



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



2015

Николас Коро

РОССИЙСКИЙ ФОРУМ  
МАРКЕТИНГА



ЧТО ОБЪЕДИНАЕТ 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](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://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*

Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78  
[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)

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

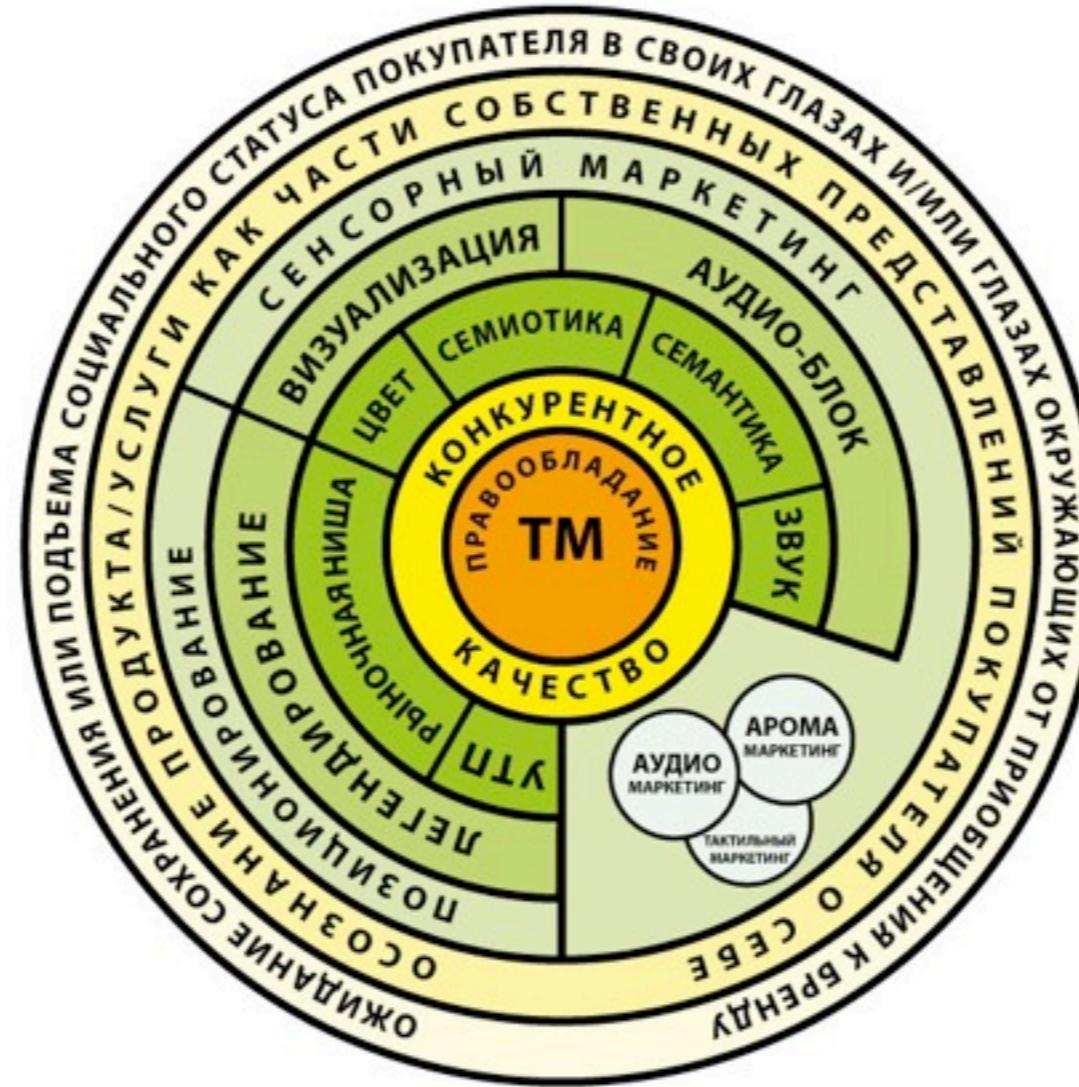
Мы живем сейчас не в эпоху  
канонического маркетинга, а в эпоху  
маркетингового постмодерна

Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78  
[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)

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 НАХОДЯЩЕGOЯ РЯДОМ “НА ПОЛКЕ”, НО  
ВСЕ ЖЕ ИДЕТ НА ЭТУ КОШЕЛЬКОВУЮ  
ЖЕРТВУ...ПРИНОСЯЩУЮ ЕМУ УДОВОЛЬСТВИЕ!



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

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

[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)

## стратегия компании-владельца

**деловые партнеры**  
**СТАБИЛЬНЫЙ**  
**ТРЕНДОВЫЙ**  
**НОРМА ПРИБЫЛИ**

Понимание важности  
 брандоориентированного  
 подхода в сфере мясного  
 производства и реализации  
 требует различия подходов в  
 рамках различного ценового  
 позиционирования продукции.  
**РАЗНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ -  
 РАЗЛИЧНОЕ ВОСПРИЯТИЕ**

**потребители**  
**ТИПИЧНЫЕ ВКУСЫ**  
**КЛАССИЦИЗМ**  
**КАЧЕСТВО**

СТРАТЕГИЯ - БИЗНЕС-СРЕДА



ОТСЛЕДИТЬ ТРЕНД ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ  
 ПРИОРИТЕТОВ  
 СФОРМИРОВАТЬ ПОСТОЯННЫЙ ДОХОД  
 АКЦЕНТИРОВАТЬСЯ НА MAINSTREAM

ВИД СТРАТЕГИИ БИЗНЕСА  
 в сегменте MIDDLE-LOW & ECONOM



ПОЧУВСТВОВАТЬ МОДУ НА ПРОДУКТ  
 ОБЕСПЕЧИТЬ КАЧЕСТВО И ПЕРВИЧНУЮ  
 ЛОЯЛЬНОСТЬ  
 СДЕЛАТЬ ДОСТУПНЫМ

косметичес

спортивного

молочного

## стратегия компании-владельца



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



Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78  
[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)

*Creamelotier.*®



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

[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)



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

[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://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?

Познание себя

Навыки  
межличностного  
общения

Способность к  
адаптации

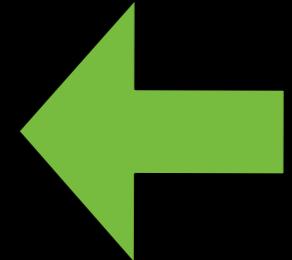
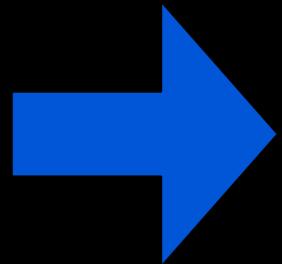
Управление  
стрессовыми  
ситуациями

Преобладающее  
настроение –  
частье,  
оптимизм

## Жупелы и стереотипы:

ВТО

Евросоюз



Балканы  
Разруха

Вынужденная  
экология

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

[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)



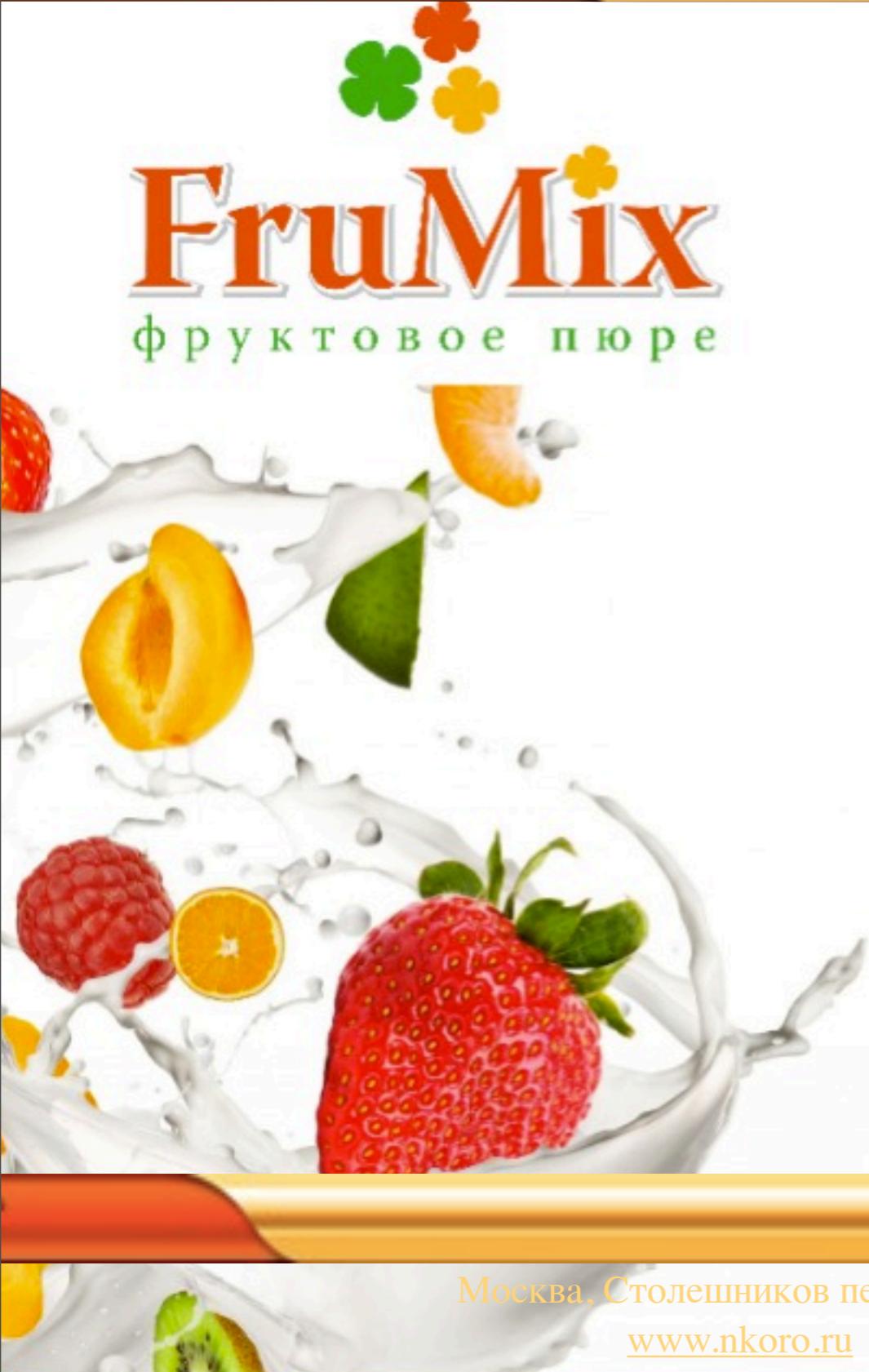
FruMix фруктовое пюре



UFA и ТД «Петровский»

-  
адаптация под  
российское восприятие!

Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78  
[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)

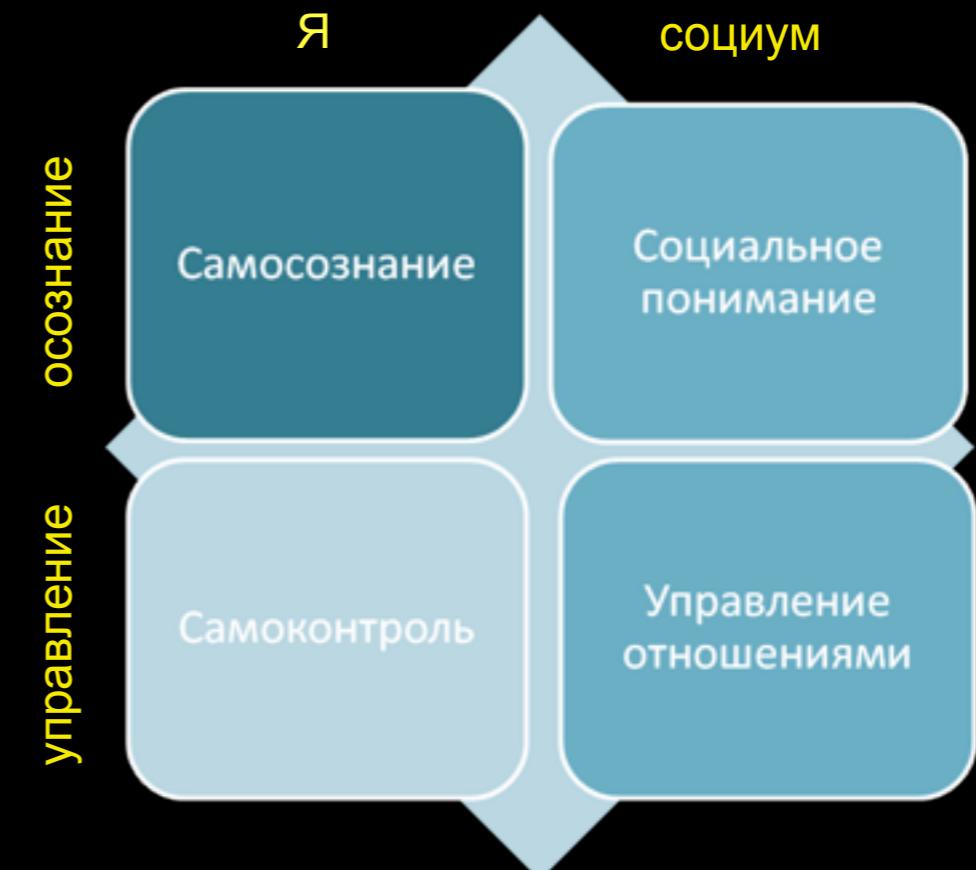


Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01 25, +7(495)629-56-78  
[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)

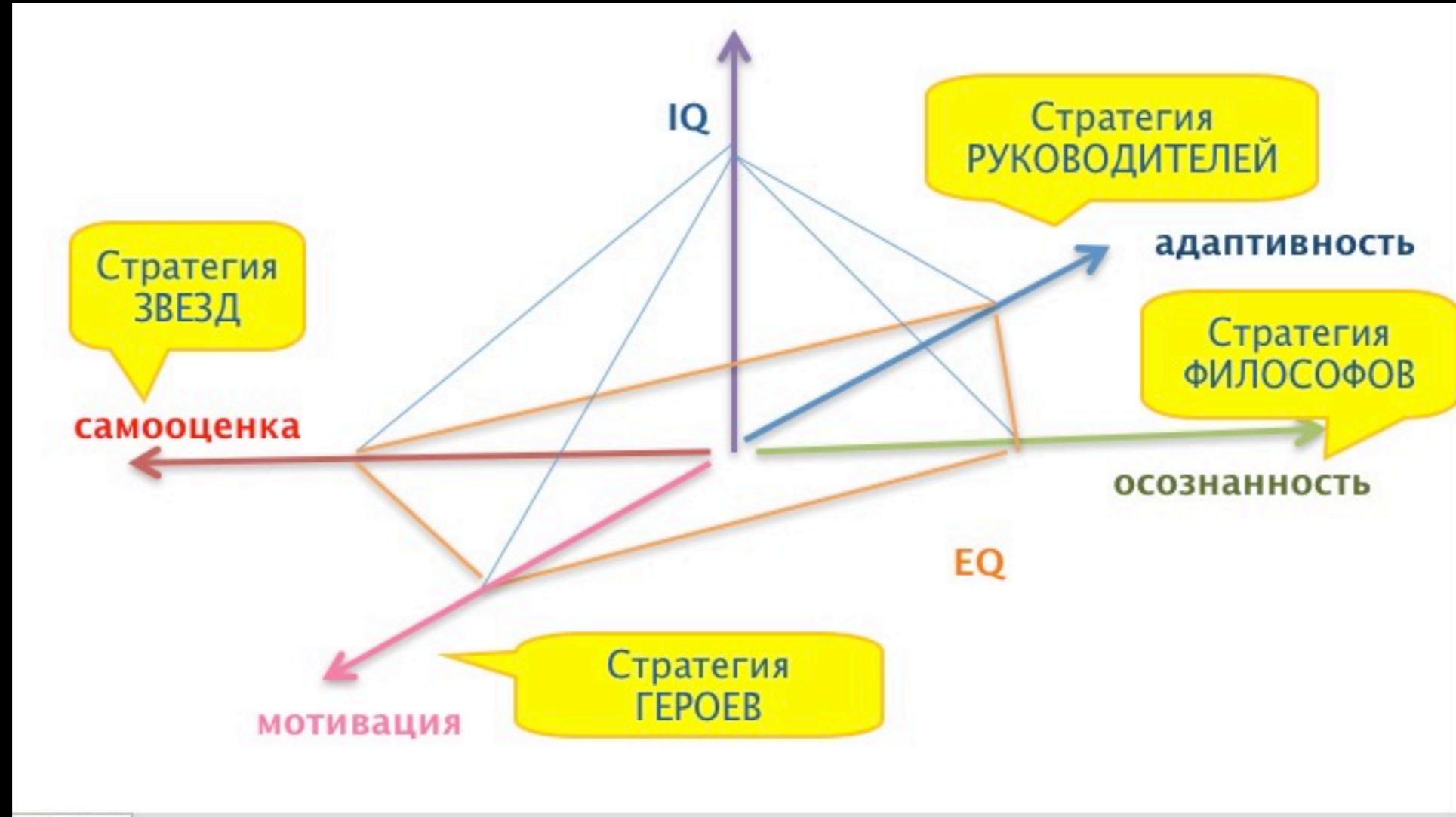
# Модели Эмоционального интеллекта.

С чего все начиналось? Д. Гоулман.

Во что это переросло  
в брендинговой практике?

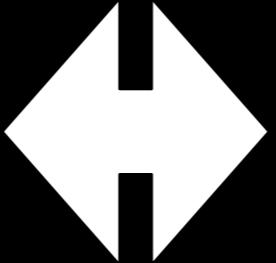


# «Типология Эмоционального Интеллекта потребительских групп ©- методика Н.Коро-В.Шиманской»



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](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)

NICKOLAS KORO

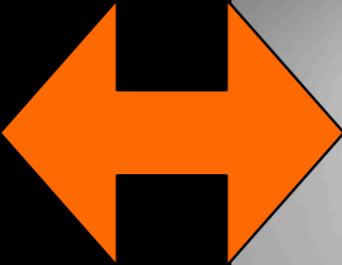
RCB&B

RESEARCH CENTER OF BRANDING &  
BRAND MANAGEMENT



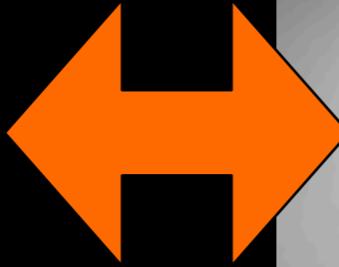
Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78

[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)

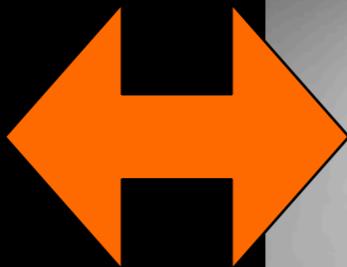


Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78

[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)



Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78  
[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)



Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78  
[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)

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



Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78  
[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)

## **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](http://www.eqfactor.ru)

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

[www.nkoro.ru](http://www.nkoro.ru) [www.brand-public.ru](http://www.brand-public.ru) [www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)



# Благодарим за внимание!

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



Встретимся в Фейсбуке:  
[nickolas\\_koro](https://www.facebook.com/nickolas_koro)