



**"Бренд-стратегия, основанная
на персональных
характеристиках ЦА и
эмоциональном интеллекте"**



2015

Николас Коро



**РОССИЙСКИЙ ФОРУМ
МАРКЕТИНГА**

ЧТО ОБЪЕДИНЯЕТ НАС ВСЕХ, СИДЯЩИХ В
ЭТОМ ЗАЛЕ ?
ВЕРА В МАРКЕТИНГ?
НО ЧТО ЭТО?

ВЕРСИЙ ОКОЛО...400

ВЕРА В КВИНТЕСЕНЦИЮ МАРКЕТИНГА - БРЕНД? НО ЧТО ЭТО?

ОПРЕДЕЛЕНИЙ... 22 точно есть!!!

Nos conveniunt in terminis

Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78

www.nkoro.ru www.brand-public.ru www.relandgroup.com

Маркетинг – система управления разработкой и продвижением товаров и услуг, обладающих ценностью для потребителя, производителя и общества в целом на основе комплексного анализа рынка.

*Гильдия
Маркетологов*

Это определение прошло 40-летний
путь эволюции от «науки о
производстве и продажи товара» и
лишь по звучанию, но не по сути
повторяет Марксову формулу
Т-Д-Т

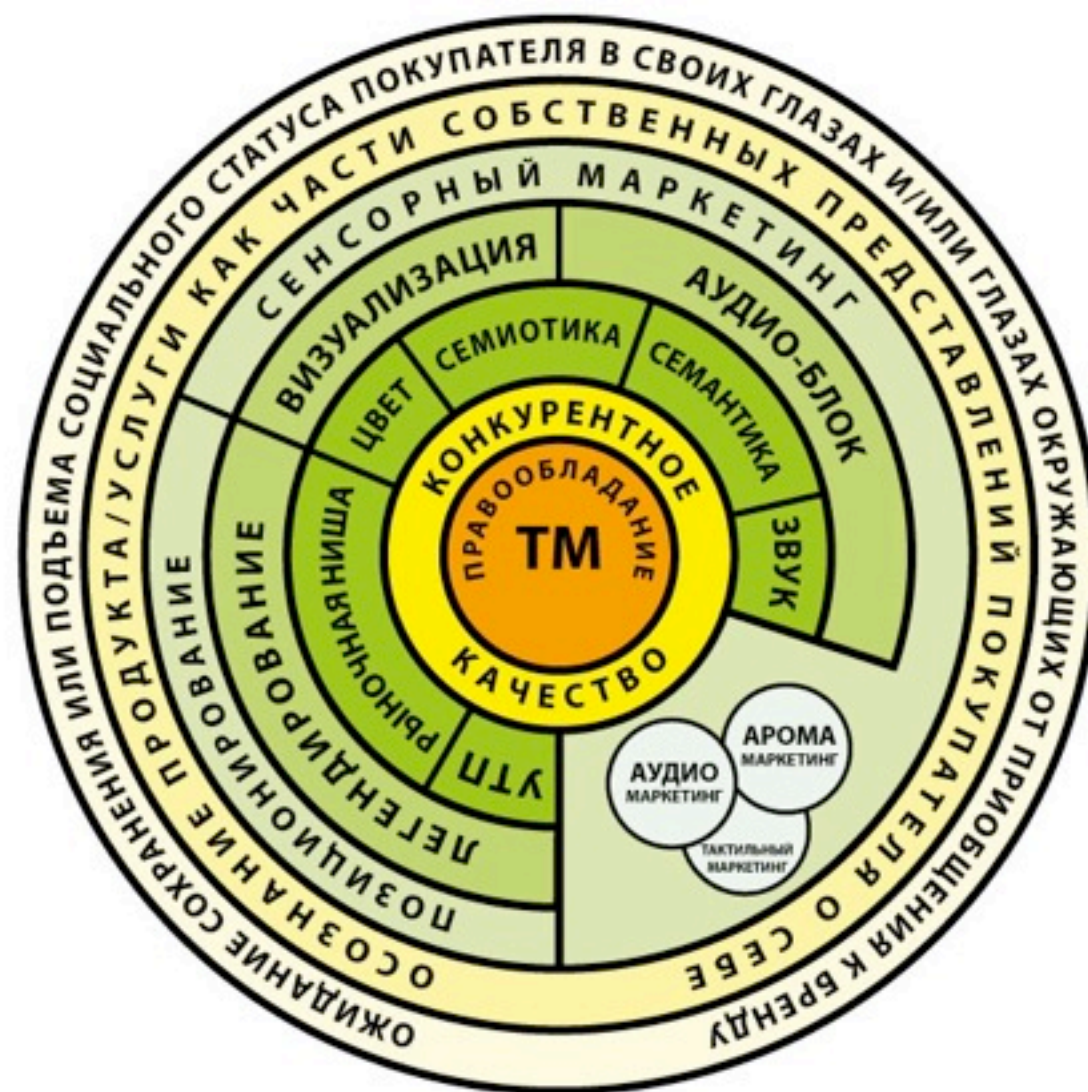
Разница и перерождение определения началась с 15 августа 1971 — президент Никсон объявляет о временной приостановке конвертируемости доллара в золото. Причина отмены «золотого стандарта» — несоответствие реальной покупательной способности доллара относительно декларируемого золотого паритета

Мы живем сейчас не в эпоху
канонического маркетинга, а в эпоху
маркетингового постмодерна

Суть любого анализа рынка, так или
иначе, но всегда приводит к анализу
Его Величества Потребителя, но
покупатель платит виртуальными
деньгами и по формуле Оскара
Уайльда

БРЕНД-

ЭТО ВОЗДУХ ЗА КОТОРЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ
ПЛАТИТ ОСОЗНАНО, ПРЕКРАСНО ПОНИМАЯ,
ЧТО ПЛАТИТ И ПЕРЕПЛАЧИВАЕТ ОН ЗА ТО,
ЧТО В ПРИНЦИПЕ МОЖНО КУПИТЬ ДЕШЕВЛЕ
ИЗ НАХОДЯЩЕГОСЯ РЯДОМ “НА ПОЛКЕ”, НО
ВСЕ ЖЕ ИДЕТ НА ЭТУ КОШЕЛЬКОВУЮ
ЖЕРТВУ...ПРИНОСЯЩУЮ ЕМУ УДОВОЛЬСТВИЕ!



Система брендинговых кругов. © Николас Коро © / Спираль бренда © Николас Коро ©
System Branding Circles © Nickolas Koro © / Spiral of the Brand © Nickolas Koro ©

стратегия компании-владельца



стратегия компании-владельца



Ежедневно на жителя
мегаполиса
обрушивается порядка
6000 рекламно-
коммуникационных и
брендо
ориентированных
сообщений. Мы
должны быть
благодарны мозгу за
спасение!



Creamelotier[®]



Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78

www.nkoro.ru www.brand-public.ru www.relandgroup.com



Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78

www.nkoro.ru www.brand-public.ru www.relandgroup.com

три подлинных кита брендинга и брендменеджмента



лень-жадность-себялюбие
ЛЕНЬ-ЖАДНОСТЬ-СЕБЯЛЮБИЕ
ЛЕНЬ-ЖАДНОСТЬ-СЕБЯЛЮБИЕ



НЕ возможно сегодня
говорить о полноценном и
точном брендинге без знаний
особенностей ЦЕЛЕВОЙ
АУДИТОРИИ и простых
маркетингово-жэковских
данных уже не достаточно!
Кто может сказать: что такое
«ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ интеллект»
целевой аудитории?

Эмоциональный интеллект (EI) — способность человека понимать, постигать и проецировать эмоции, генерируя их так, чтобы управляя ими содействовать мышлению, способствуя своему эмоциональному и интеллектуальному росту.

Первичное понятие эмоционального коэффициента ввели Питер Саловей и Джек Майер в 1990 году.

Модель – Р. Бар-Она

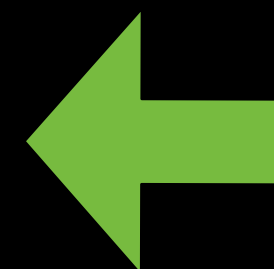
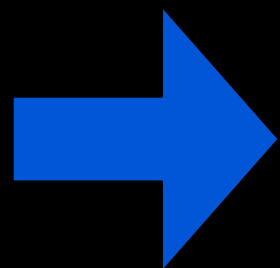
ЭИ – как все не когнитивные способности, знания и компетентность, которые дают человеку возможность успешно справляться с различными жизненными ситуациями. Бар-Он выделяет пять сфер компетентности, которые можно отождествить с пятью компонентами эмоционального интеллекта. И почему-то долгие годы никто не хотел адаптировать этот постулат в брендинговое применение?! Но разве эти пресловутые 5 сфер компетентности не есть способ ориентироваться в бескрайностях супермаркетов для покупателей?



Жупелы и стереотипы:

ВТО

Евросоюз



Балканы

Разруха

Вынужденная
ЭКОЛОГИЯ



FruMix фруктовое пюре



УФА и ТД «Петровский»
-
адаптация под
русское восприятие!



FruMix
фруктовое пюре



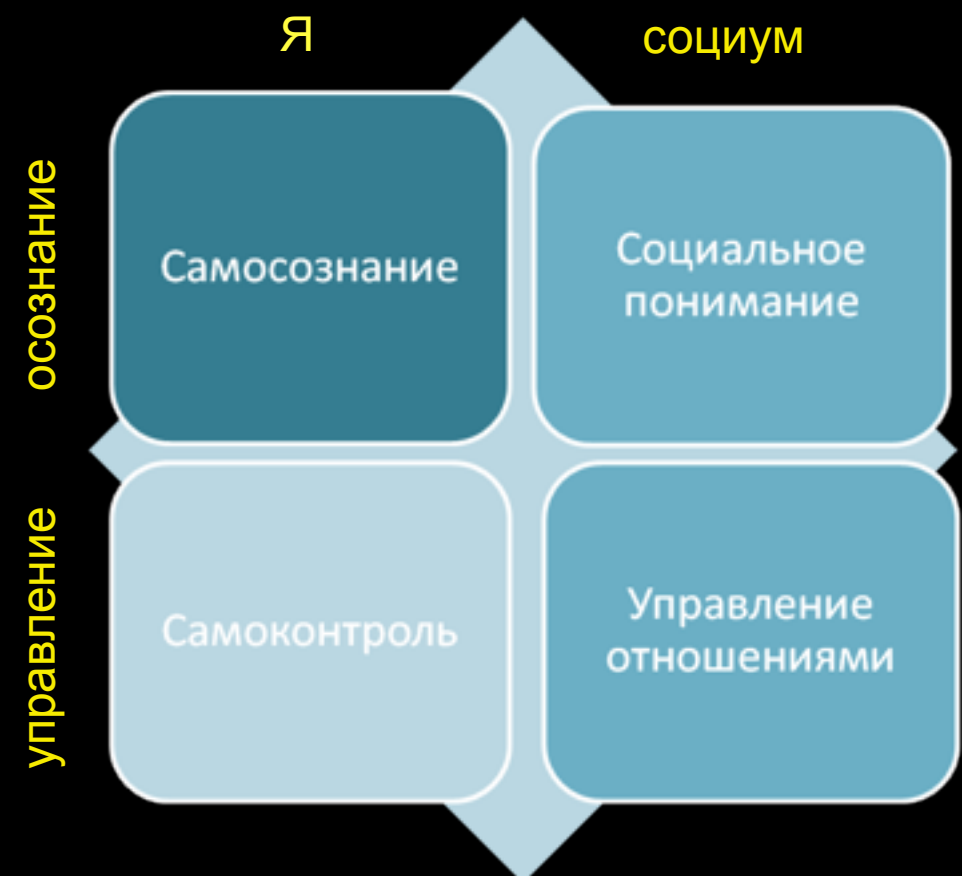
Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78

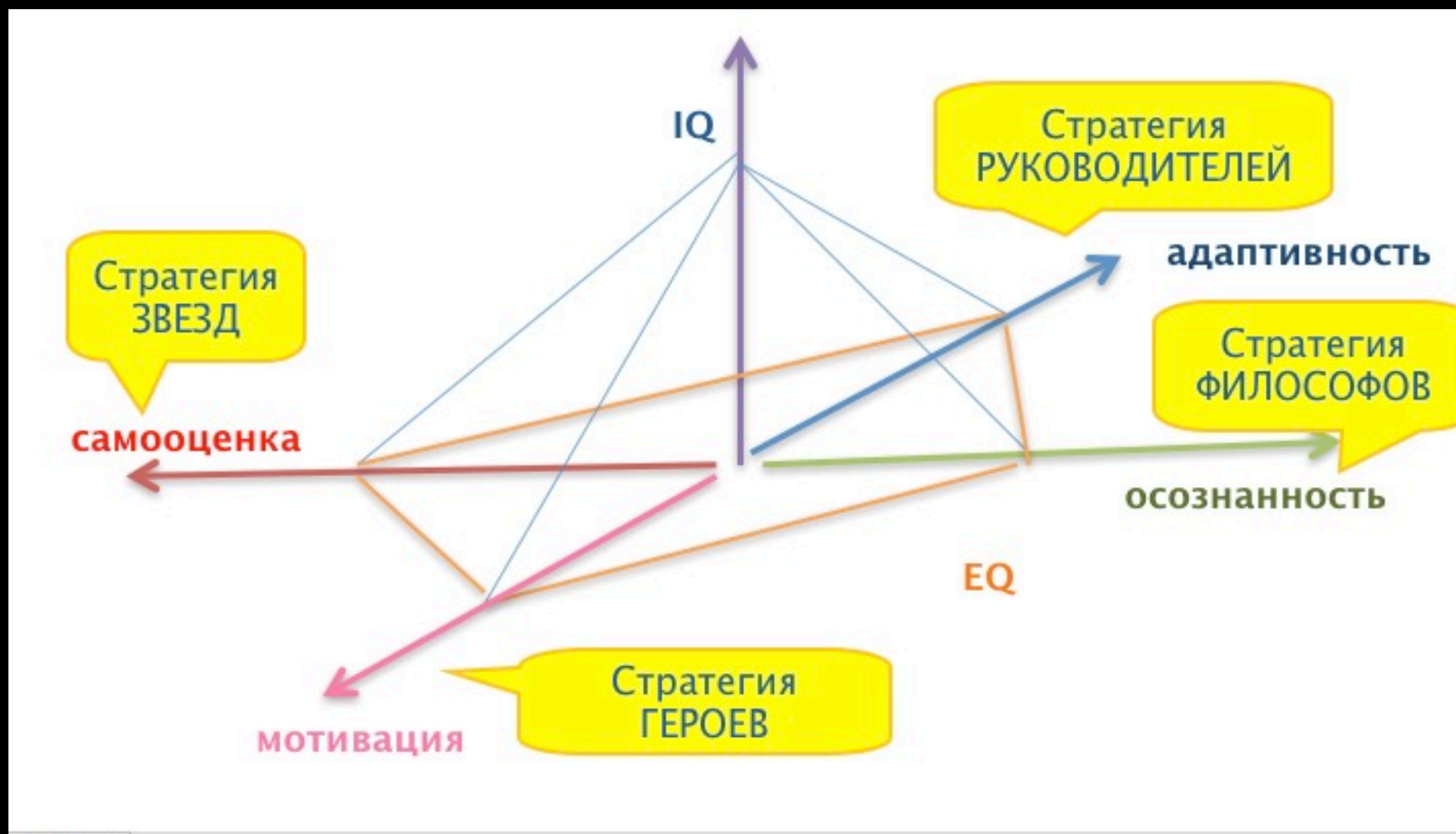
www.nkoro.ru www.brand-public.ru www.relandgroup.com

Модели Эмоционального интеллекта.

С чего все начиналось? Д. Гоулман.

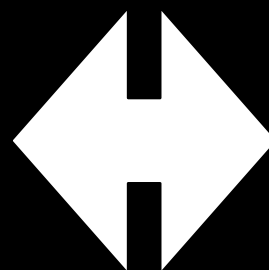
Во что это переросло
в брендинговой практике?





Это не для науки в абсолюте! Это для бизнеса!

МАЙОНЕЗ
БЕЗ СВАДЬБЫ

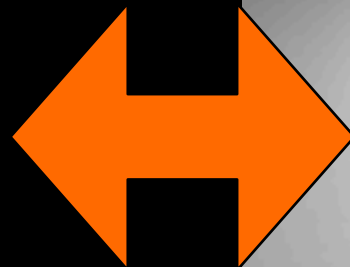


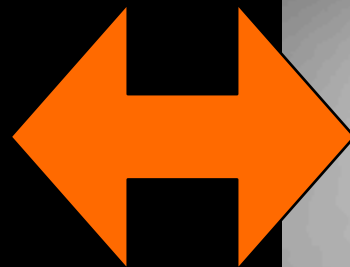
ТВОРОЖНЫЙ ДЕСЕРТ БЕЗ СЕМЬИ И
ЗДОРОВОЙ ПОЛЬЗЫ

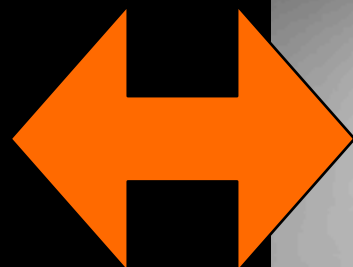


Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78

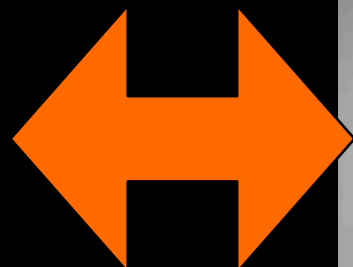
www.nkoro.ru www.brand-public.ru www.relandgroup.com







Но для чего?
Для чего нам все это
нужно? Опять ради
научного интереса?



ФАКТ !!! МЫ ПРОДАЕМ ЭМОЦИИ!!!

Для чего необходимы эмоции? Эмоции – это комплексная система интеграции и обработки информации из внешней среды и от организма через сенсорные системы.

И это 5 хорошо известных систем + соматосенсорная (включающая интероцепцию и т.д)

ВАЖНО. Изменение среды формирует **НОВЫЕ СЕНСОРНЫЕ СИСТЕМЫ!** Мы сейчас переходим в принципиально новую **ЭКО-СРЕДУ БИЗНЕСА, МАРКЕТИНГА, КОНКУРЕНЦИИ.** **Когда мы в прошлый раз были в такой ситуации – у нас из челюстных косточек – образовался СЛУХ!**



ЛАБОРАТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА

ВОЙТИ

www.eqfactor.ru

Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78

www.nkoro.ru www.brand-public.ru www.relandgroup.com





Благодарим за внимание!

Звоните, пишите, но
главное - помните -
лишь сон разума
рождает чудовищ!



Встретимся в Фейсбуке:
[nickolas_koro](#)