

Эмоциональный маркетинг и управление качеством

Васильева Е.В., д.э.н., доцент

**Санкт-Петербургский
Государственный экономический
университет**

Эмоции



Не ценовая политика, а знание природы эмоций - вот что вдохнет жизнь в умирающие рынки.

Арндт Трайндл
Нейромаркетинг.
Визуализация эмоций

7 главных эмоций на службе у маркетинга



Страх

«Вирус удалит всю вашу коллекцию домашнего видео, если вы не приобретете антивирусное ПО»



Вина

«Клиент звонит и требует вернуть оплату? Еще есть время всё исправить — используйте систему автоматического продвижения X!»



Гордость

«Вам позавидуют соседи!»



Лидерство

«Будьте первым, кто получит всю выгоду этого предложения»



Модность

«Будьте как ваша любимая киноактриса»



Жадность

«Два товара по цене одного!»



Любовь

«Продемонстрируй свою любовь — подари Рафаэлло»

Эмоциональный маркетинг - это
маркетинг построенный на прочной
эмоциональной связи между
компанией, брендом и потребителем



Качество

Категория качества с экономических позиций рассматривается как результат удовлетворения потребностей.

*Горбашко Е.А. Управление Качеством,
Москва, 2014*

*НОСИТЕЛЬ
МАРКЕТИНГОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ*

**ТОРГОВАЯ
МАРКА**

БРЕНД

НЕОБРЕНД

ФУНКЦИЯ

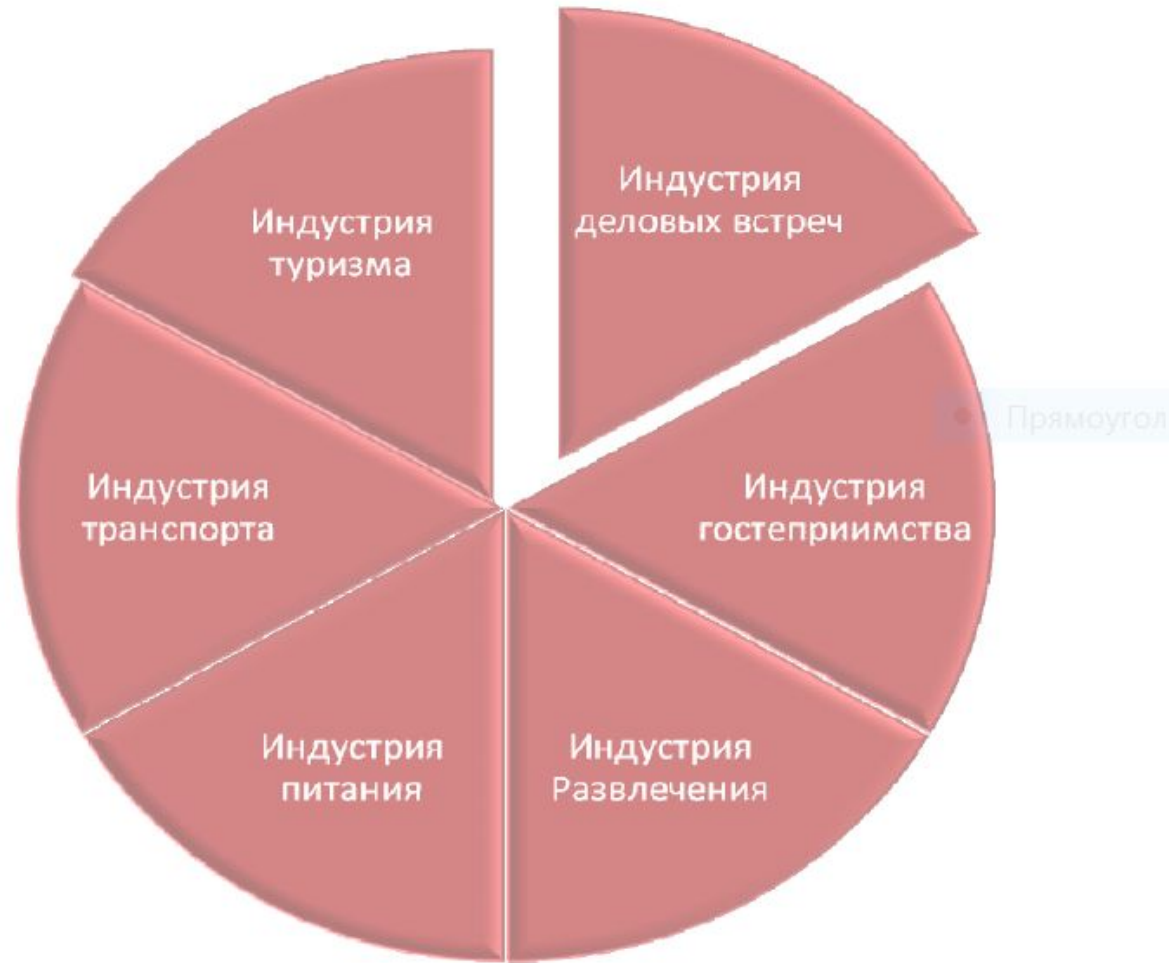
ИДЕНТИФИКАЦИЯ

**СОЗДАНИЕ
АССОЦИАЦИЙ И
УБЕЖДЕНИЙ**

**ПОСТРОЕНИЕ
ОТНОШЕНИЙ**

Изменение роли маркетинговых коммуникаций

Туристический сектор ЭКОНОМИКИ



Эмоциональный интеллект

Восприятие и
выражение эмоций

Способность идентифицировать эмоцию в физических состояниях, ощущениях и мыслях.
Способность выражать эмоции и потребности, связанные с ними

Использование
эмоций

Использование эмоций для направления внимания на приоритетные для мышления вещи, привлечения внимания к важной информации

Понимание и
анализ эмоций

Способность интерпретировать значение смены эмоций, устанавливать причинно-следственные связи. Способность к маркировке эмоций

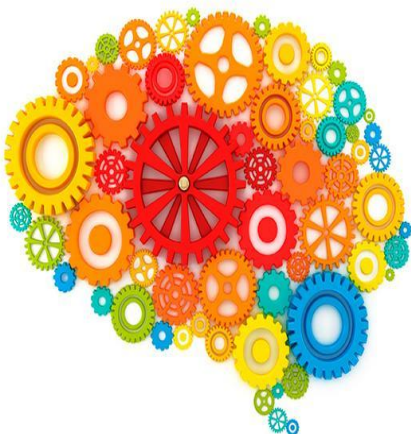
Управление
эмоциями

Способность к сознательному контролю своих и чужих эмоций (снижение уровня отрицательных эмоций и актуализация положительных)

Эмоциональный интеллект (ЭИ)

Сознательное управление эмоциями

Восприятие, оценка и выражение эмоций



Использование эмоций для повышения эффективности мышления и деятельности

Понимание и анализ эмоций

Цели использования эмоций

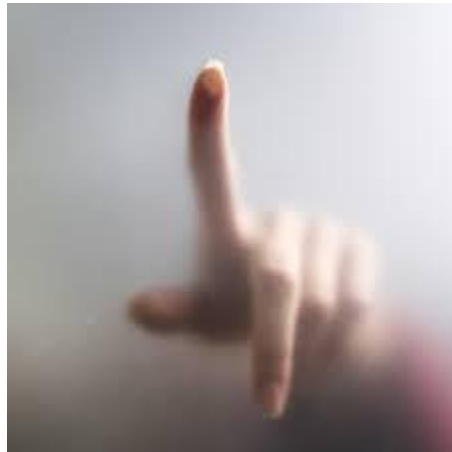
- Добиться нужного восприятия.
- Повлиять на поведение.
- Усилить ощущения.



Специалисты проекта ShopConsult австрийской компании Umdasch доказали, что людей больше привлекает товар, ассоциирующийся с темами любви и радости.

Одно лишь размещение на ценниках улыбающейся рожицы повышает симпатию к товару на 20%

Мы познаем мир через свои пять чувств
одновременно. Большинство брендов
обращаются только к двум. Найдите способ
вовлечь все пять.



Tax	USD 25.35
Total Charge	USD 194.35

Service Requests

Service Request: N/A

Comments or Special Request

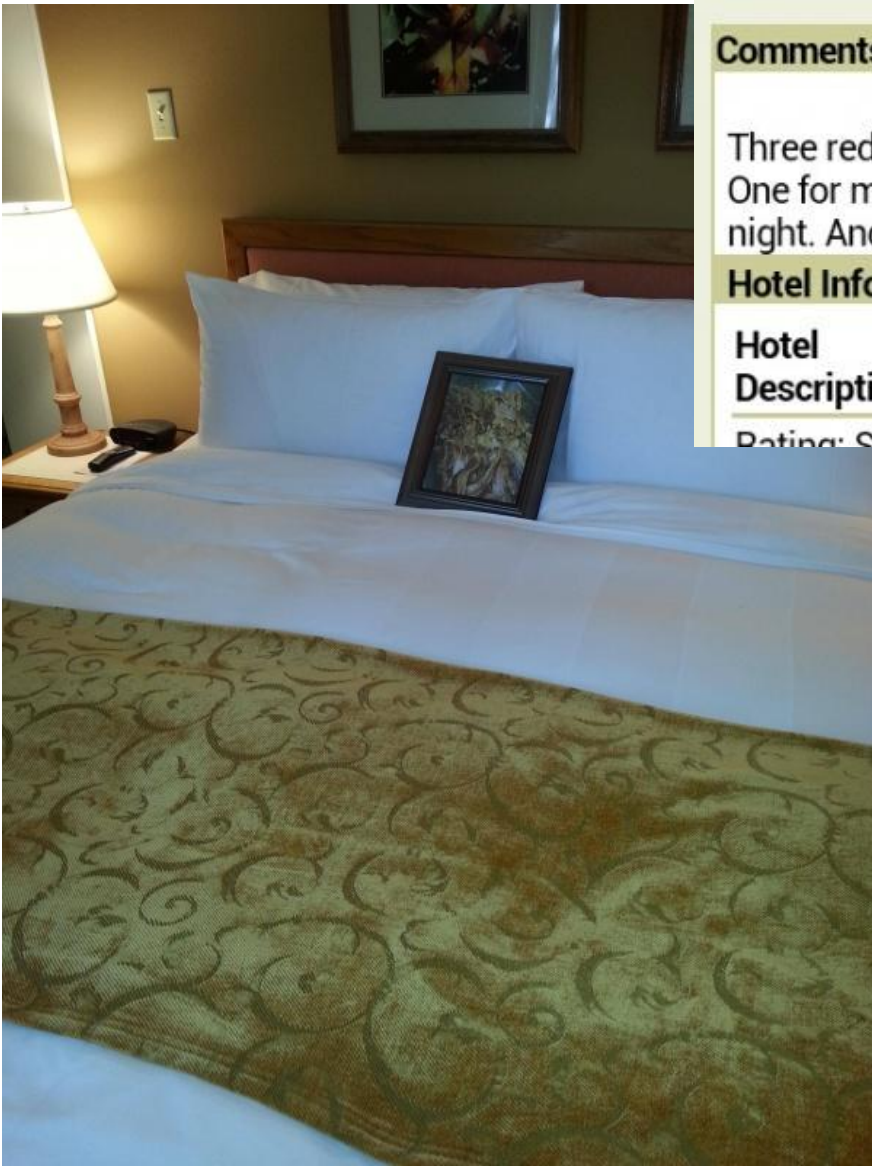
Three red M&Ms on the counter. Not packages, just three single M&Ms. One for me, one for my girlfriend, and one to split if we get hungry late at night. And a picture of bacon set on the bed. I love pictures of bacon.

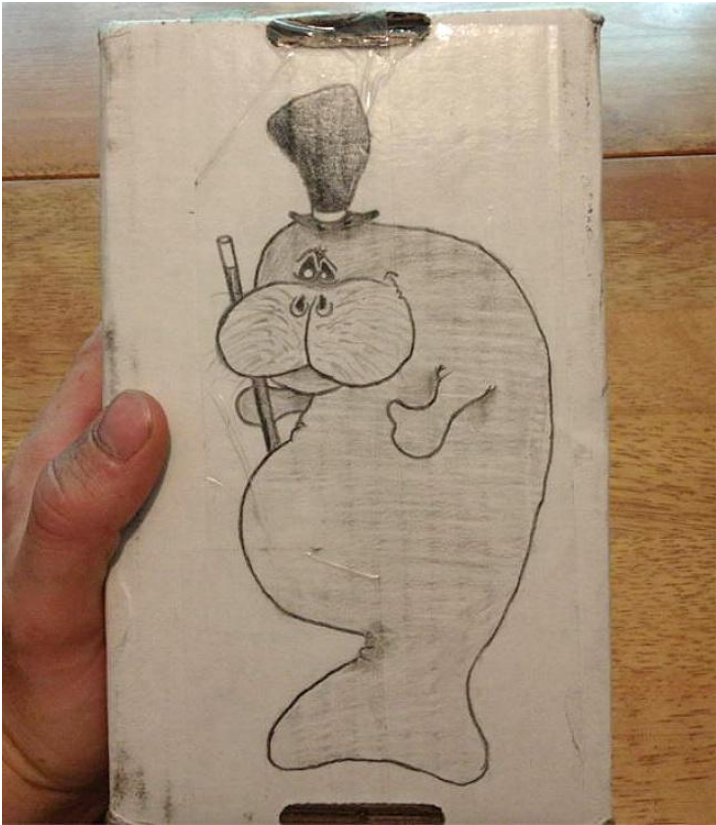
Hotel Info

Hotel Description

The Woodlands Resort

Rating: Star





Креативность

это способность человека к нестандартному, оригинальному мышлению и поведению. Креативность проявляется многообразно: это оригинальность и быстрота мышления, способность находить неожиданные решения, казалось бы, в безвыходной ситуации, богатое воображение, чувство юмора, создание новых оригинальных продуктов (физических и интеллектуальных).



ДЮ
ФКЕЙ. С

НАРО. И РАЖЕ
З ДУМАЕТСЯ
ТО-НАСТОЯЩАЯ
ОБЕКА -
ОКАЖЕТСЯ
ДОБРЫМ.

УМА,
ВЫСОКОГО.
ЭТО, ЧТО
ВРЕМЯ ЧТО ОУ

УЖИЧИНА
О ЧЕМ ГОРДИТСЯ
МОЖЕЕ

СВИДАНИЕ ВСЛЕПУЮ С КНИГОЙ



МЫ ВЫБРАЛИ ОЧЕНЬ РАЗНЫЕ КНИГИ, КОТОРЫЕ МЫ ЛЮБИМ, И В НЕСКОЛЬКИХ СЛОВАХ РАССКАЗАЛИ, ЗА ЧТО. ВЫ СМОЖЕТЕ РАСПАКОВАТЬ КНИГУ ТОЛЬКО ПОСЛЕ ПОКУПКИ, НО, ПОВЕРЬТЕ, ОНО ТОГО СТОИТ.

РЕСУЛЬТАТ

МУ НЕ ПРИВЫКАЮ
ДУТ СПОКОЙНО
Т ЛАМТЕР
ЭТО
С ЛИХОРАЖКА,
ИЗЯЕТСЯ НОЧЬЮ.
И АНДРЕЮ ЕЕ
СЮЛ ХАНТЬ СЕБЯ
СВИДАНИЕ
КАКИМ С
КА ЧТОБЫ

ЗНАКО
З, ПРЕД.

БЫТЬ ТОЛЬКО
РЫТВОР В И КОМ.

Я ВСЕГДА СЧИТАЮ НУЖНЫМ ПОДЪЯВИТЬ,
ЧТО МОЯ МАТЬ СДЕЛАЛА МНЕ ТРИ ВАЖНЫХ
ПОДАРОКА: ЛЮБОВЬ С ЧТЕНИЕМ, УЧЕБЕ
И МУЗЫКЕ. ТРИ БЕСЦЕННЫХ ДАРА.

СВИДАНИЕ ВСЛЕПУЮ
С
РЕАЛЬНЫМИ ИСТОРИЯМИ.
Я НЕ ХОЧУ ИДТИ ДО
ШКОЛЫ, КАК

Я РИШИЛА К УЧЕБНИКАМ
И ПОМОГАЮЩИМ ПОСРЕДНИКАМ
ПОМОГАЮЩИМ ПОСРЕДНИКАМ
ПОМОГАЮЩИМ ПОСРЕДНИКАМ

В ОГОНЬ И
НЕ РАДОВАЮСЬ
БЛАГОПОЛУЧИЮ ТАКОГО
ПОЯВЛЕНИЯ ИНОМТ
УМУ

С
В

ОН
УНИМАТЕ - НЕ ТОГО ХОДЯТЬ
КНИЖКА
#ИГРЫ

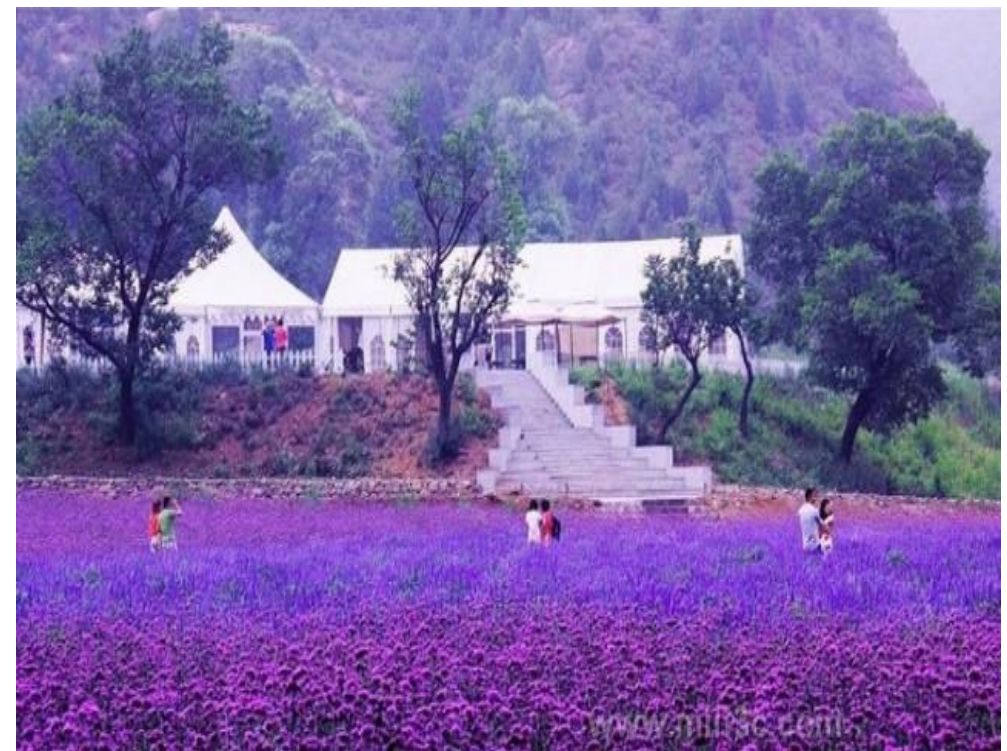


ТО НАУЧИ МЕНЕ ПРАВИЛЬНО
ПОСЛЕ СМЕРТИ МЕНЕ
РАССКАЖИ ЭТОЕ КНИЖКА
ВОШЛО И ЧАЧА

МНОЖИ
ВМЕСТЕ
ПОСРЕДНИКА



СВАДЪБА В СТИЛЕ ПРОВАНС



Условия

1. Качественный продукт
2. Индивидуальный подход
3. Персонализация (собственные запланированные положительные эмоции)
4. Тема, близкая потребителю

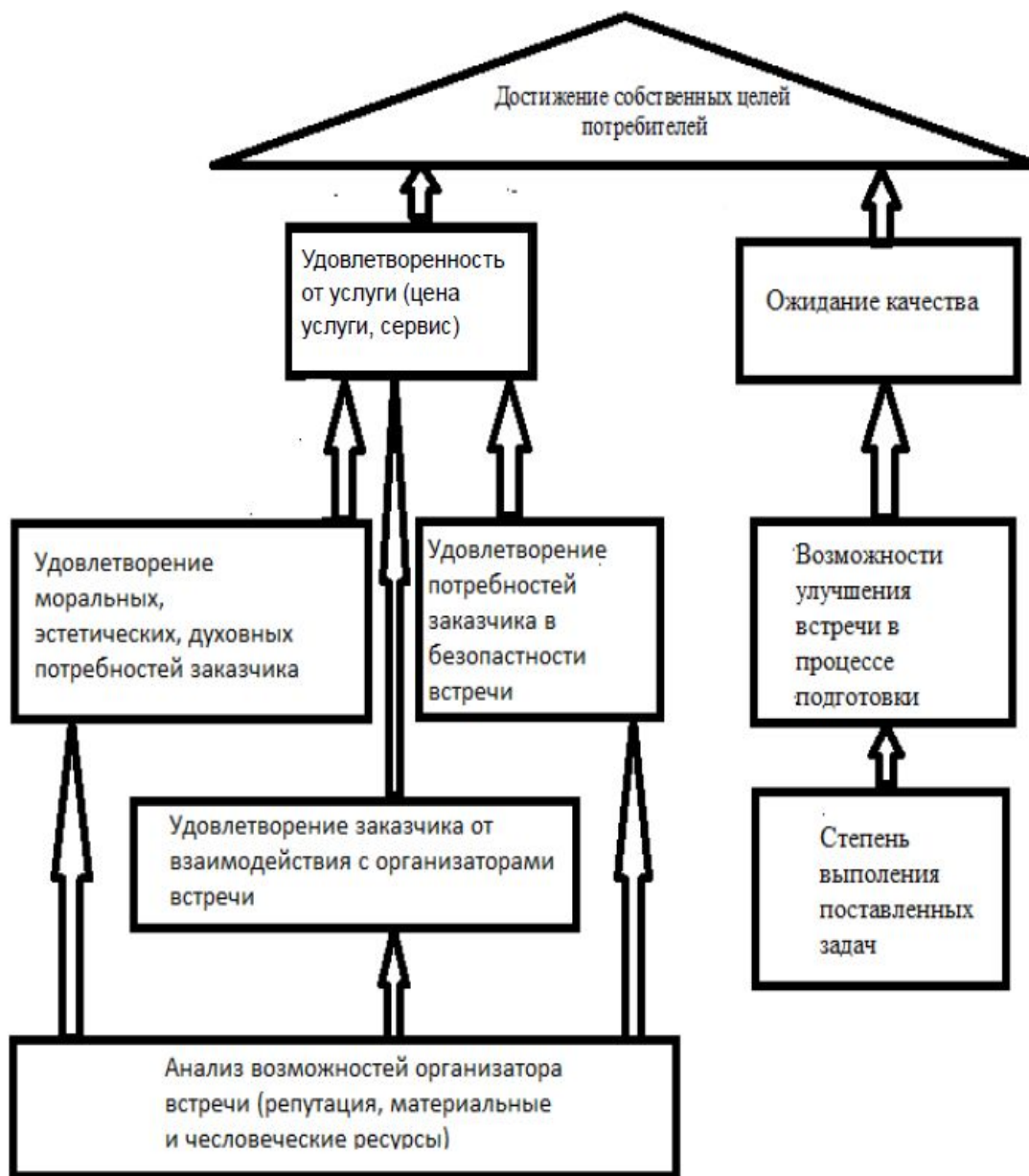
Качество в индустрии встреч

```
graph TD; A[Качество в индустрии встреч] --- B[Качество условий]; A --- C[Качество процессов]; A --- D[Качество результатов];
```

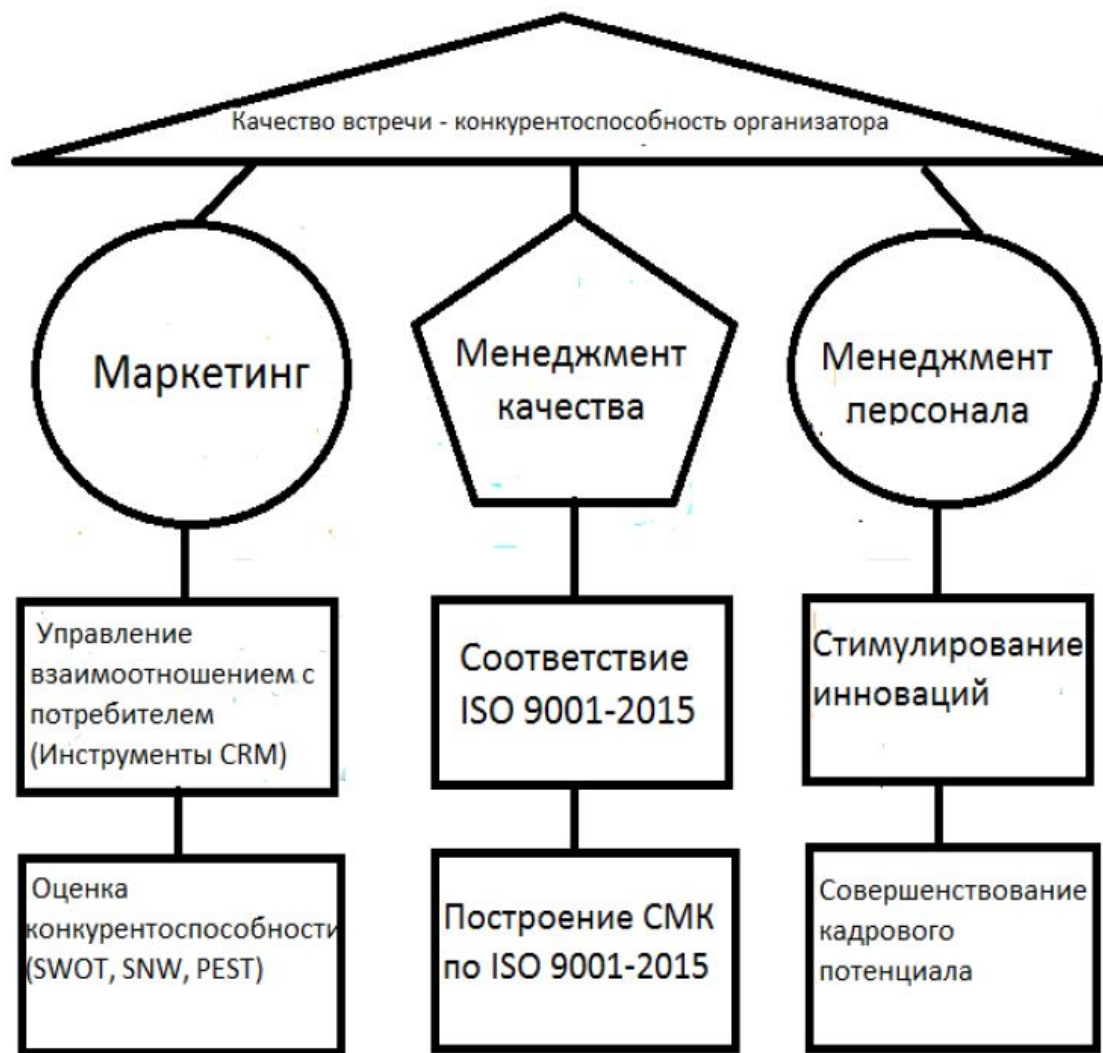
Качество
условий

Качество
процессов

Качество
результатов



- Деятельность организатора встречи, влияющая на качество



Критерии результативности СМК для проведения GAP анализа

№	Признаки результативности	Критерии	Методы и свидетельства
1	Система управления качеством в ИДВ организации	Наличие цикла Деминга-Шухарта в процессах Согласованность входов/выходов процессов	Проведение внутреннего мониторинга СМК и документация о наличии цикла Деминга-Шухарта Процедура согласования входов и выходов, документация о наличии согласования
2	Система исчисления результативности деятельности организации ИДВ	Система сбалансированных показателей ИДВ (BSC)	Процедура сбора данных, измерения, расчета и заполнения BSC, протоколы BSC
3	Соответствие стандартам ИСО 9001:2015 ИСО31000:2009 (Управление рисками)	Соответствие требованиям ИСО 9001:2015 ИСО31000:2009 (Управление рисками)	GAP-анализ, протоколы GAP-анализа

Культурные мероприятия для продвижения товарного бренда





