

МАРКЕТИНГОВОЕ МЫШЛЕНИЕ

**И КАК ЕГО УЛУЧШИТЬ
ЗА 40 МИНУТ**

СОДЕРЖАНИЕ

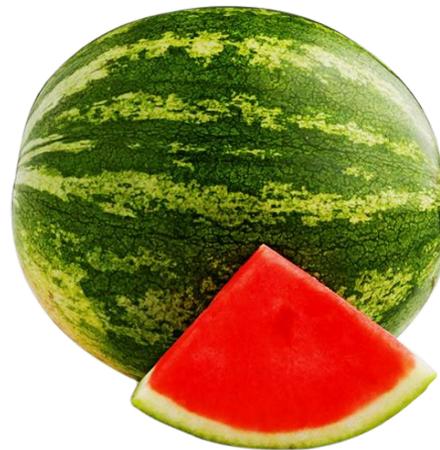
- **Что такое коммуникация**
- **Эволюция коммуникаций**
- **4 коммуникационных инсайта**
- **Упражнения на развитие мышления**

МАРКЕТИНГ-ЭТО КОММУНИКАЦИЯ

ЧТО ТАКОЕ КОММУНИКАЦИЯ?

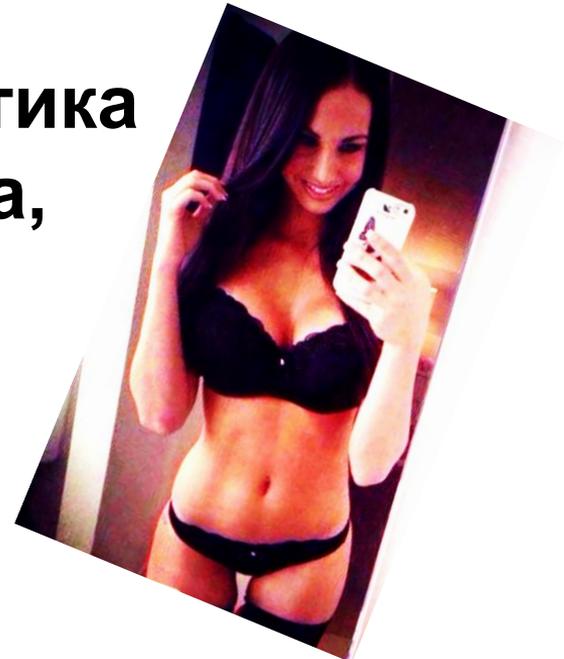
С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОЛУЧАТЕЛЯ

Это индикатор скрытого
качества [продукта],
которое оказывает
влияние на принятие
решения.



С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КОММУНИКАТОРА

Поведенческая характеристика
и/или физическая структура,
оказывающие влияние на
поведение окружающих в
пользу коммуникатора.



Формула коммуникации...

Тема на сегодня

МЕДИА X СООБЩЕНИЕ X ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА = ВЛИЯНИЕ



4 ИНСАЙТА

СИГНАЛЫ



МОТИВЫ



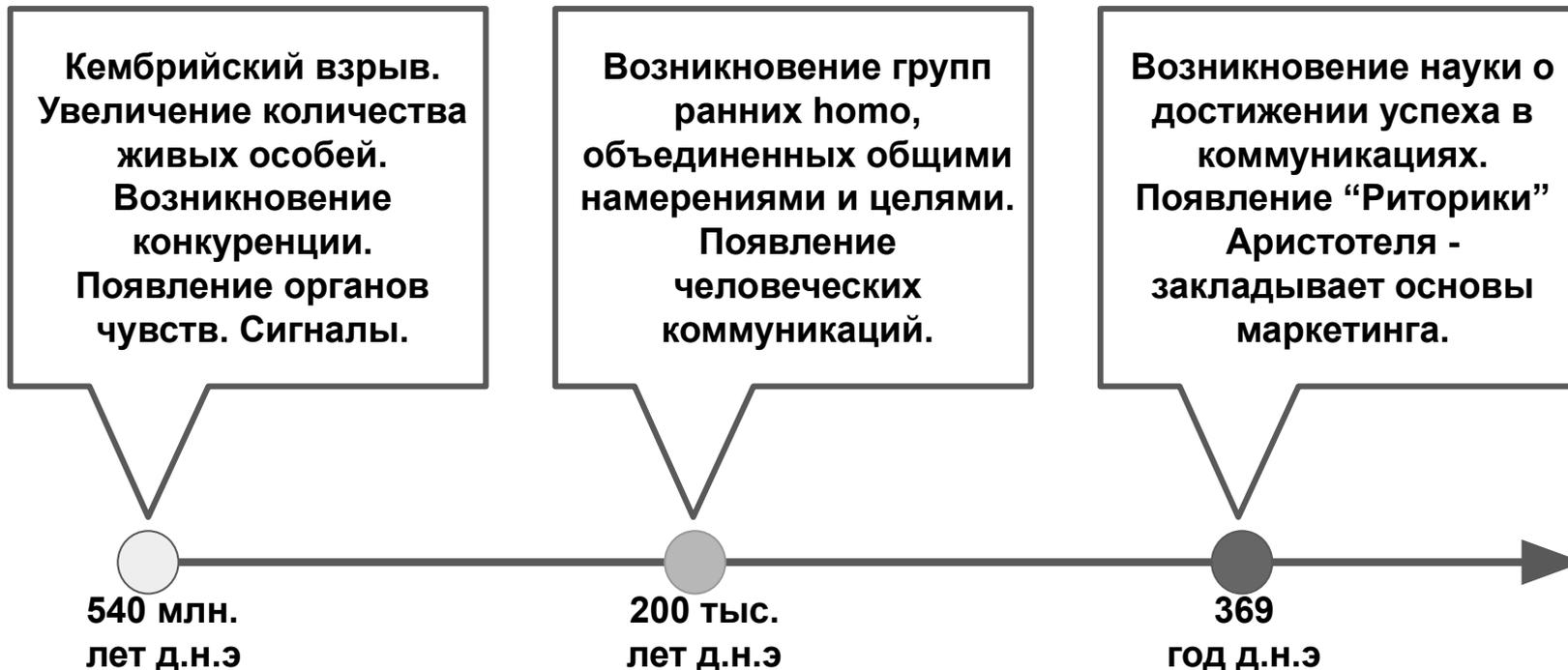
КОНТЕКСТ



МЕТОД
УБЕЖДЕНИЯ



Эволюция коммуникаций





СИГНАЛЫ

КАК ПОТРАТИТЬ \$4 500 000 ЗА 30 СЕКУНД?



А КАК ВЫБРОСИТЬ НА ВЕТЕР \$100 000 000?



А КАК ВЫКИНУТЬ ДЕНЬГИ НА РЕКЛАМУ В ПРЕССЕ?



Think small.

Our little car isn't so much of a novelty any more.
A couple of dozen college kids don't try to squeeze inside it.
The guy at the gas station doesn't ask where the gas goes.
Nobody even stares at our shops.
In fact, some people who drive our little

Beetle don't even think 32 miles to the gallon is going any great guns.
Or using five pints of oil instead of five quarts.
Or never needing anti-freeze.
Or making up 40,000 miles on a set of tires.
That's because once you get used to

some of our economies, you don't even think about them any more.
Except when you squeeze into a small parking spot. Or when your small repair bill. Or trade in your old VW for a new one.
Think it over.



А КАК ВБУХАТЬ \$12 300 000 В ОДИН БИЛБОРД?



А КАК ОСВОИТЬ \$64 500 000 С ПОМОЩЬЮ ОДНОГО ИВЕНТА?



И КАК СЛИВАТЬ \$500 000 000 В ГОД НА ГОНКИ



**ЧЕМ ОБЪЯСНИТЬ ТАКОЕ
РАСТОЧИТЕЛЬНОСТЬ?**

ТЕОРИЯ СИГНАЛОВ

Фундаментальная концепция биологов-эволюционистов о коммуникациях между особями как внутри вида, так и между разными видами.

ЧЕСТНЫЕ СИГНАЛЫ



**Показывают конкретное
качество, которое в
самом деле есть у
коммуникатора.**

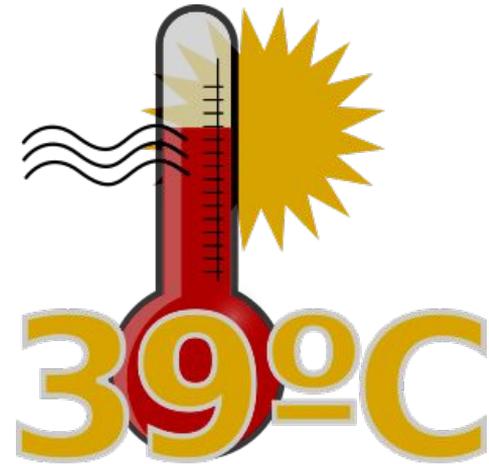
ЛОЖНЫЕ СИГНАЛЫ

Нужны для намерения
показать качество,
которым коммуникатор
на самом деле не
обладает.



НАДЕЖНЫЕ СИГНАЛЫ

Сигнал надежен если его
наличие всегда
подтверждается
соответствующим
качеством коммуниктора



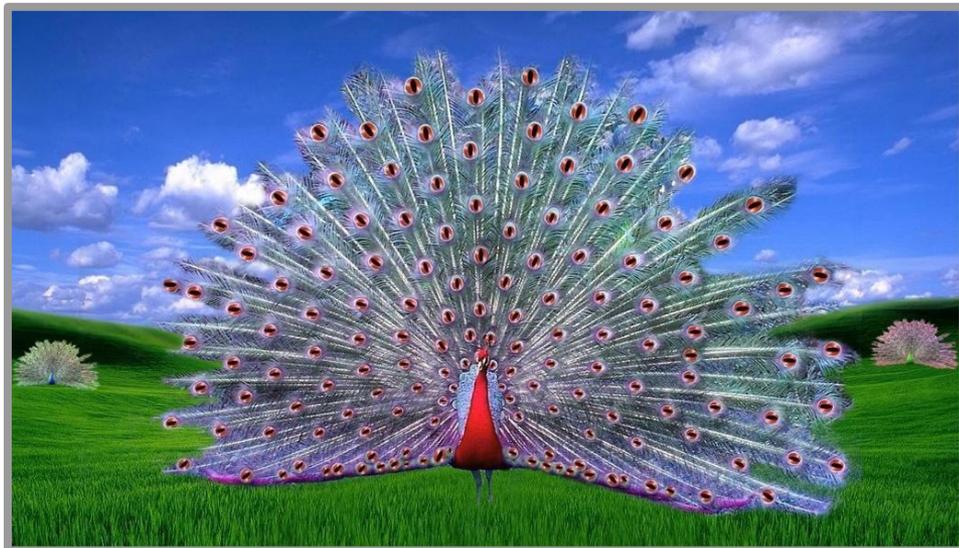
НЕНАДЕЖНЫЕ СИГНАЛЫ

Не всегда честны, не пользуются доверием реципиентов и разрушают коммуникационную систему.

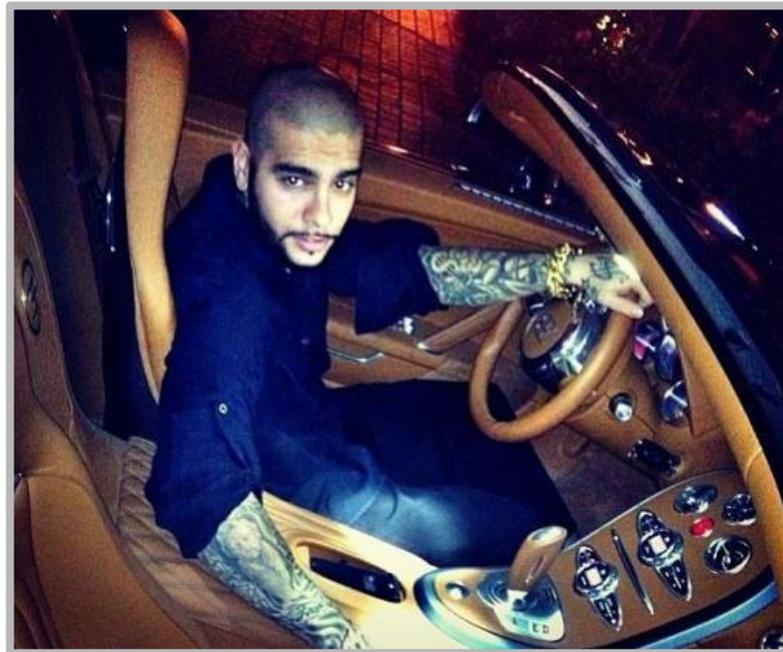


3 ТИПА НАДЕЖНЫХ СИГНАЛОВ

РАСТОЧИТЕЛЬНЫЕ



РАСТОЧИТЕЛЬНЫЕ



IRAKLI BESELIDZE

ПОКАЗАТЕЛЬНЫЕ

Не требуют больших затрат, но надежны, т. к. сигнализируемое качество является необходимым условием для создания сигнала.



ПОКАЗАТЕЛЬНЫЕ



ПОКАЗАТЕЛЬНЫЕ



ОБЩЕПРИЗНАННЫЕ

Не являются
надежными по
определению, но
поддерживаются
обществом.

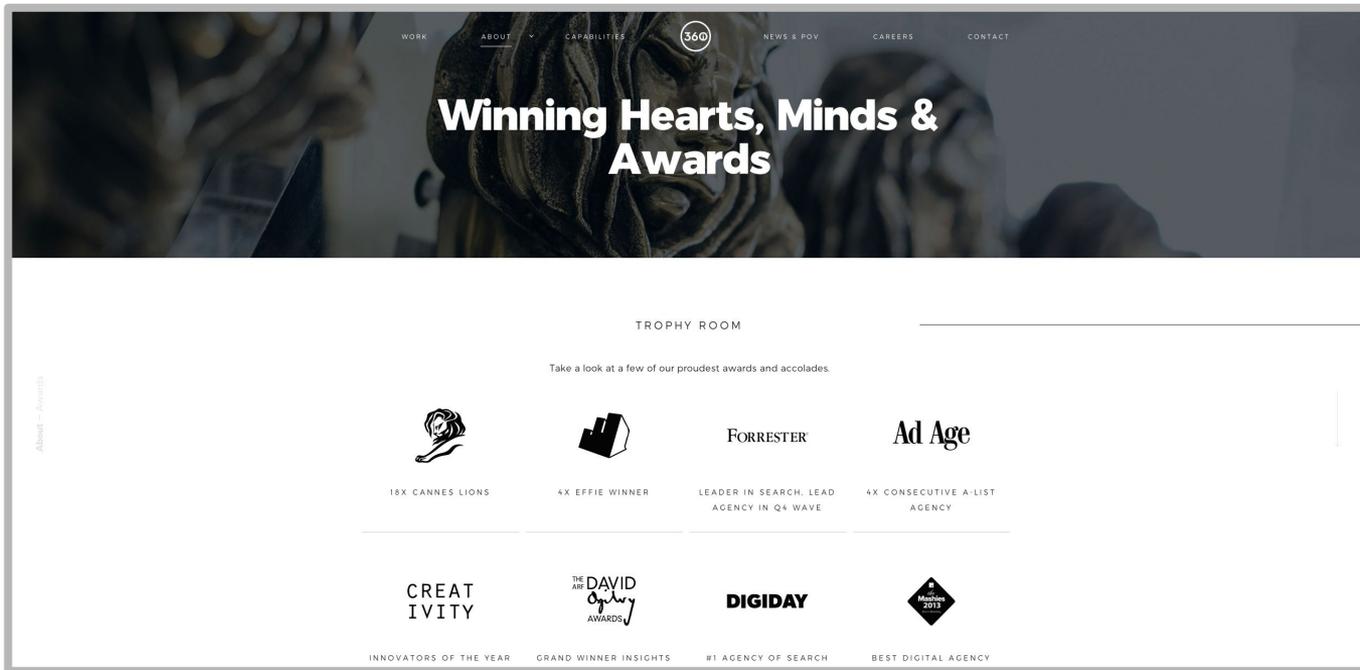


ОБЩЕПРИЗНАННЫЕ



IRAKLI BESELIDZE

ОБЩЕПРИЗНАННЫЕ



Упражнение 1

Какая реклама является расточительным, показательным и общепризнанным сигналом о качестве рекламируемого продукта?

SKODA OCTAVIA
ОТ 745 000 Р
Цените момент!

до 2,7% КАСКО от 7,9% КРЕДИТ

ПРОГРАММА ПЕРИОДИЧНОГО СТРАХОВАНИЯ

С автомобилем SKODA Octavia Ваша жизнь всегда будет наполнена яркими моментами, ведь в нем пространно хватает места, чтобы сделать все, что захочется. А специальные условия покупки со скидкой только добавят радости владения. Ждем Вас на тест-драйве всей семьей в салоне официального дилера SKODA.

Новая линейка двигателей Система безопасности доступа в кабину водителя Ресурсная система работы двигателя Беспыльные фары со светодиодными ходовыми огнями Запасное пространство до 958 л

skoda-auto.ru 8 800 555 01 01

SKODA 120 ЛЕТ SKODA 1939-2020

1

СОЗДАН ДЛЯ БЕЗДОРОЖЬЯ. ОБНОВЛЕН ДЛЯ ГОРОДА.

УАЗ ПАТРИОТ
ОТ 559 000 Р*

УАЗ.RU | УАЗ.РФ | 8 800 100 00 42

Светодиодные ходовые огни Подогрев всех сидений Навигационная мультимедийная система Камера заднего вида

1

Der Touran

70% Querlenkung
+ 12-Wegs-Komfortsitze
+ 750 Nm Drehmoment
+ Permanenter Allradantrieb
= „Warte, ich bring dich noch bis zur Tür.“

2

Я КРУТ,
БАНК ТРАСТ - ТОЖЕ!

Кредит за 10 минут

Брис Уиллис

WWW.TRUST.RU
(495) 647-90-44

НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК ТРАСТ TRUST

3

IRAKLI BESELIDZE

Упражнение 1

Какая реклама является расточительным, показательным и общепризнанным сигналом качества рекламируемого продукта?

SKODA OCTAVIA

ТОТ 745 000 Р

Цена

до 2,7% КАСКО от 7,9% ПРЕИМУЩЕСТВО ПРОГРАММА "FINANCIROVANÍ STAVBY IN"

С автомобилем SKODA Octavia Ваша жизнь всегда будет наполнена яркими моментами, ведь в нем пространно хватает места, чтобы сделать все, что захочется. А специальные условия покупки со скидкой только добавят радости владения. Хотите ли вы просторной и легкой в управлении Octavia? Тогда выбирайте именно автомобиль SKODA.

Новая линейка двигателей Система безопасности доступа в кабину с ключом дистанционно Ресурсная система работы двигателя Безопасные фары со светодиодными ходовыми огнями Запасное пространство до 958 л

skoda-auto.ru 8 800 555 01 01

SKODA 120 ЛЕТ SKODA 1939-2025

1

СОЗДАН ДЛЯ БЕЗДОРОЖЬЯ. ОБНОВЛЕН ДЛЯ ГОРОДА.

УАЗ ПАТРИОТ

559 000 Р

УАЗ.RU | УАЗ.РФ | 8 800 100 00 42

Системные ходовые огни Подогрев всех сидений Навигационная мультимедийная система Камера заднего вида

Используйте программу утилизации и обновления парка автомобилей

1

Der Touareg

2

70% Querlenkung
+ 12-Wegs-Komfortsitze
+ 750 Nm Drehmoment
+ Permanenter Allradantrieb
= „Worte, ich bring dich nach bis zur Tür.“

3

Я КРУТ, БАНК ТРАСТ - ТОЖЕ!

Кредит за 10 минут

Ирис Уиллис

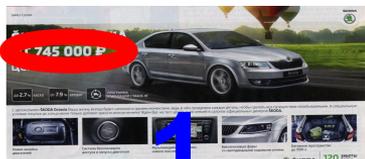
WWW.TRUST.RU
(495) 647-90-44

НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК ТРАСТ TRUST

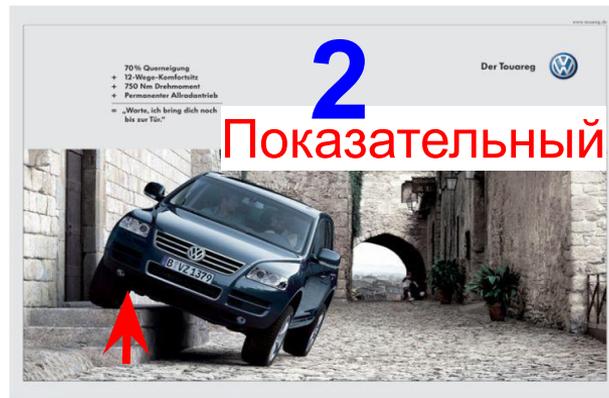
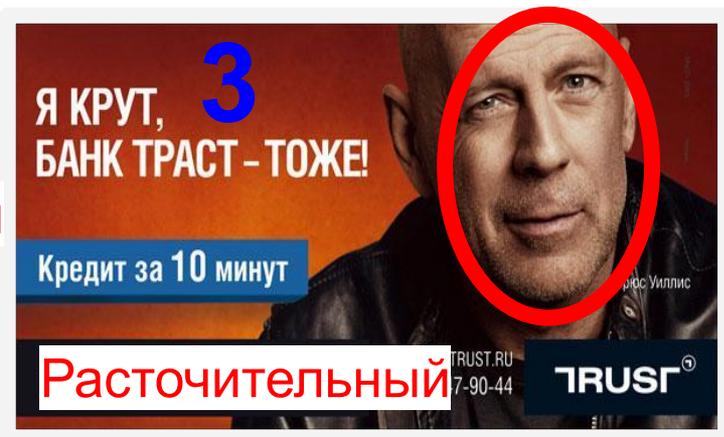
IRAKLI BESELIDZE

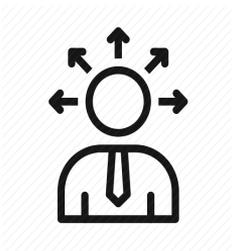
Упражнение 1

Какая реклама является расточительным, показательным и общепризнанным сигналом качества рекламируемого продукта?



Общепризнанный





МОТИВЫ

ПРОСЬБА



ИНФОРМИРОВАНИЕ

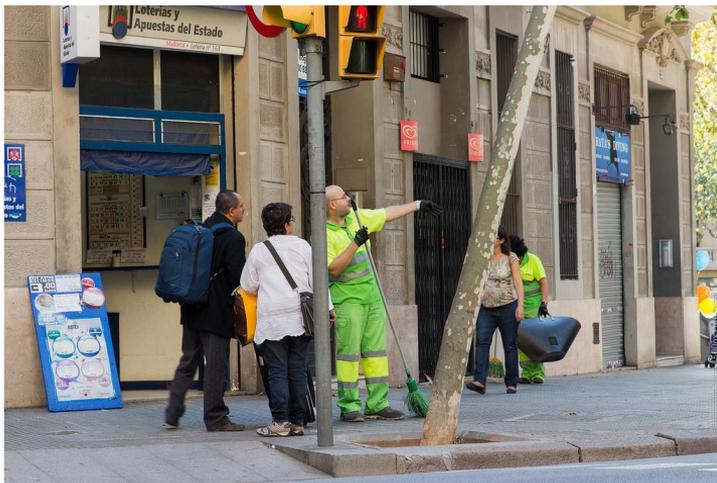


ПРИБОЩЕНИЕ (Sharing)





Просьба



Цель

Попросить другого человека о чем либо

Контекст

Сотрудничество с общими целями

КУПИТЬ СЕЙЧАС



VISA



IRAKLI BESELIDZE



Информирование

Цель

Завоевать авторитет
надежного партнера

Контекст

Общие цели, общие
намерения





Приобщение (Sharing)

Цель

Быть любимым и признанным в своей группе

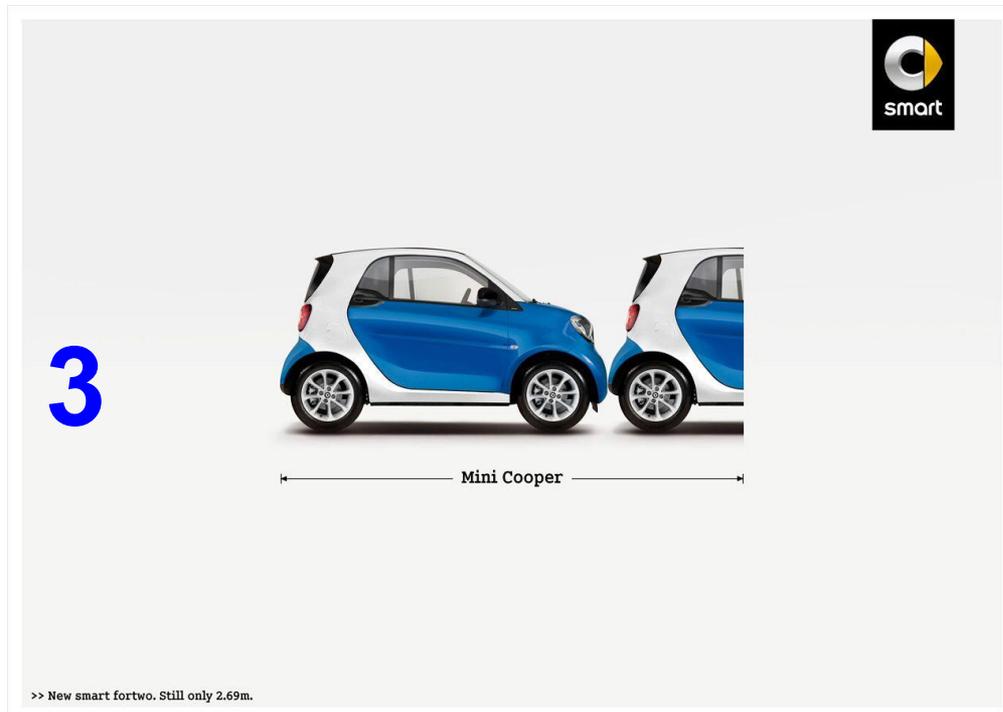
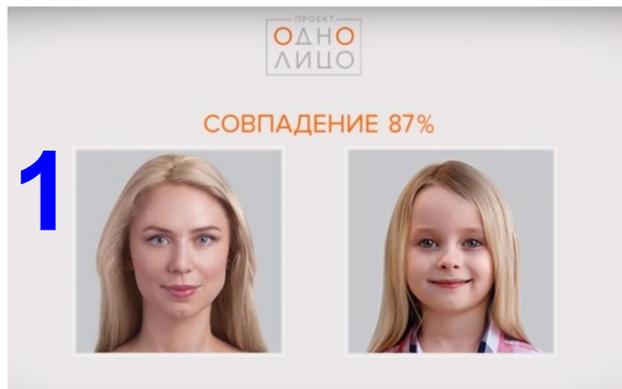
Контекст

Формирование культурных групп в обществе



Упражнение 2

Определите, выражением какого мотива (просьба, информирование или приобщение) являются приведенные ниже примеры рекламы?



Упражнение 2

Определите, выражением какого мотива (просьба, информирование или приобщение) являются приведенные ниже примеры рекламы?

1

ПРОЕКТ
ОДНО
ЛИЦО

СОВПАДЕНИЕ 87%

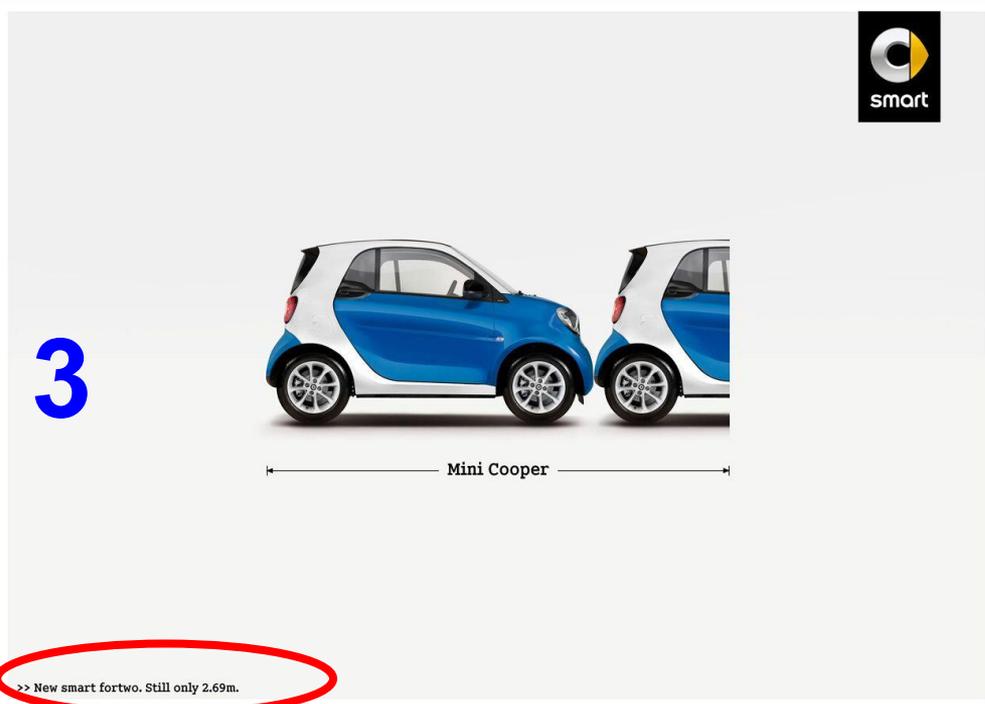


2



НЕ ТОРМОЗИ. **НИКЕРСНИ!**

3



smart

Mini Cooper

>> New smart fortwo. Still only 2.69m.

Упражнение 2

Определите, выражением какого мотива (просьба, информирование или приобщение) являются приведенные ниже примеры рекламы?

ПРОЕКТ
ОДНО
ЛИЦО

1 Приобщение



2 Просьба



НЕ ТОРМОЗИ СНИКЕРСНИ!

3 Информирование



smart

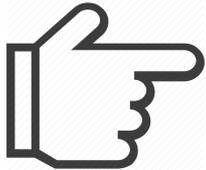
Mini Cooper

>> New smart fortwo. Still only 2.69m.



КОНТЕКСТ

СОВМЕСТНОЕ
ВНИМАНИЕ

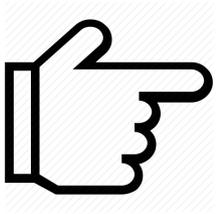


СОВМЕСТНАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

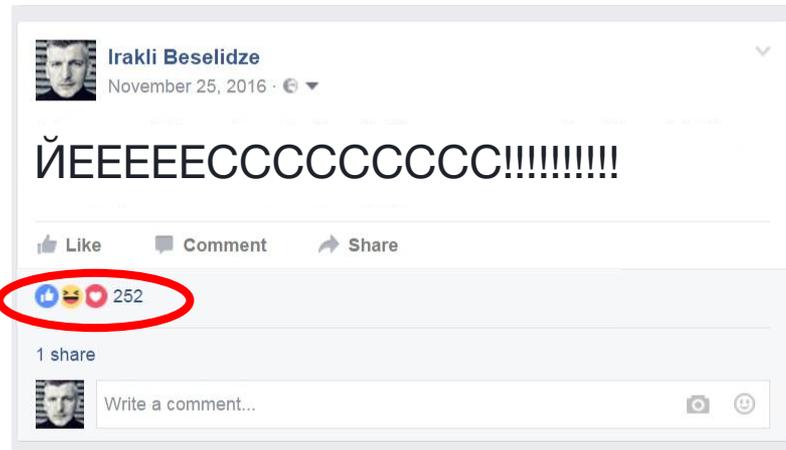


ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ
ЗНАНИЯ





Совместное внимание...



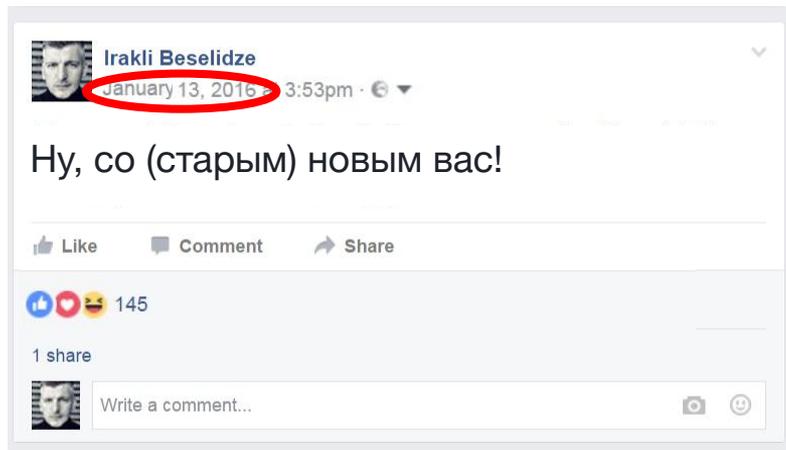


Совместная деятельность...





Общекультурные знания...



Упражнение 3

Определите, какой контекст (совместное внимание, совместная деятельность или общекультурные знания) придает смысл приведенным ниже примерам рекламы?



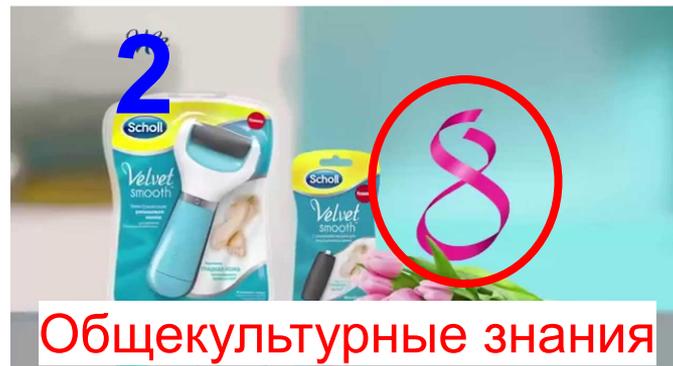
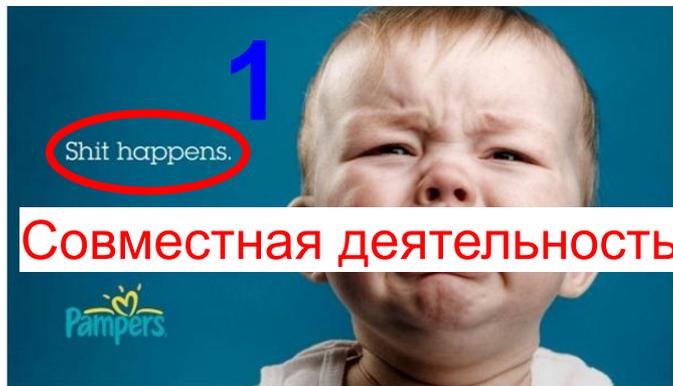
Упражнение 3

Определите, какой контекст (совместное внимание, совместная деятельность или общекультурные знания) придает смысл приведенным ниже примерам рекламы?



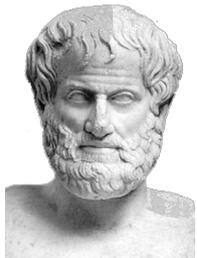
Упражнение 3

Определите, какой контекст (совместное внимание, совместная деятельность или общекультурные знания) придает смысл приведенным ниже примерам рекламы?





МЕТОД УБЕЖДЕНИЯ

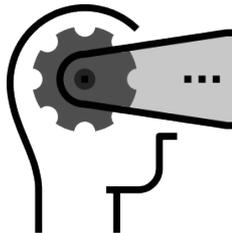


Методы Убеждения...

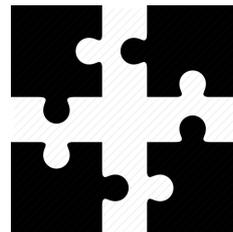
ВОСХВАЛЕНИЕ



ПРИМЕР



ЭНТИМЕМА



Преувеличение



Пример

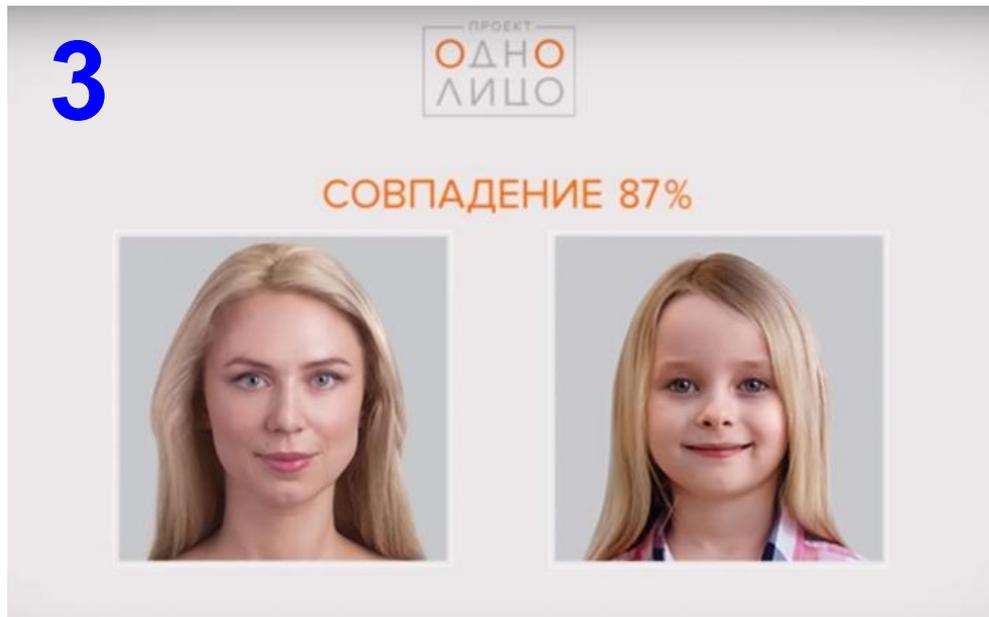


Энтимема



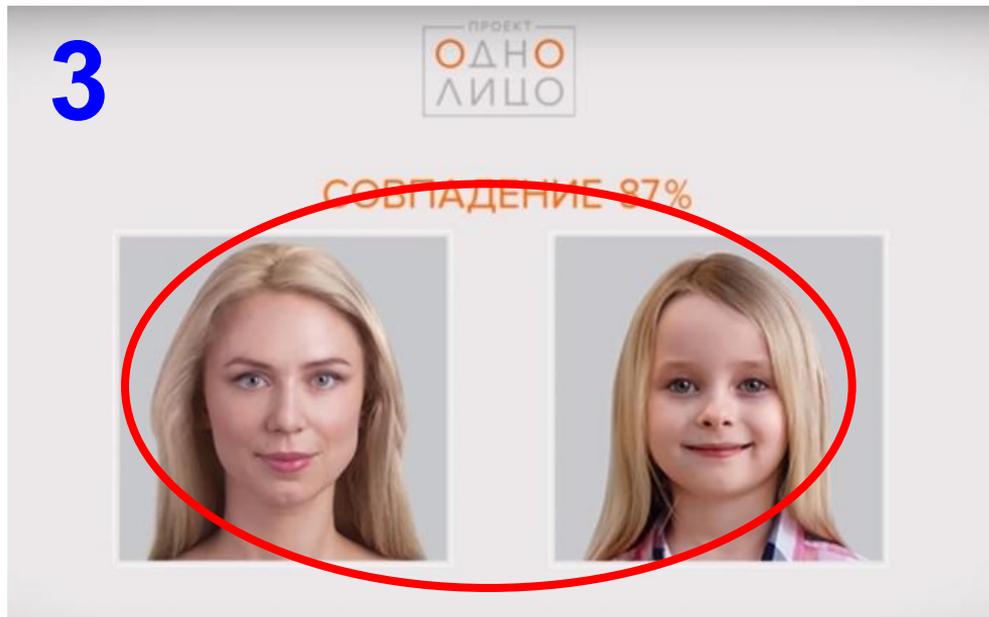
Упражнение 4

Определите какой метод убеждения (восхваление, пример или энтимема) использованы в приведенных ниже вариантах?



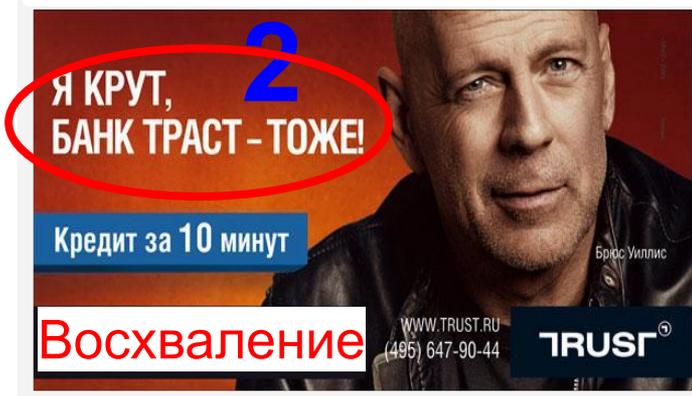
Упражнение 4

Определите какой метод убеждения (восхваление, пример или энтимема) использованы в приведенных ниже вариантах?



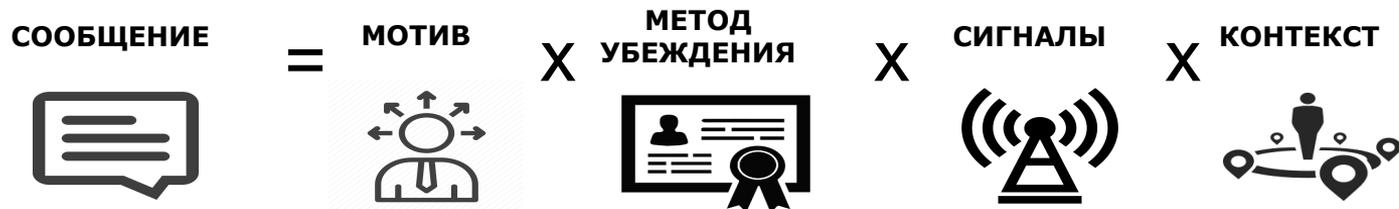
Упражнение 4

Определите какой метод убеждения (восхваление, пример или энтимема) использованы в приведенных ниже вариантах?



Оцениваем сообщение в цифрах

Сигналы коэффициенты		Мотивы коэффициенты		Метод Убеждения коэффициенты		Контекст коэффициенты		Итого
Расточительные	2	Просьба	2	Восхваление	1	Совместное внимание	1	
Показательные	3	Информирование	3	Пример	2	Совместная деятельность	2	
Общепринятые	1	Приобщение	1	Энтимема	3	Общекультурные знания	3	





СООБЩЕНИЕ



=

МОТИВ



МЕТОД
УБЕЖДЕНИЯ



X

СИГНАЛЫ



X

КОНТЕКСТ



Сигналы коэффициенты		Мотивы коэффициенты		Метод Убеждения коэффициенты		Контекст коэффициенты		Итого
Расточительные	2	Просьба	2	Восхваление	1	Совместное внимание	1	
Показательные	3	Информирование	3	Пример	2	Совместная деятельность	2	
Общепринятые	1	Приобщение	1	Энтимема	3	Общекультурные знания	3	

СООБЩЕНИЕ



=

МОТИВ



X

МЕТОД
УБЕЖДЕНИЯ



X

СИГНАЛЫ



X

КОНТЕКСТ



ЗАПИСЫВАЙТЕСЬ НА МАСТЕРКЛАСС!

www.bit.ly/RMW2017



План обучения

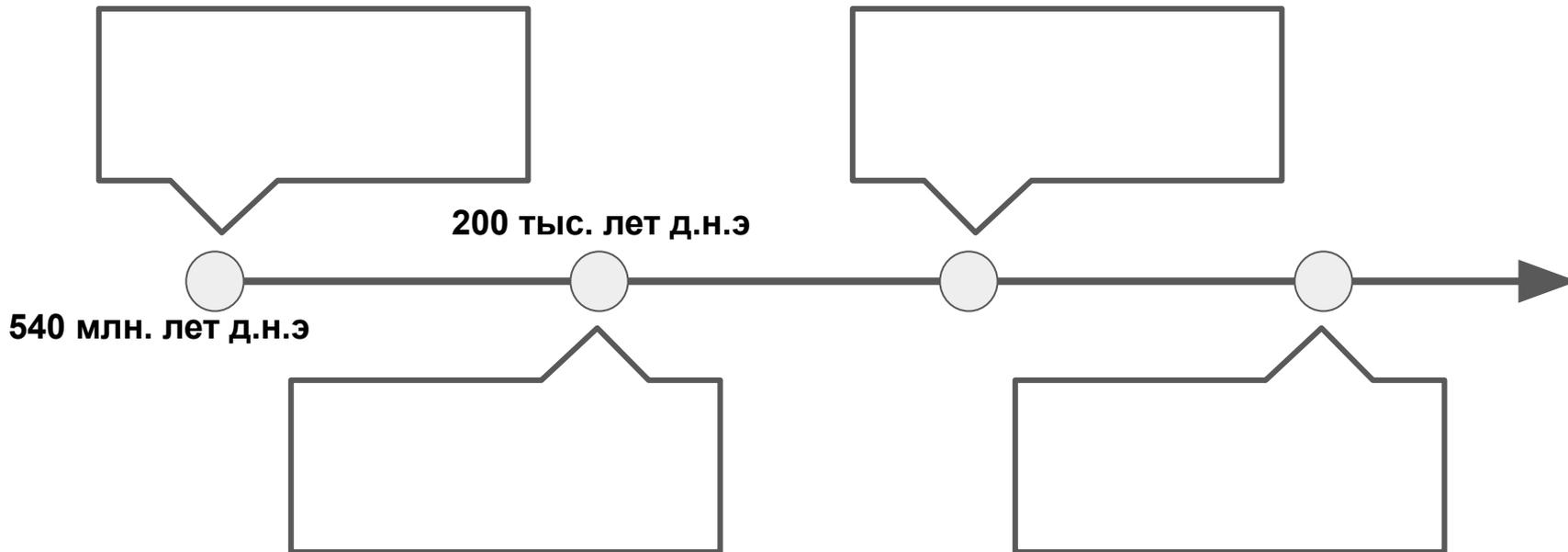
Дата / время	Модуль
Церемония открытия курса / ориентирование (6 июня 13-00)	
8 июня в 13-00	Как правильно определить Целевую Группу. Маркетинговые исследования. Инсайты покупателей.
14 июня в 13-00	За что люди платят деньги: Пирамида ценностей покупателя
15 июня 13-00	КОУЧИНГ. Как провести качественные исследования и определить инсайты в контексте вашего бизнеса.
20 июня 13-00	Что такое мессаджинг. Как создавать сообщения, которые убеждают
23 июня 13-00	Разработка кампании. Медиапланирование. Прогнозирование
27 июня 13-00	КОУЧИНГ. Медиапланирование и создание сообщения без креатива для вашего бизнеса
4 июля 13-00	Стратегический план. Управление кампанией в реальном времени. Инструменты
6 июля 13-00	Как разработать стратегический план без опыта работы в компании и маркетинге. 6-недельный план действий
11 июля 13-00	КОУЧИНГ. Адаптируем пройденный материал к вашему бизнесу. Тестирование.
Церемония закрытия курса. Вручение сертификатов. (12 июля)	

РАСХОДЫ НА РЕКЛАМУ

\$552 000 000 000*

*Прогноз GroupM на 2017 год.

Эволюция коммуникаций



**МЫШЛЕНИЕ ВАЖНЕЕ
ЗНАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ**

**“Если Вы хотите изменить свою
реальность, то Вы должны изменить
своё мышление.”**

-Роберт Кийосаки-

“Если Вы хотите улучшить свой маркетинг, то Вы должны улучшить своё мышление.”

-Роберт Беселидзе-

ВЫ МОЖЕТЕ ДЕЛЕГИРОВАТЬ

РЕШЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

**НО ДЛЯ ИХ ПОСТАНОВКИ
ПОНАДОБИТСЯ МАРКЕТИНГОВОЕ
МЫШЛЕНИЕ**