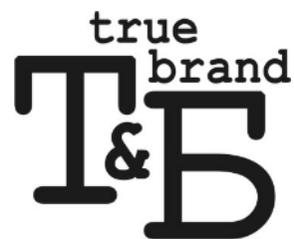


<http://newbranding.ru>



Продуктовый стереотип как основа выбора

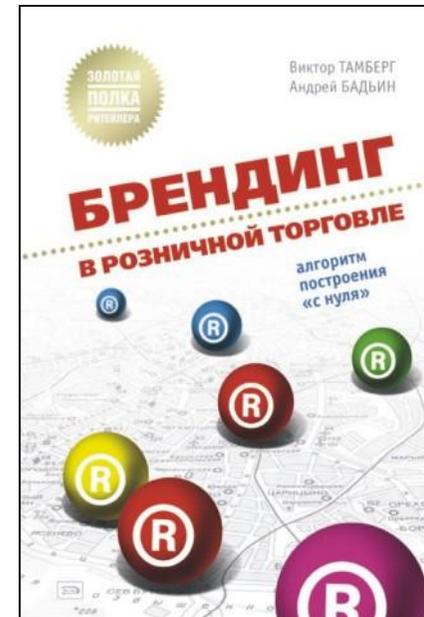
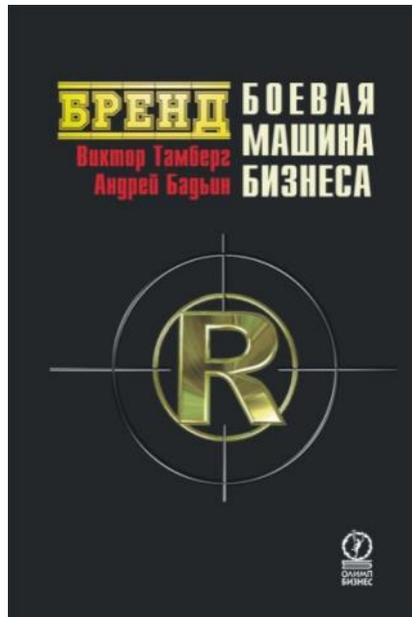
Виктор Тамберг

Консультационное бюро «ТАМБЕРГ & БАДЫН»

Минск 2010



Виктор Тамберг и Андрей Бадьин.
Авторы 3-х книг и более 100 программных статей в области маркетинга, брендинга, рекламы.
Создатели концепций по управлению выбором потребителя, не имеющих аналогов в мировой практике.

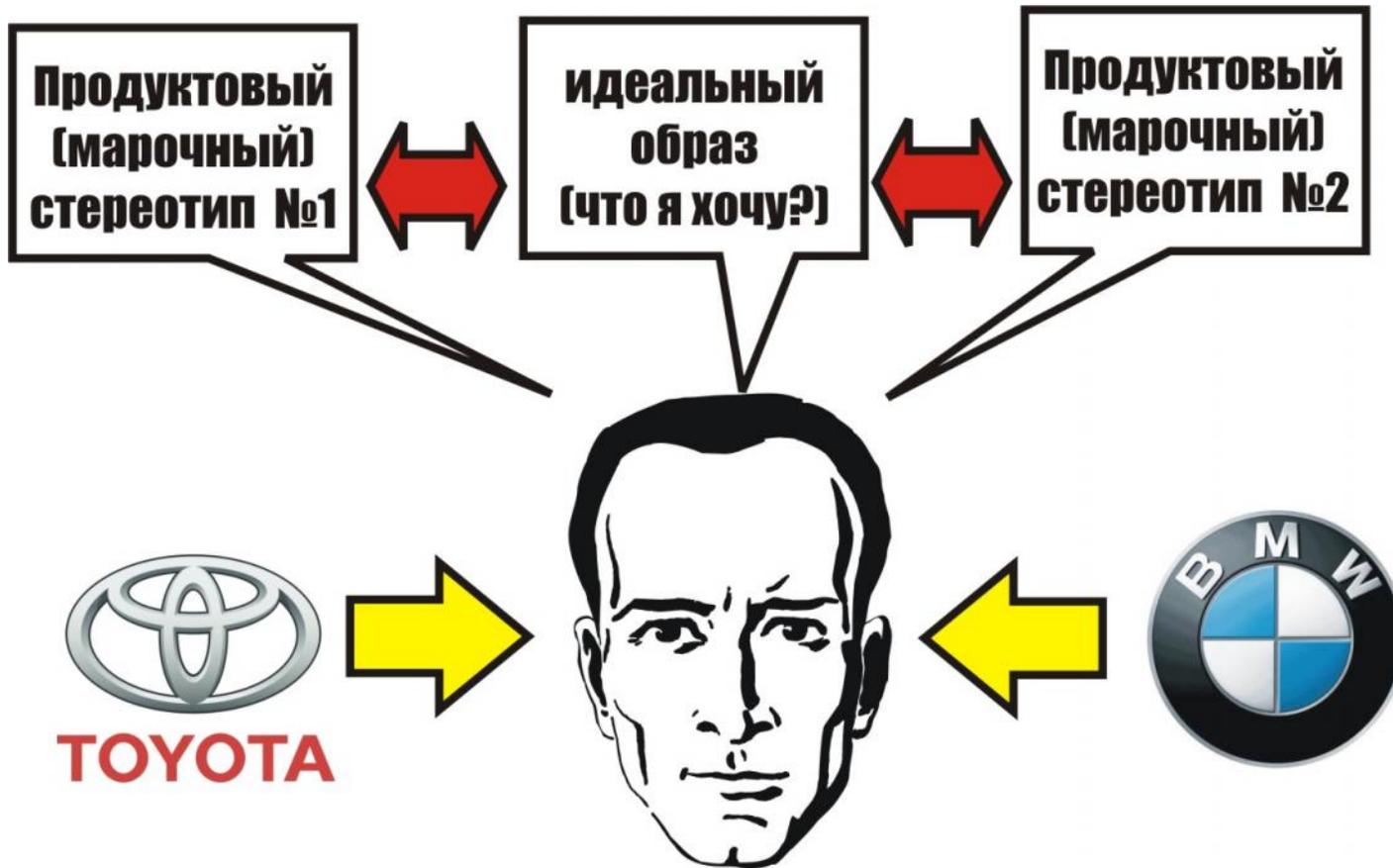


Люди живут стереотипами



Люди выбирают при помощи стереотипов

Алгоритм выбора



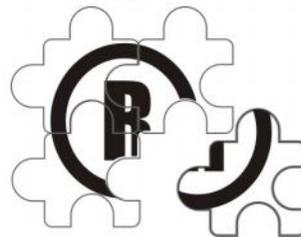
Возникновение стереотипа



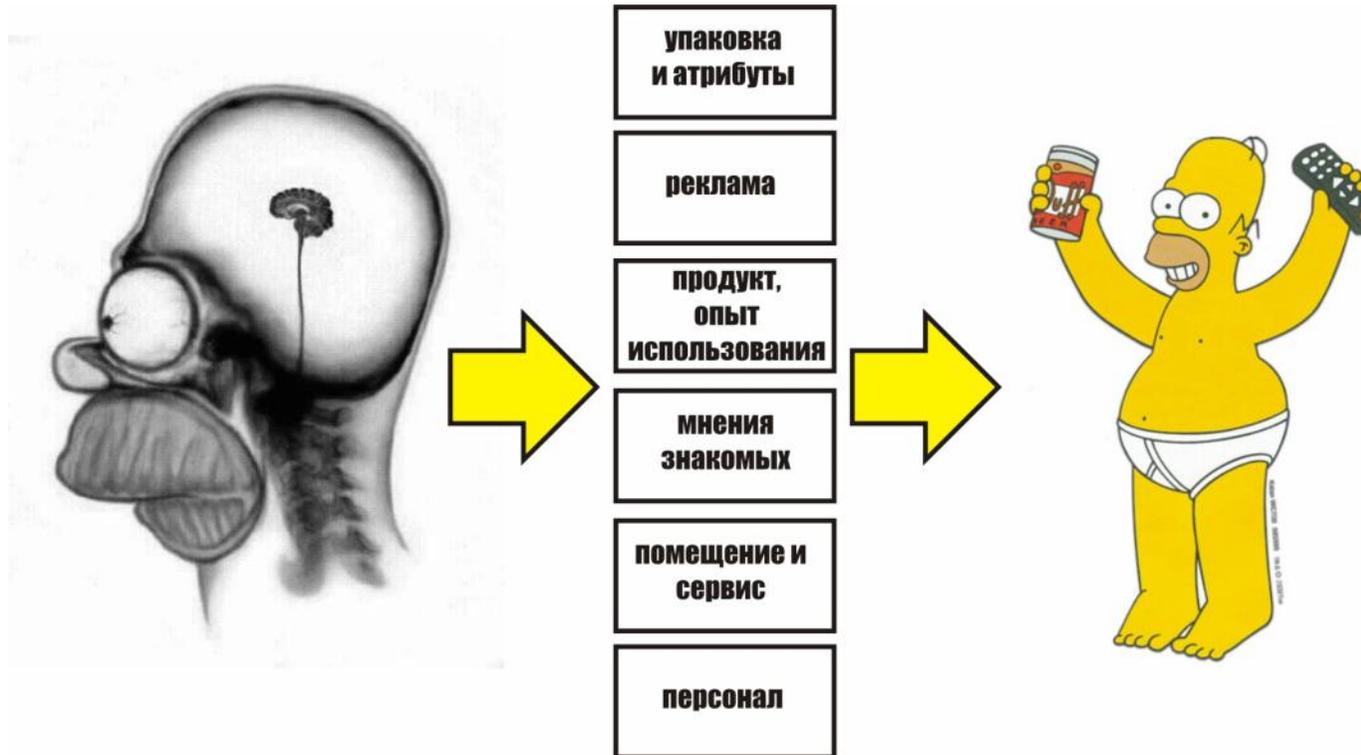
вся входящая информация



позволяет создать нужный стереотип

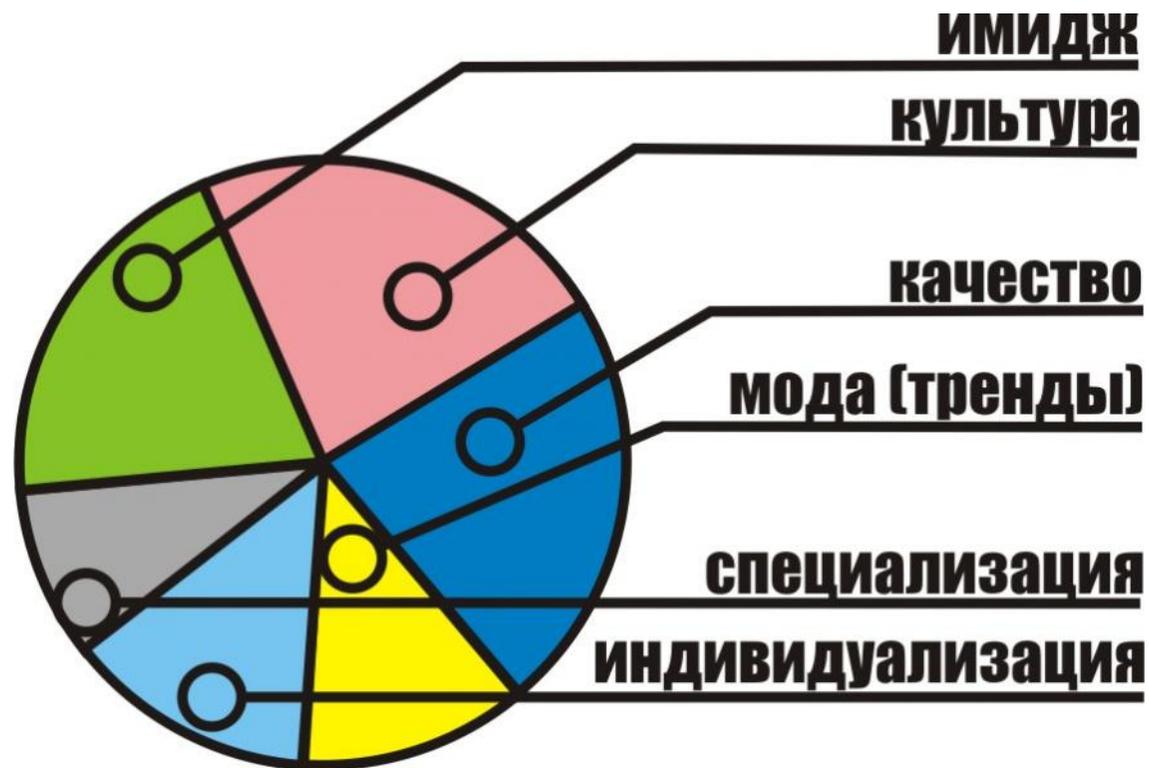


Принципы создания стереотипа



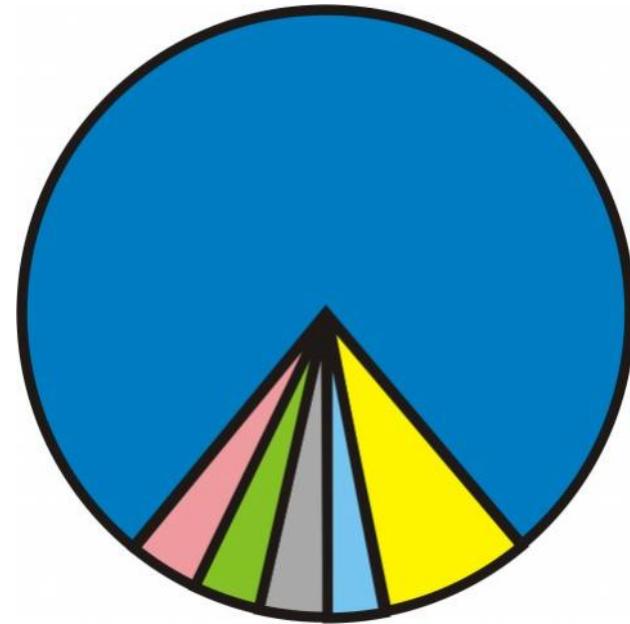
- Все слагаемые продукта и коммуникации должны создаваться исходя из особенностей поведения и психологии потребителя
- Все слагаемые продукта и коммуникации должны быть интегрированы и нести одну идею

Продуктовый стереотип и его качественное наполнение



Разные рынки, разные категории

Утилитарный продукт
Имиджевый продукт
Гедонистический продукт
Культурный продукт
Модный продукт
Custom – продукт

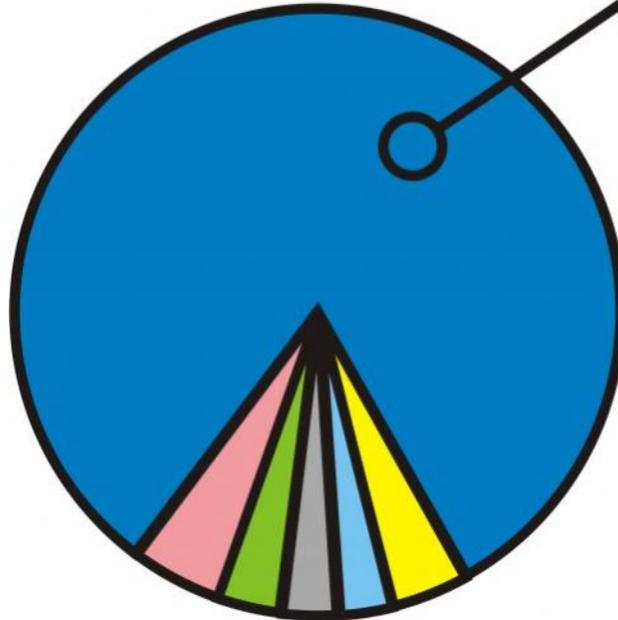


**Наполнение стереотипа различно:
различный «вес» аспектов продукта**

Основа стереотипа

Аспект продукта,

лидирующий в схеме выбора



Аспект, лидирующий в выборе требует максимальной проработки на уровне продукта и коммуникации. Все прочие могут учитываться или даже игнорироваться

<http://newbranding.ru>

ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
МАРКЕТИНГ
идеи и технологии

Наш партнер в области обучения в Республике Беларусь



<http://emasglobe.com/>

true
brand
Т&Б

<http://newbranding.ru>

**Скачать pdf-версии презентаций, а также задать вопросы и
обсудить интересующие темы вы сможете на нашем сайте**

www.newbranding.ru

Спасибо за внимание