



# «Эффект спонтанной покупки - новейший инструмент интернет рекламы»

Шкот Олег, MARKETGID.RU  
– Генеральный директор  
[oleg@marketgid.com](mailto:oleg@marketgid.com)  
+7 985 225-76-25

# Бабушки в Интернете или Сага о том, что все йогурты одинаково полезны



Интернет становится средой обитания  
Тенденция глобализации мировой экономики приводит к единым мировым стандартам качества для товаров и услуг

# Короче... Какая проблема?



- Заинтересовывать жителя сети товарами и услугами всегда, в любом его эмоциональном состоянии и настроении.
- Сделать покупку легкой, приятной, эмоциональной.
- Управлять продажами, а не следовать за спросом.

# Основные этапы нашей стратегии



Понять особенности поведения потенциального покупателя, его эмоциональный настрой

# Основные этапы нашей стратегии



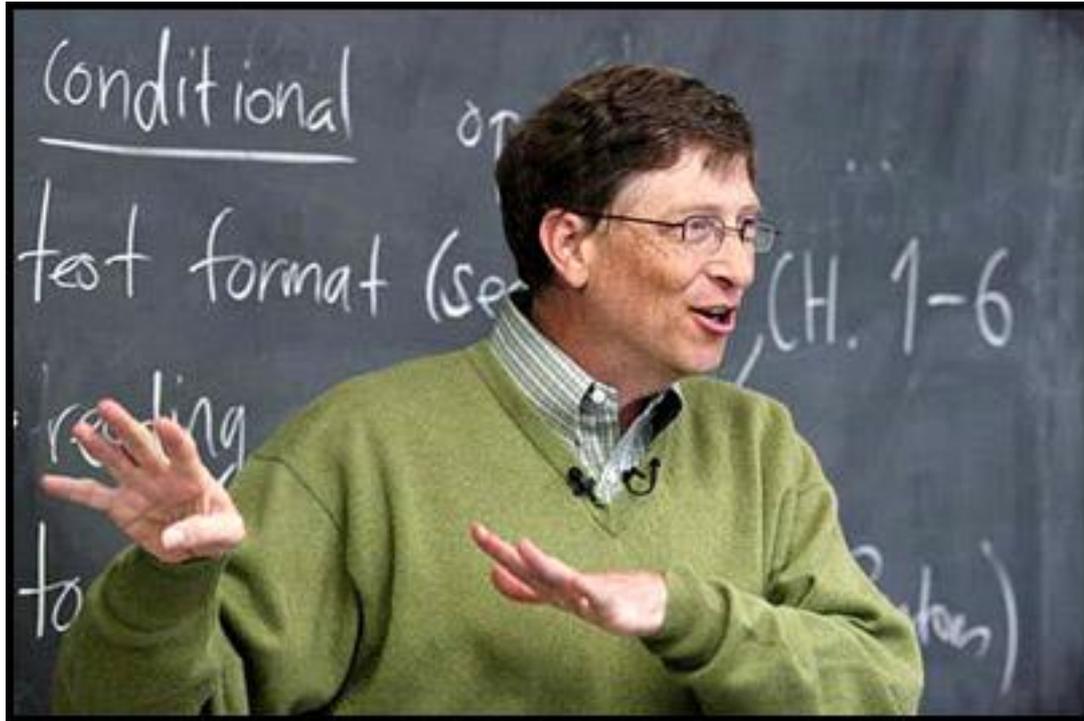
Определить настроение потенциальных покупателей и факторы, влияющие на его изменение

# Основные этапы нашей стратегии



Построить эффективные витрины товаров и услуг

# Я – умный покупатель



Состояние поиска товара, анализа его свойств, выбора из множества вариантов

# Я – ленивый покупатель



Состояние, при котором первое понравившееся предложение принимается за лучшее

# Дорогая, мы купим это ПОТОМ



Состояние, которое формирует отложенный спрос на товары или услуги (сейчас нет денег или возможностей, но вещь нужная)

# Ух ты, какая классная штука!



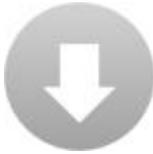
Состояние, в котором человек покупает бесполезную для себя вещь, считая ее нужной

# Ну что же ему подарить?



Поиски подарка приводят некоторых людей в состояние эйфории, а некоторых - к полной депрессии

# Коротко о настроениях



**Основные укрупненные виды настроений:**

- Радостно – позитивное
- Деловое
- Маниакально – депрессивное
- Развлекательно – гламурное
- Мечтательное

# Что же на нас так влияет?



**Факторы, влияющие на формирование и изменения настроений:**

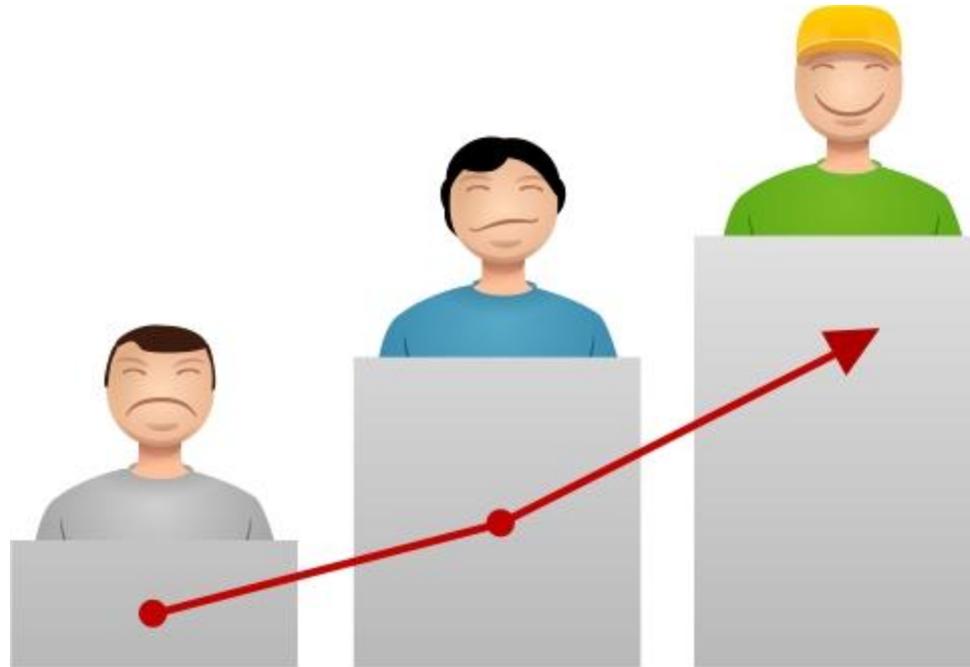
- Место обитания
- Политические и экономические факторы
- Сезонность
- Время суток
- Праздники (до и после)
- Пятница – понедельник
- Погода

# Ах бутики, бутики, бутики!



Построение красивых витрин с товарами и услугами и  
наполнение их товарам под соответствующее настроение  
массива пользователей

# Поток новостей как механизм измерения настроения



Выбираемые пользователем темы новостных публикаций дают ключ к пониманию его настроения, и по количеству прочтений мы можем сделать вывод про векторы изменения настроения потенциальных покупателей

# Итого



Рекламная кампания, построенная на эффекте спонтанной покупки, способна дать рекламодателям огромный массив новых покупателей

# Обращайтесь



Шкот Олег,  
Генеральный директор  
[oleg@marketgid.com](mailto:oleg@marketgid.com)  
+7 985 225-76-25

[www.marketgid.com](http://www.marketgid.com)

