

Мудрец

«Истина освобождает»

Выполнила:
Горбунова Юлия

Характеристики Мудреца

- **Главное желание:** открыть истину
- **Цель:** использовать интеллект и анализ для постижения мира
- **Самый большой страх:** быть обманутым, введенным в заблуждение; невежество
- **Стратегия:** искать информацию и знание; саморефлексия и понимание процесса мышления

- **Ловушка:** Мудрец может изучать вопрос бесконечно, так и не приступив к действию
- **Награда:** мудрость, интеллект
- **Вызов:** смущение, сомнение, глубокое желание найти истину
- **Тень:** догматизм, башня из слоновой кости, отрыв от реальности

Уровни Мудреца

- **Первый уровень:** поиски абсолютной истины, стремление к объективности, надежда на экспертов
- **Второй уровень:** скептицизм, критическое и новаторское мышление, стремление стать экспертом
- **Третий уровень:** мудрость, уверенность, совершенное овладение предметом

МУДРЕЦ КАК ЭКСПЕРТ

Предоставляют информацию и помогают потребителям принимать более взвешенные решения

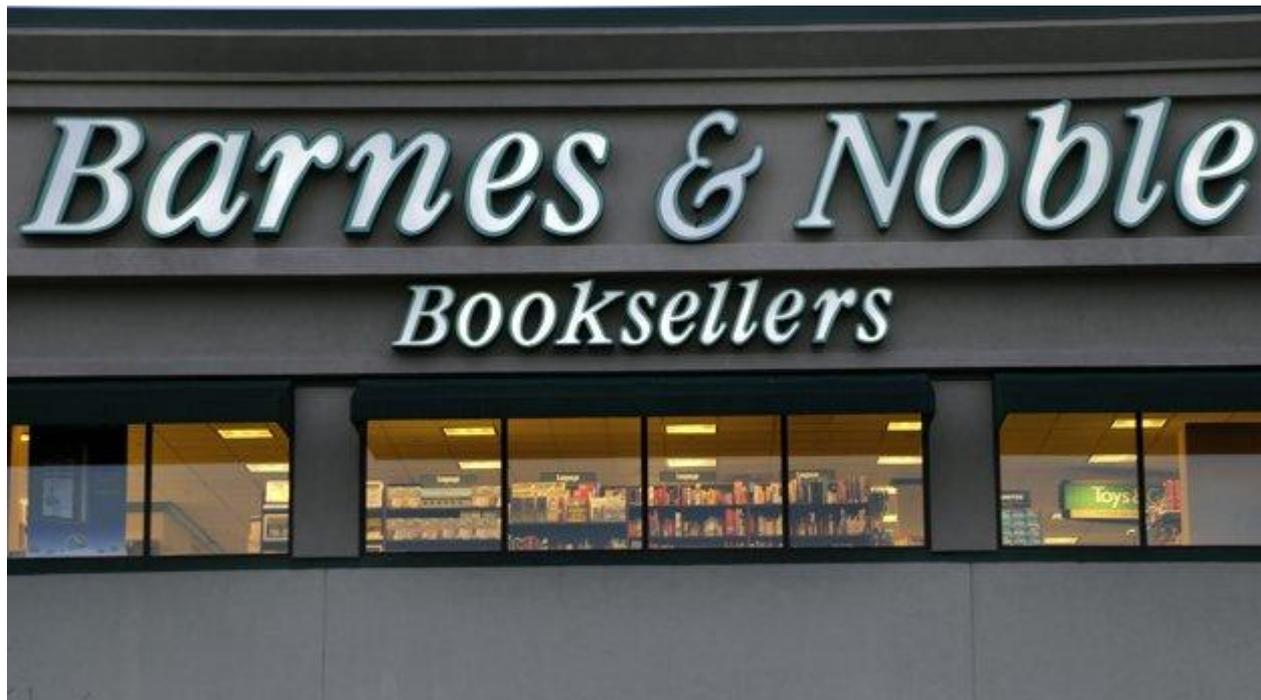
- Бренды-мудрецы обещают, что помогут вам острее чувствовать и результативнее думать.
- Бренды-Мудрецы хвалят покупателей за ум и информированность

Бренд-мудрец в лицах

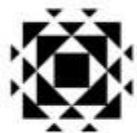


Опра Уинфри

BARNES & NOBLE: МАРКЕТИНГОВАЯ СМЕКАЛКА ДЛЯ КНИГОТОРГОВЦЕВ



**МАРКЕТИНГ ЗАСТАВЛЯЕТ
ДУМАТЬ**



Genesis ElderCareSM
Physician Services

Выделяет себя из ряда компаний, предлагающих уход за престарелыми людьми, подчеркивая свое умение понимать потребности конкретного человека и разрабатывать специальные программы для каждого подопечного

DISCOVERYTM



CHANNEL



Eddie Bauer EST. 1920



МУДРЕЦ-ОРГАНИЗАЦИЯ

Организации в духе Мудреца — это преимущественно университеты, исследовательские лаборатории, консультационные фирмы и компании, представляющие себя как образовательные системы, — то есть организации, структура и ценности которых поощряют постоянное обучение

Архетип Мудреца может обеспечить подходящую индивидуальность вашему бренду, если:

- бренд предоставляет потребителям опыт или информацию
- бренд побуждает потребителей или клиентов думать
- бренд базируется на новых научных разработках или эзотерическом знании
- качество бренда подтверждается неопровержимыми данными
- вы дифференцируете продукт от других, сомнительных с точки зрения качества или эксплуатационных характеристик.

ПОТРЕБИТЕЛЬ-МУДРЕЦ

Покупка для Мудрецов — это рациональная сделка.