

МАРКЕТИНГ ОСТАТЬСЯ В ЖИВЫХ

Екатерина Харитонова

21-03-2018

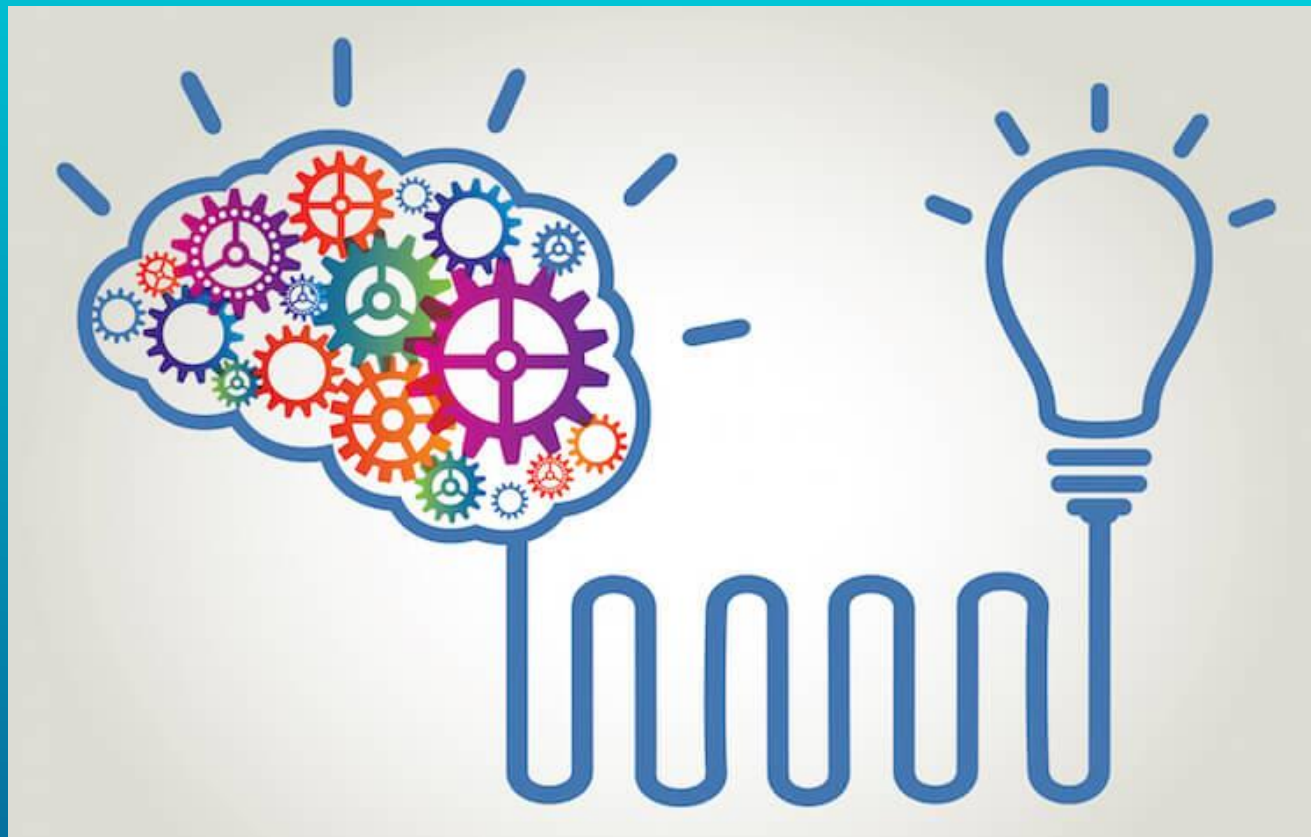
- ▶ Екатерина Харитоновна
- ▶ Бизнес тренер и консультант
- ▶ 20 летний опыт работы в маркетинге и бизнес менеджменте в ведущих западных компаниях, из которых 10 лет – на позиции маркетинг директора. Работала в компаниях: P&G, Nestle, Gillette, J&J, Energizer, Tchibo
- ▶ Автор и ведущая курсов по маркетинг стратегии и продающим маркетинг коммуникациям

+ 7 916 695 81 04

www.ekharitonova.com



HR И МАРКЕТИНГ: ЧТО ОБЩЕГО?



Мы ищем способ эффективно влиять на восприятие и “продавать” идеи ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

ТЕНДЕНЦИИ:



МАРКЕТИНГ ВЫЗОВ

Трансформировать общение с учетом изменения контекста и восприятия информации целевой аудиторией



ЦИФРОВОЕ СЛАБОУМИЕ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ПСЕВДОДЕБИЛЬНОСТЬ



- **Цифровое слабоумие** — человек, зависимый от гаджетов, психика которого характеризуется существенным изменением основных психических процессов (восприятие, внимание, память, мышление и т.д.)

Термин впервые возник в Южной Корее, далее пришёл в США и Европу.

СДВГ — **синдром дефицита внимания и гиперактивности** (детей и взрослых).

- **Информационная псевдодебильность** — человек, страдающий от информационной зависимости, теряет способность к самостоятельному, целенаправленному и эффективному мышлению.

Термин введён на основе исследований, проведенных профессором, д.м.н. А.Н. Алехиным и к.п.н. О.А. Литвиненко.

Феномен «умных глупых» — человек формально эрудирован, демонстрирует общую осведомленность по большому количеству вопросов, однако в основе его мыслительных моделей находятся «фальсификаты» (неструктурированные интеллектуальные объекты, лишённые внутреннего содержания).

ЗАДАЧИ ЭФФЕКТИВНЫХ МАРКЕТИНГ КОМАНД

▶ НОВЫЕ НАВЫКИ

- ▶ SEO оптимизация и контекстная реклама, юзабилити сайта
- ▶ Управление маркетингом в соц сетях
- ▶ Контент маркетинг: сторителлинг, видео маркетинг
- ▶ Построение новой комплексной воронки продаж

▶ НОВЫЙ МАРКЕТИНГ МИКС

- ▶ Нативная реклама
- ▶ Микро моменты
- ▶ Микро лидеры мнений



Удержать внимание

Дать ключевое сообщение

Заинтересовать



Побудить к действию

дать причину продолжить взаимодействие

Взять КОНТАКТ



ВАШЕ СООБЩЕНИЕ ДОЛЖНО

- ▶ Быть в мире целевой аудитории, написано на ее языке, просто, легко и понятно. Время больших и сложных текстов прошло
- ▶ Захватывать внимание: отвечать на боль аудитории, вызывать интерес и держать внимание
- ▶ Приходить и нескольких релевантных источников, в правильном контексте. Поддерживаться мультиканально
- ▶ Обладать эффективным медийным охватом для того, чтобы "пробиться" через конкурирующие сообщения (растите охват, повторяйте сообщение, стройте воронку продаж для вашей идеи)

ИНТЕРЕСНАЯ ИСТОРИЯ




СТРОИТСЯ ПО КАНОНАМ ЖАНРА
СТОРИТЕЛЛИНГА И СЦЕНАРНОГО
МАСТЕРСТВА

The image features a solid blue background with a gradient from light to dark. In the bottom right corner, there are several thin, white, parallel lines that create a sense of motion or a stylized graphic element.



★ Укажите аудитории основную причину истории или напомните о ней

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ СТОРИТЕЛЛИНГ

- ▶ Для презентации своей идеи. Начинайте с вызова. Давайте интригу и проблему, с которой ваша аудитория может соединиться и начать которой сопереживать
 - ▶ Стройте проекты по структуре сериала для того, чтобы держать внимание в течение длительного времени
 - ▶ Выводите на первый план сотрудников, которые могут рассказывать свои истории. Поддерживайте проекты "доской почета"
- 

MARKETING
IS NO LONGER
ABOUT
THE STUFF
THAT
YOU MAKE
BUT ABOUT
THE STORIES
THAT
YOU TELL
-SETH GODIN



When the storytelling goes bad
in a society, the result is
decadence.

~ Aristotle

17 QUOTES

А У ВАС УЖЕ ЕСТЬ СВОЯ ИСТОРИЯ?



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Екатерина Харитонова

www.ekharitonova.com

+7 916 6958104

