

А был ли мальчик?

Практическо-дискуссионное обсуждение

Здесь и сейчас

Воспользовавшись выводами этого доклада, вы сможете изменить (развить) стратегию продвижения вашего финансового учреждения, начиная с понедельника, 16 апреля 2007 года.

Кто знает, что такое И-Цзин?

Характеристика настоящего момента в финансовой сфере Украины

НАЗВАНИЕ

Чжунь (Начальная трудность): начало или причина роста; собирать, накапливать, аккумулялировать, запасать; устанавливать основу для действий; собирать войска на границах; трудный, болезненный, напряженный; затруднения в начале нового дела. Иероглиф изображает молодое растение, пробивающееся на поверхность земли.

ОБРАЗНЫЙ РЯД

Это время начинающегося роста, подобно молодым растениям, пробивающимся на поверхность земли. Собирайте энергию для предстоящей трудной задачи. Это откроет новый цикл времени. Это принесет успех, пользу и просветление. Возникает много нового. Не пытайтесь втиснуть его в рамки заранее определенной схемы. Назначайте помощников и делитесь полномочиями. Обозначайте границы своей территории, собирайте войска, оценивайте свои возможности перед предстоящей работой. Избавляйтесь от старых идей и смотрите на мир без предвзятости. Сближайте и консолидируйте, копите силы, чтобы справиться с задачей. Вас окружает утренний сумрак, и события надвигаются на вас со всех сторон. Не пытайтесь предотвратить их. Возвышайте помощников, расставляйте людей по местам. Из хаоса возникнет совершенно новый мир.

Характеристика будущего

№ 51 - Чжэнь. Молния.

НАЗВАНИЕ

Чжэнь (Возбуждение/Молния): возбуждать, вдохновлять; будить, встряхивать; шок, испуг, благоговейный страх; гром, удар молнии, землетрясение; приводить в движение, начинать; устрашающий, величественный; также: влиять, воздействовать; работать, действовать; вылупляться из кокона, прорасти из почки. Иероглиф изображает дождь и знак возбуждения.

ОБРАЗНЫЙ РЯД

Это будоражащая и возбуждающая встряска, всплеск бурной энергии. Он приносит новую жизнь и любовь. Пробуждайте вещи к действию. Пусть встряска разрушит старое и ненужное. Когда потрясение наступает, оно сначала может показаться пугающим, но затем следуют веселье и смех. Это поворотный момент. Не увлекайтесь сиюминутными эмоциями. Сосредоточьтесь на чувстве благодарности и подношении духам, обеспечившим перемены к лучшему. Ваши поступки должны быть зеркалом ваших высших устремлений.

Где вы?

- Желание товара существует только потенциально
- Желание товара присутствует, но не осуществлено
- Потребитель созревает для выбора бренда (при следующей покупке ожидается процесс выбора)
- У потребителя есть желание бренда, но оно не осуществлено
- У потребителя есть зрелое желание бренда (при следующей покупке уже не ожидается процесс выбора)



Назовите критерии, по которым потребитель выбирает, у кого взять кредит?

1. _____

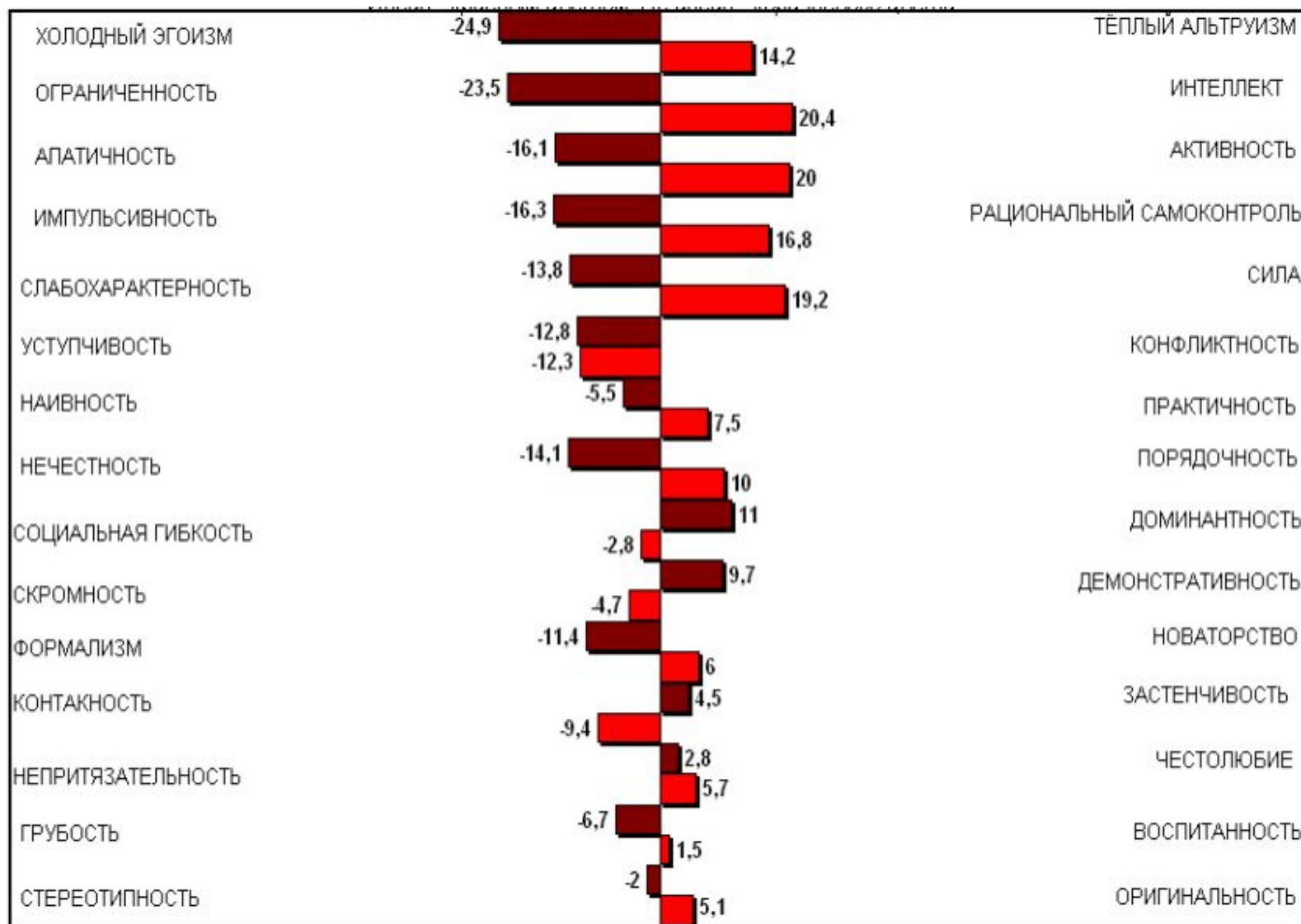
2. _____

3. _____

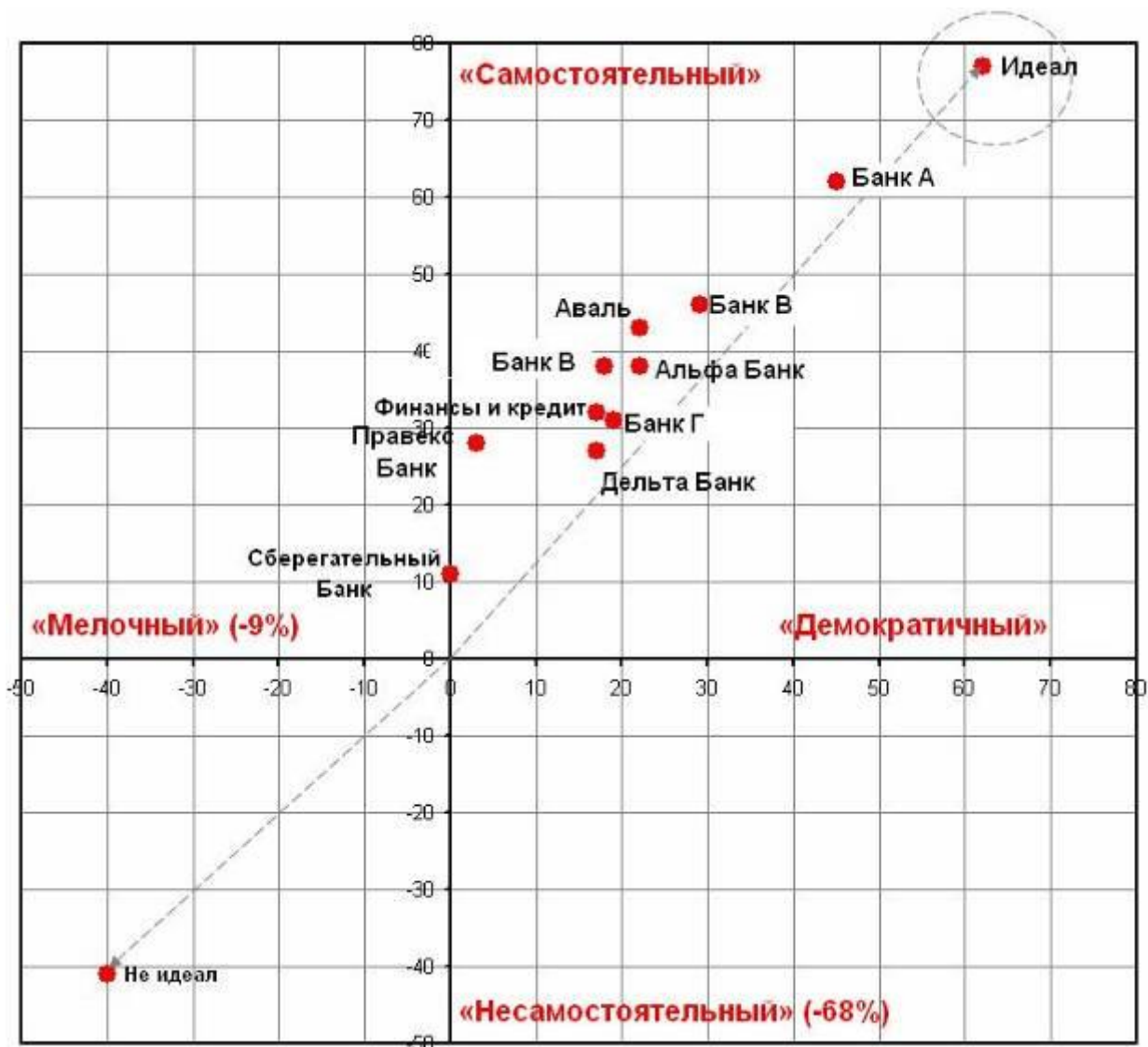
Вот наш вариант:

1. Избегание неудачи
2. Понятность (просто и на моем языке)
3. Желание помочь

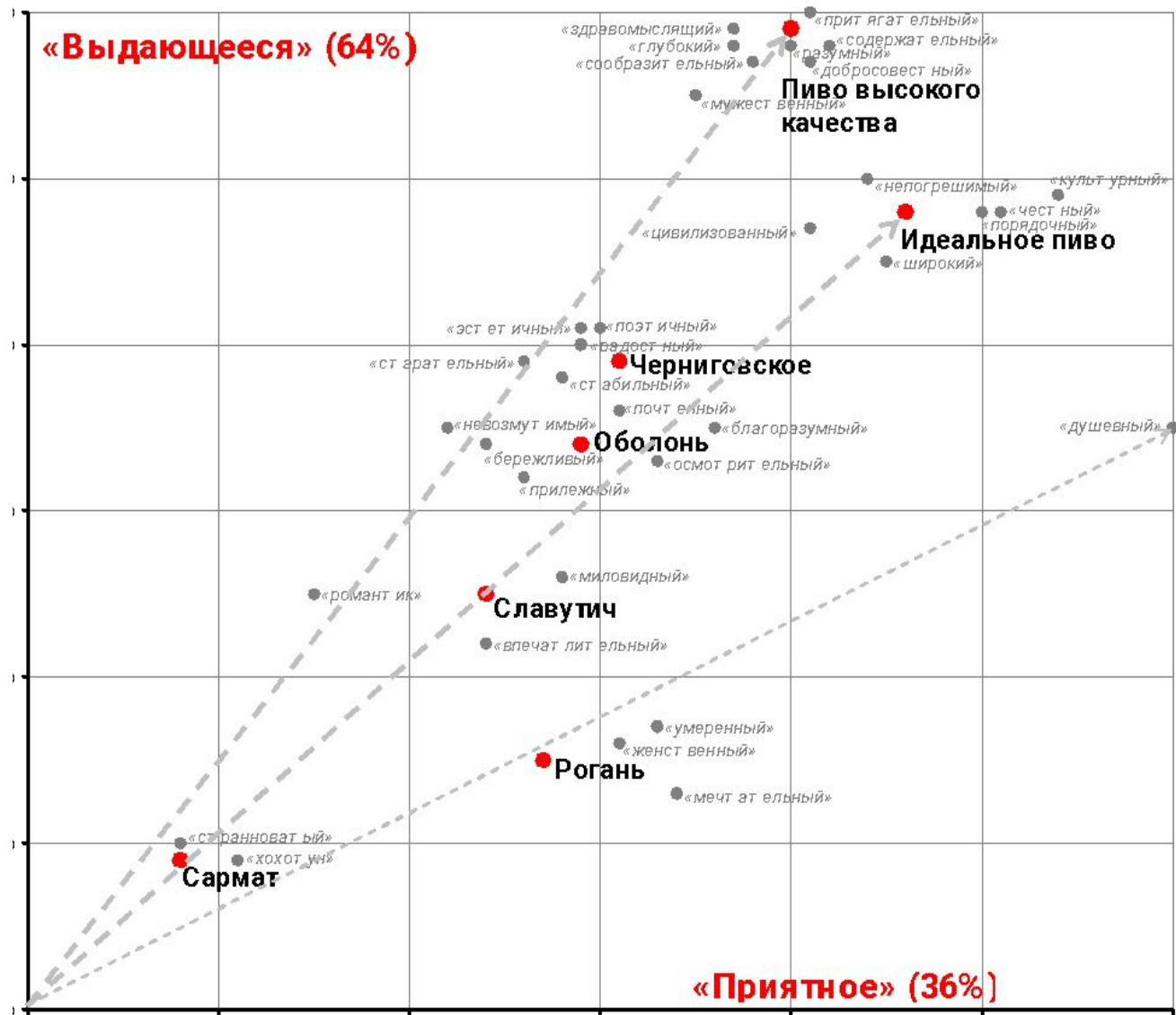
Идеал / не идеал



Карта восприятия кредитования



Почему «Черниговское» победило?



Личностные черты брендов

- Идеал (Организация, в которой хочется брать кредит снова и снова) - соответствует точка в четырехмерном семантическом пространстве с координатами (77; 62; 32). Наиболее близкие личностные черты по совокупности значений с учетом веса фактора: «реалистичный»
- «Банк А»: «гражданственный»
- «Банк Б»: «оборотистый»
- «Банк В»: «величавый»
- «Банк Г»: «здоровый»
- «Банк Д»: «пронырливый»

Цепочка «причина/следствие»

Процесс совмещения стратегий

Маркетинговый уровень



Поведенческий уровень



Психологический уровень

Стратегия бренда

Стратегия брендинга



Уровень брендинга

Достижение маркетинговых целей при помощи бренда

Достижение маркетинговых целей



Целевое поведение группы потенциальных потребителей



Психологические процессы



Средства брендинга («точки прикосновения»)

Что вам надо сделать

1. Определиться со стратегией
2. Найти идеальную точку
3. Описать, какие личностные черты описывают эту идеальную точку
4. Понять, можете ли вы «присвоить» себе эти черты
5. Если да, то начать коммуникацию этих черт

Если вы хотите задать вопрос:

Директор киевского офиса

+38067 4020567

Лилия Мамлеева

l.mamleeva@brandaid.com.ua

Директор московского офиса

+7919 1008586 Дмитрий Жичин

d.zhichin@brandaid.ru

Посетите наш блог:

www.blogbrandaid.com

