

Методика слома стереотипа

Креативные технологии на службе у маркетинга

BeOptima
Business & Marketing

 vk.com/beoptima

 [vlada_beoptima](https://www.instagram.com/vlada_beoptima)

 [#BeOptima](https://www.youtube.com/BeOptima)

«И я боюсь стать таким, как взрослые, которым ничто не интересно, кроме цифр. Еще и потому я купил ящик с красками и цветные карандаши... Но я, к сожалению, не умею видеть барашка сквозь стенки ящика. Может быть, я немного похож на взрослых. Наверное, я старею.»

«Маленький принц», Антуан де Сент-Экзюпери

Креатив - это элемент добавленной стоимости
бизнес-продукта.

Ценность креатива=когда с помощью креатива мы
можем заработать больше с учетом затрат на его
воплощение или сэкономить.

$$1+1=3$$

5 і креативного процесса

1. Інформація
2. Інкубация
3. «Инсайт»
4. Інтеграція
5. Ілюстрація

ЗОНА СТЕРЕОТИПА

1. Потребительские (традиции отношения к продукту)
 2. Корпоративные (видение компании внутри)
 3. Маркетинговые (шаблоны брендинга, как работают маркетологи отрасли)
 4. Коммуникативные (шаблоны образов в продвижении, которые видит потребитель)
- Ищем и выписываем себе по каждому блоку стереотипы

КАК оценить СТЕРЕОТИПЫ*:

1. Источник
2. Непреложность (насколько целесообразно ломать)
3. Разрывной потенциал

* Проставить оценки напротив каждого

ВЫБРАТЬ:

3 наиболее ярких и перспективных для
разрыва стереотипа

ЗОНА РАЗРЫВА: как сломать? (выбор стратегии)

1. Методика «Лестница»
2. Техника вопросов «Что, если...»

Методика «Лестница»*

1. Уровень' простых ассоциаций с маркой;
2. Марка воспринимается через какой-либо атрибут, ассоциируемый с основной выгодой ТМ;
3. Марка приравнивается к выгоде (чаще всего рациональной);
4. Бренд воспринимается как символ некоего стиля» образа жизни;
5. Марка реализует какую-то роль в обществе.

* Разорвать стереотип и перешагнуть на другую ступень

Техника вопросов «Что, если...»

1. ...мы сменим конкурентные рамки продукта (репозиционирование продукта в другое конкурентное поле);
2. ...мы перестанем фокусироваться на традиционных конкурентах и вместо этого сфокусируемся на источнике бизнеса (сравнение с другими категориями товаров, реализующих ту же потребность);
3. ...мы сделаем наше нелидерское положение положительным (нахождение позитивных атрибутов для брендов второго порядка);
4. ...мы проигнорируем наш статус претендента на лидерство и станем «дилером по ожиданию» (нахождение лидерской позиции в будущем);
5. ...мы вместо дифференцирования бренда предложим потребителю другой опыт использования всей категории продуктов (расширение сферы применения продукта);

Техника вопросов «Что, если...»

1. ...мы сменим конкурентные рамки продукта (репозиционирование продукта в другое конкурентное поле);
2. ...мы перестанем фокусироваться на традиционных конкурентах и вместо этого сфокусируемся на источнике бизнеса (сравнение с другими категориями товаров, реализующих ту же потребность);
3. ...мы сделаем наше нелидерское положение положительным (нахождение позитивных атрибутов для брендов второго порядка);
4. ...мы проигнорируем наш статус претендента на лидерство и станем «дилером по ожиданию» (нахождение лидерской позиции в будущем);
5. ...мы вместо дифференцирования бренда предложим потребителю другой опыт использования всей категории продуктов (расширение сферы применения продукта);

ЗОНА ВИДЕНИЯ: выбор маяка для новой стратегии

Ответ на вопрос: какой основной сигнал будет посылать новая концепция бизнес-продукта своей целевой аудитории?

ФИКСИРУЕМ И РЕФЛЕКСИРУЕМ

Заполняем реализацию стратегий по инструментам маркетинга по методике «Idea by Idea» (как выбранную методику и реализовать с помощью каждого инструмента маркетинга свою новую креативную стратегию)

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

Провести бизнес-диагностику инструментов маркетинга своего бизнеса и создать план на будущее

!!! Поставить четкие сроки исполнения задания и его реализации

БОЛЬШОЕ СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Любите то, что делаете и делайте то, что любите!

P.S. До новых встреч!)))

BeOptima
Business & Marketing

 vk.com/beoptima

 [vlada_beoptima](https://www.instagram.com/vlada_beoptima)

 [#BeOptima](https://www.youtube.com/BeOptima)