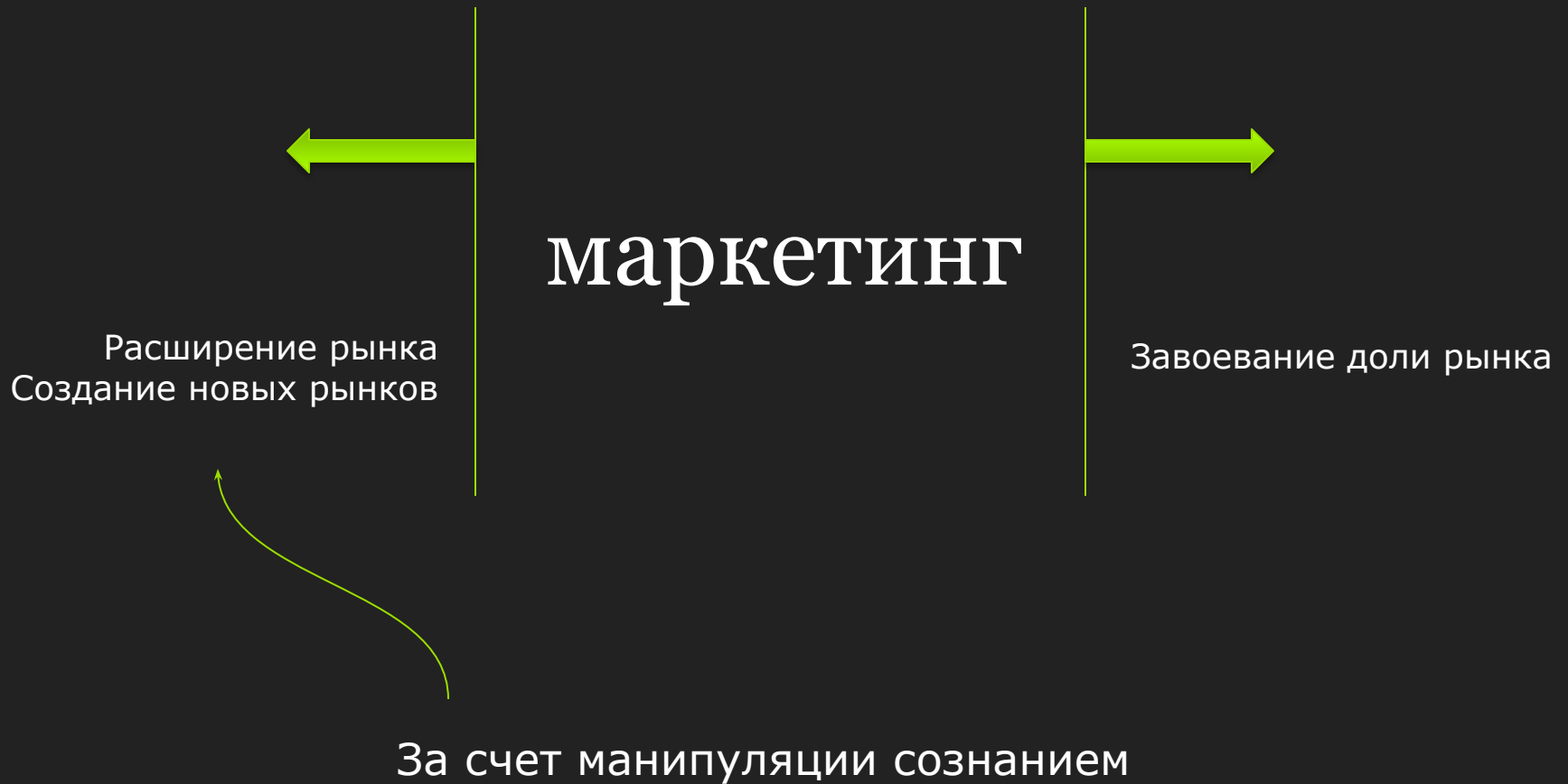
Борьба
за кусок пирога



Готовим
пирог вместе



Своя
кухня

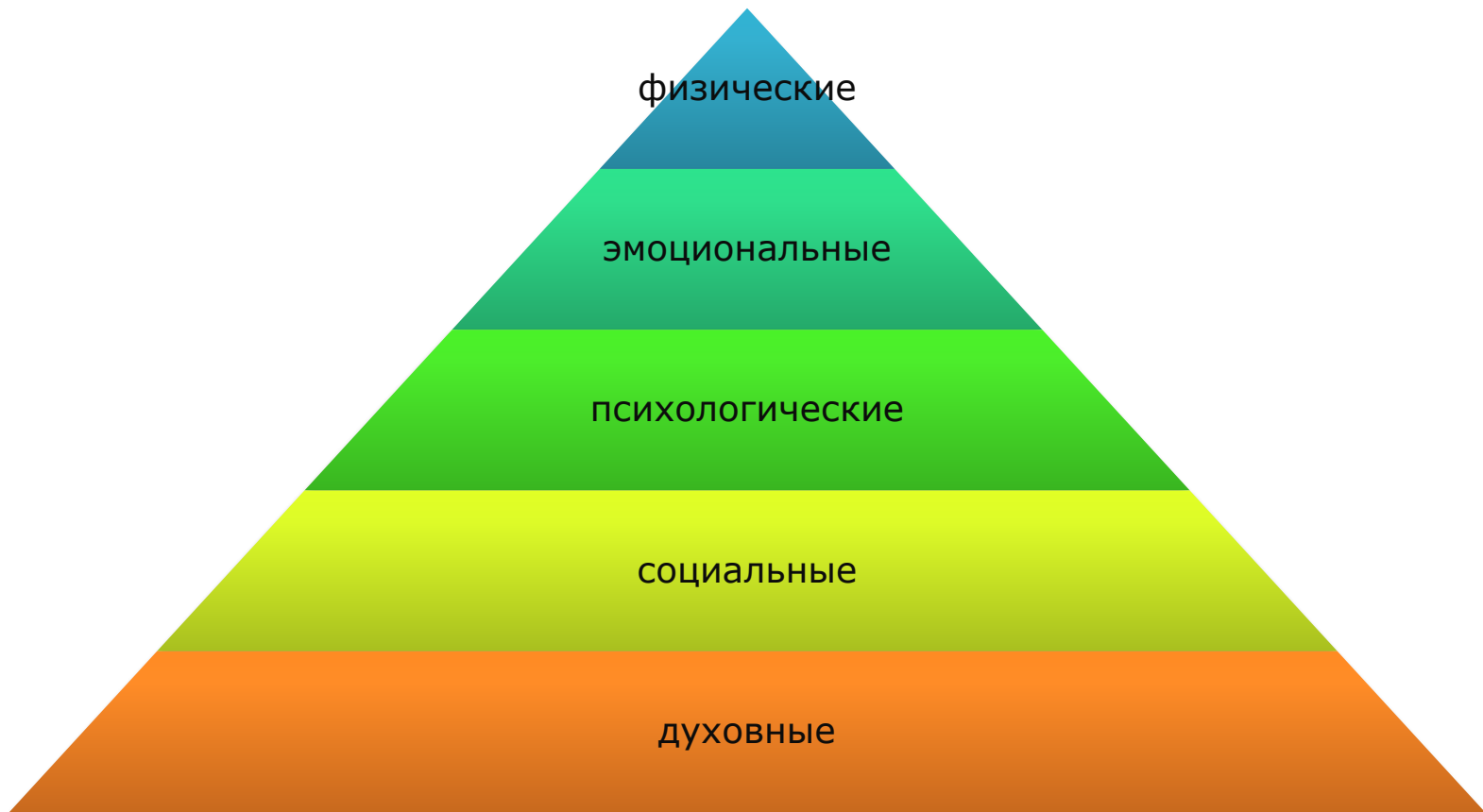


«Когда сто человек стоят друг возле друга, каждый теряет свой рассудок и получает какой-то другой»

/Ф.Ницше/

- 1) Подмена и размытие понятий
- 2) Стереотипы, Ассоциации
- 3) Страх
- 4) Хлеба и Зрелищ
- 5) Создание/разрушение символов

A.H. Maslow, *A Theory of Human Motivation*,
Psychological Review 50(4) (1943):370-96.



Играем

ПО-КРУПНОМУ

1. Эпидемии - фармацевтика
2. 25 кадр - обучение языков
3. GoGreen - рынок «здоровой пищи»
4. CO2 emissions - энергетика
5. Конец света 2012, календари майя
6. Майкл Джексон - Киноиндустрия
7. Будь не таким как все

Эксперименты. №1



Эксперименты. №2

Тема: Флешмоб «Масочный Режим»

Цели:

1. Показать свое отношение к «эпидемии» свиного гриппа;
2. Проверить реакцию на подобное вмешательство у СМИ, участников, милиции.

Выводы:

1. Малое количество участников (17/260), некоторые по причине боязни массовых мероприятий.
2. Попасть в прайм тайм на 6:30 мин – это реально.
3. Подключить армию журналистов и операторов на подобное событие – это реально.

Моя Страница ред.

Мои Друзья

Мои Фотографии

Мои Видеозаписи

Мои Аудиозаписи

Мои Сообщения

Мои Заметки

Мои Группы

Мои Встречи

Мои Новости

Мои Настройки

Приложения

Вопросы

Объявления

Мои встречи

Грядущее

Прошедшее

Календарь



Название: ФлешМоб "Масочный режим"

Размер: 258 участников

Тип: Культурное мероприятие

Когда: 6 ноя 2009 в 13:01

Где:

просмотр события

не участвовать

Вложения	300 грн. (USD37)
Доход (Эквивалент)	USD 39 000 эфирного времени в РТ + публикации
Сроки	72 часа
Контакты	Unian, Interfax, 6 изданий, 7 каналов



Теле:

1. 1+1
2. Новый
3. 5 канал
4. НТВ
5. Интер
6. СТБ
7. Турецкий канал Karz

Интернет:

1. Nashkiev.ua
2. Korrespondent.net
3. Газета Сегодня
4. Столица
5. Газета по-киевски













Фото 10 Молодий чоловік у костюмі поросся вибирає сало на одному з київських ринків. (Фото: AFP)















Эксперименты. №3

Тема: Анализ новостей СМИ

Цели:

1. Показать что новости скрываются в информационном шуме.
2. Обратить внимание на способность отделять зёрна от плевел.

Объект:

Новостные потоки информационных агентств

Unian, Interfax, CNBC, CBS, BBC News, Bertelsmann

Акцент новостей:

1. Секс
2. Смерть
3. Звезды, знаменитости
4. Политика



Почему?



Хороший повар - тот кто одним глазом смотрит на сковородку с рыбой, а другим – на кота.

1. Что?
2. Для чего?
3. Благодаря чему?
4. Что ещё известно?

Можно использовать в обе стороны – для анализа и для создания информационных сообщений.

Что не **ФТОП**, то off-ТОП

Форма
Точность
Оперативность
Полнота

Зачем мне это надо?

Детерминировать принципы и критерии, по которым информацию фильтруют — значит повысить ценность получаемой информации, а также повысить производительность и эффективность информационной работы.

Рекомендации



Роман Белявский - roma@limejam.com
Никита Лукьянец - nikita@limejam.com