



ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА
И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА НИУ ВШЭ



КАК СРЕДА ОБИТАНИЯ ЧЕЛОВЕКА В 2025 БУДЕТ МЕНЯТЬ ЕГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКУЮ МОДЕЛЬ

Татьяна Комиссарова, профессор, декан

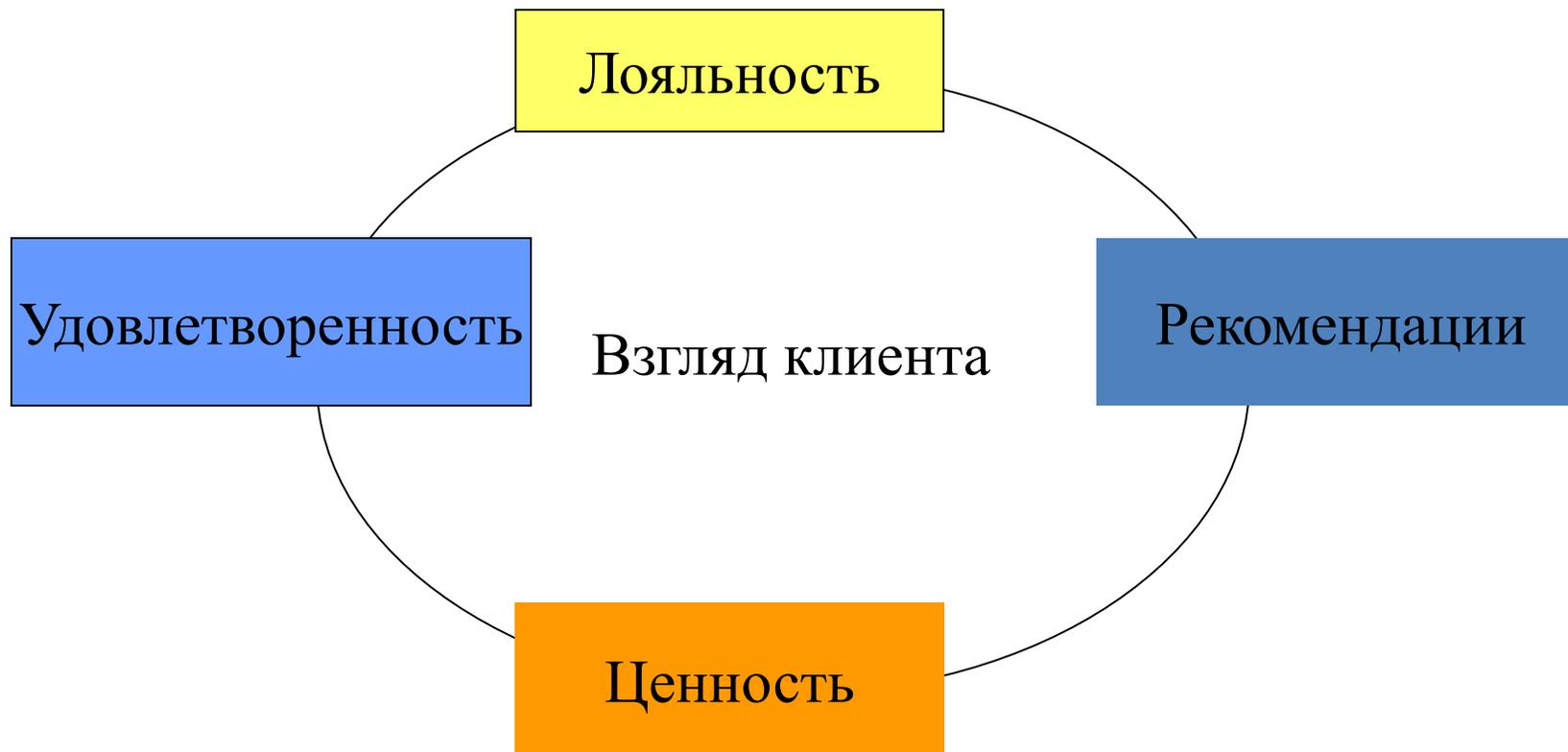
28.09.2017

Маркетинг Сегодня

Ориентирован на
существующие
потребности и модели
потребления человека



Что интересует компанию сегодня





ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГА

Комплекс маркетинга

Р (классика)	С (1990- 2000 г.)	Е (2010 – н/в)
Товар	Потребитель	Опыт (experience)
Цена	Издержки	Индивидуальная цена (exchange)
Место	Удобство	Через развлечения (engagement)
Продвижение	Коммуникации	Везде (everyplace)
		Всегда (evangelism)



Robinson Street

Green Valley



Residents are saying:

Street: Street party this Saturday - bring your friends.

Suburb: The local schools are great!

News about this:

Street: Judge buys property in Robinson Street

Suburb: Crime drops dramatically in Green Valley

Local Favourite Restaurant

Pizza Italia

Last there: 15/04/08

Owner name: Vincente Paliozi

1 Network presence
3 persons removed



Jimmy Marshall, 30
1ST CONNECTION
VIA WORK



Tom Hancock, 26



Belinda Andrews, 31
2ND CONNECTION
VIA James West

Friends in Area



Nomatongo Mthimkhulu
2km SE



Albert Ngcobo
500m W



Jessica Aarorr
5km NW

MORE THAN
2.5KM >



Тренды, влияющие на формирование среды

Анализ состояния и динамики мирового рынка нейротехнологий. РВК 2015

Технологические предпосылки для изменения среды

- Улучшение технических параметров и одновременное удешевление техники
- Переход от вертикальных сетей к MESH сетям (сетям с произвольной топологией). Уменьшение размера датчиков
- Развитие BigLiveData и обновление данных в реальном времени
- Развитие робототехники: упрощение интерфейсов, снижение стоимости, миниатюризация, искусственный интеллект
- Рост мощности процессоров и электроники, которая применяется в устройствах, работающих с телом и мозгом

Изменения в маркетинге

«Я верю
в силу
бренда!»

Маркетинг –
профессия
вкуса

синтетические
метрики

Data Driven
маркетинг

AI Driven
маркетинг

многофакторная
кластеризация

эра
моделирования



ЧЕЛОВЕК: МЕСТО И РОЛЬ

Человек в реальном мире

A close-up photograph of a hand with the index finger pointing down at a stack of several books. The books are stacked on the right side of the frame, with their spines facing left. The hand is positioned on the left side, with the index finger touching the top of the second book from the bottom. The background is plain white.

Вопрос:
«Что мне нужно делать
сегодня для своего
будущего?»

Ответ Д.Пескова:
«Учиться и переучиваться»

Человек в мире фантазий

Вопрос: «Мир неопределенности уже наступил?!»

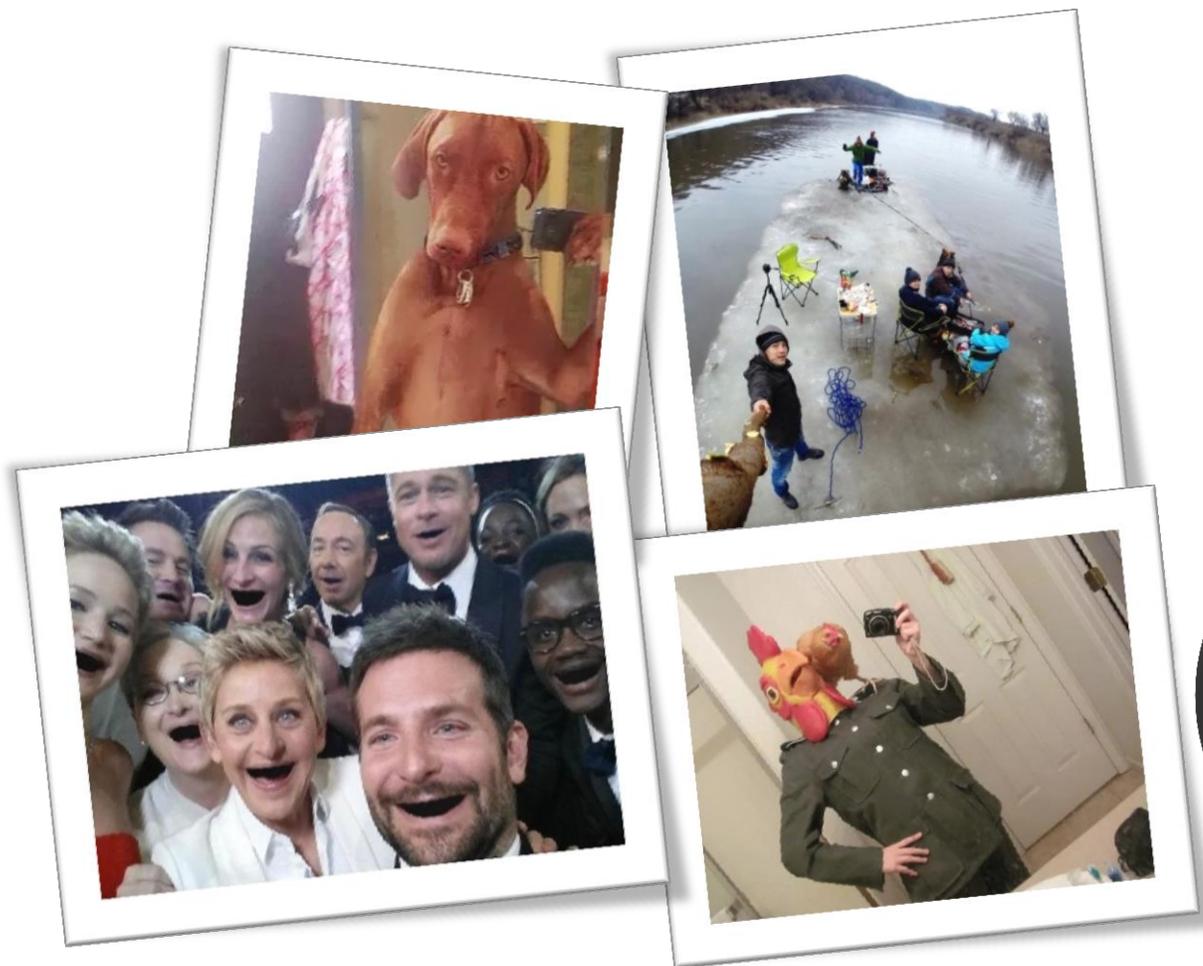
Ответ:

«Да. Научитесь
управлять
своей
идентичностью»



Человек в мире фантазий: социальные сети

Селфи и не только



Аватарки



Виртуальный Я

Вопрос: «Мой электронный ассистент – мой клон?»

Ответ:

А.Себрант, Яндекс

«Имейте смелость
делегировать машине...»



«Среда обитания» человека в 2025

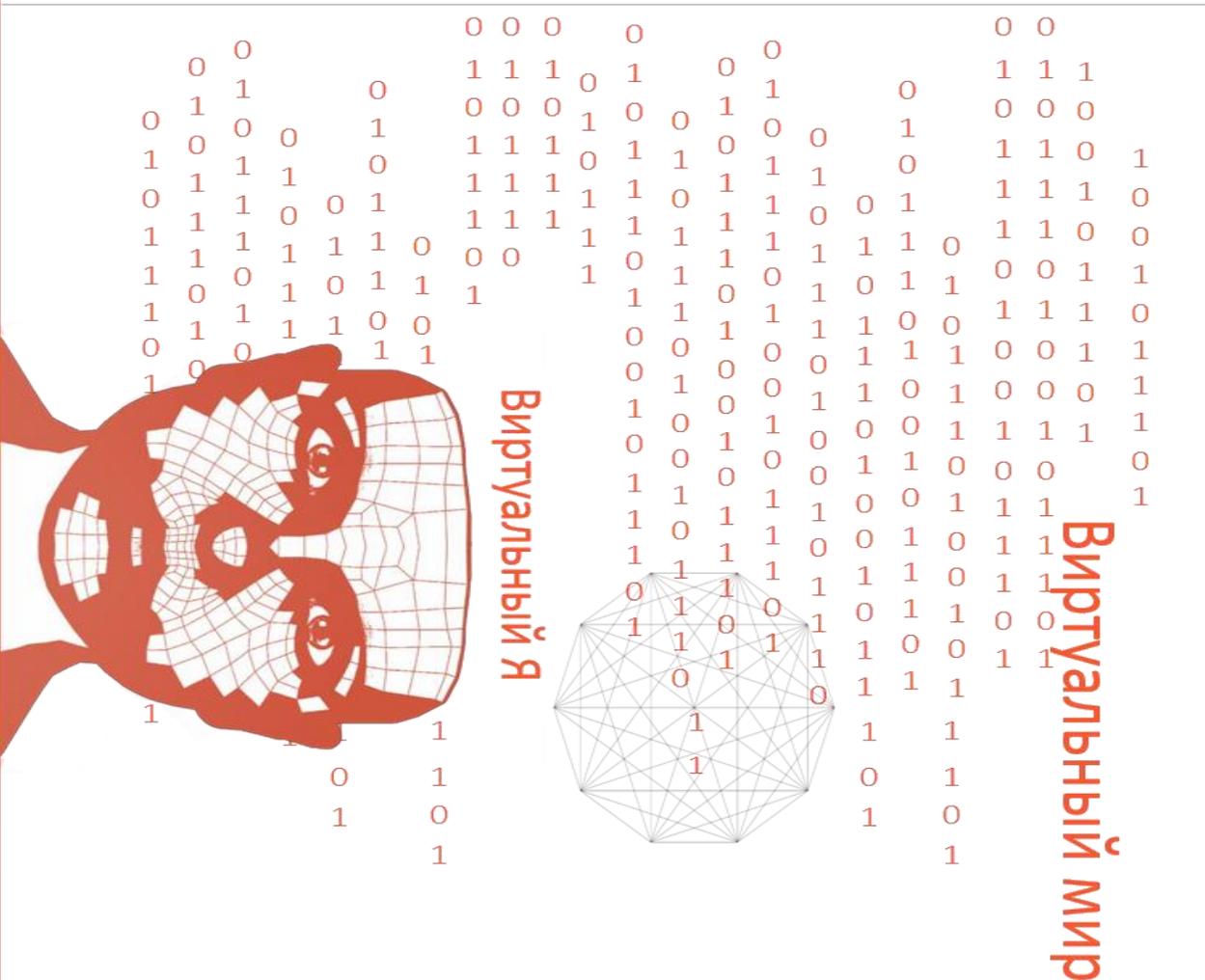
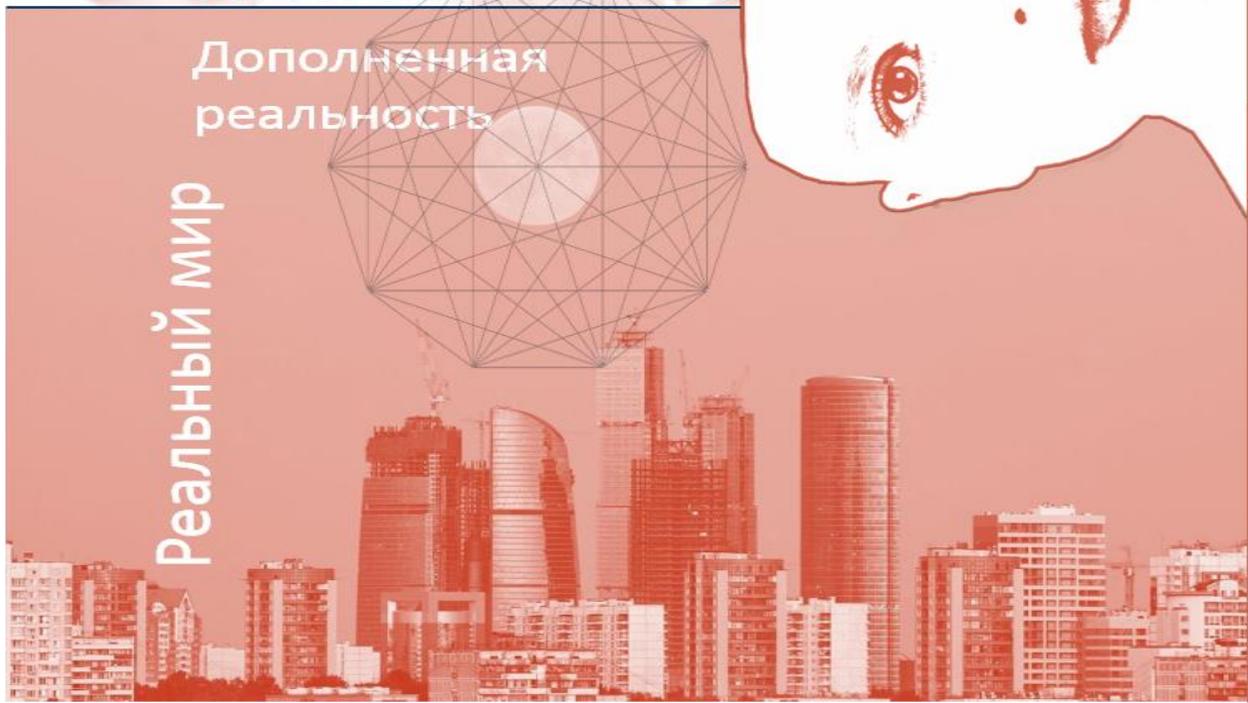
Мир контента

Мир фантазий



Дополненная реальность

Реальный мир



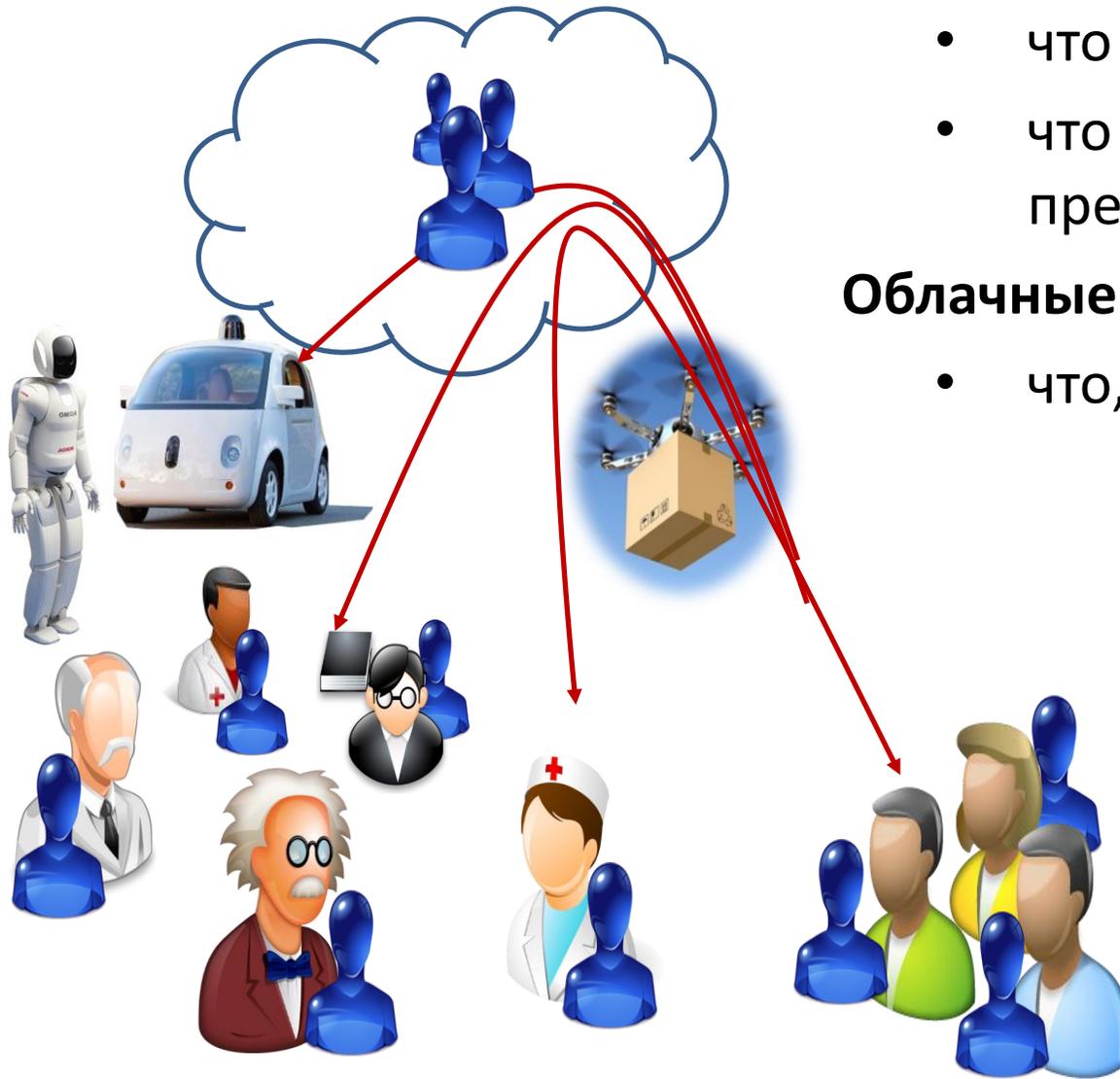
Виртуальный Я

Виртуальный мир

*НТИ MediaNet



Скоро: Глобальный агентский секретариат



Персональные агенты знают

- что вам сейчас надо
- что вы можете предложить

Облачные агенты знают

- что, где, когда, почему

*Сергей Шумский
НТИ НейроNet*



ЧЕЛОВЕК, ИДУЩИЙ В БУДУЩЕЕ

Человек в быстро меняющемся мире

Человек должен обладать не алгоритмизированным мышлением (А.Асмолов, доктор психол. наук)



Человек уверен, что «делать нужно так, а не иначе». Привычки мешают войти в «новую» реальность (П.Лукша)

Человек в быстро меняющемся мире

Культура и образование формирует у человека способности жить в условиях неопределенности

Радоваться жизни, если:

- Не воспринимать реалии, как константу
- Менять вид деятельности
- Воспринимать изменения, как новые возможности
- Находить себе подобных и формировать новую среду



Человек создающий

Если вы обладаете:

- компетенциями сотрудничества (П.Лукша)
- творческой инициативой
- электронным клоном
- у вас есть единомышленники

Создавайте новые пространства и «синтетические миры» для творчества и жизни





МАРКЕТИНГ БУДУ-У-У-УЩЕГО

Что нужно знать о потребителе в будущем

Какие эмоции человек
захочет испытывать и в
связи с какими событиями



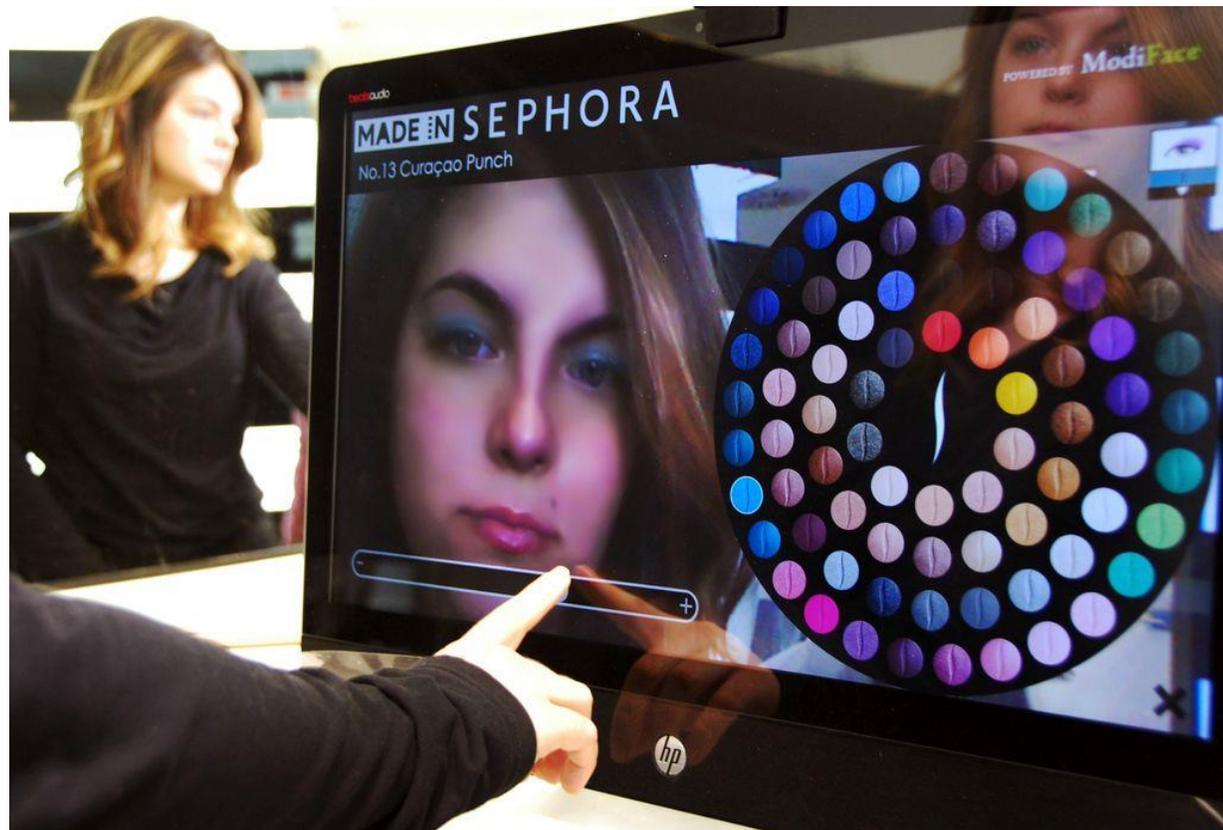
Что нужно знать о потребителе в будущем

Какие «игры» доставляют
ему удовольствие



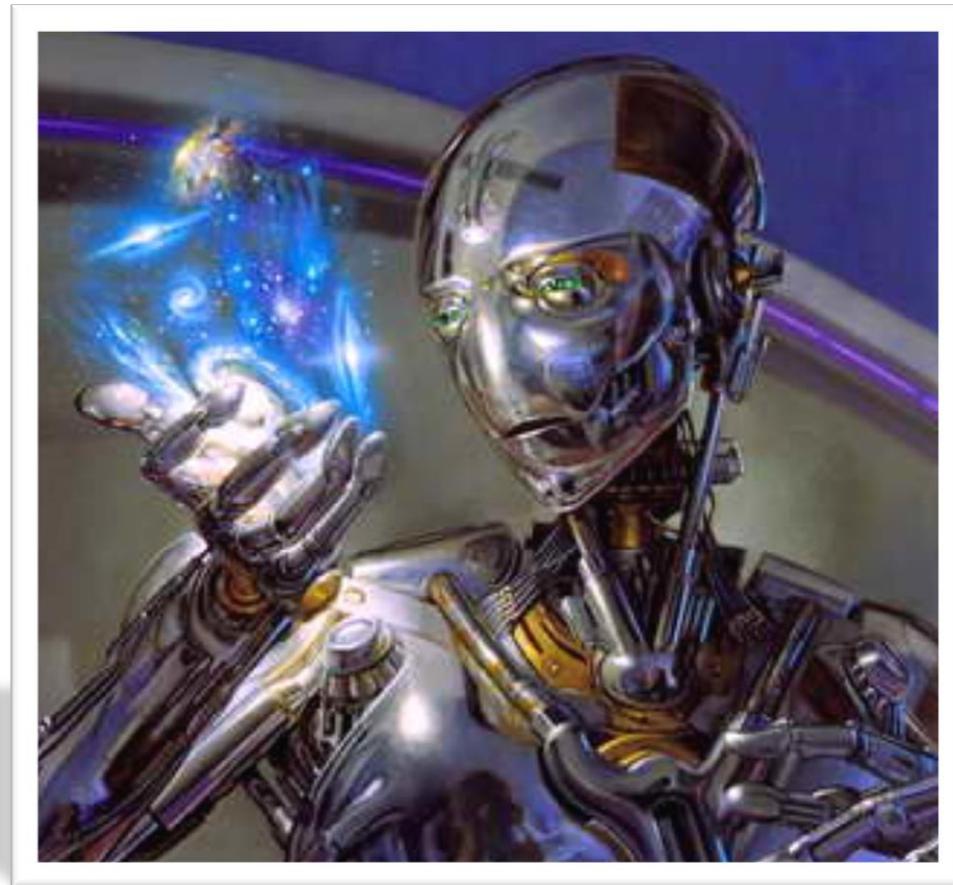
Что нужно знать о потребителе в будущем

Каким образом человек захочет сам покупать себе товары и услуги



Что нужно знать о потребителе в будущем

Как человек познает новое и как захочет, чтобы мы его понимали:
взглядом, словом,
вздохом, мысленно ...

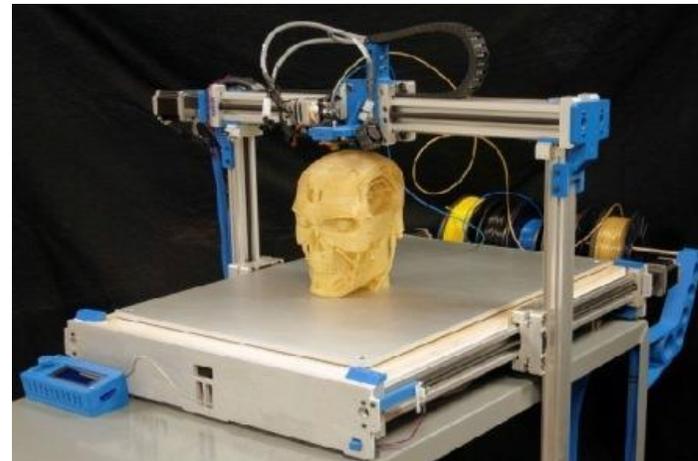
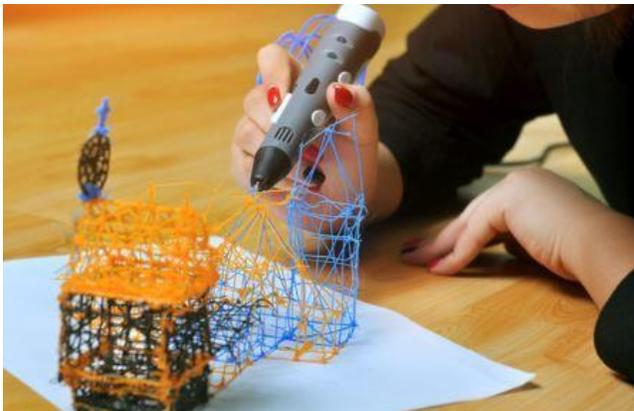


Маркетинг на основе когнитивной информации

Стремится формировать новые потребности и новые модели потребления

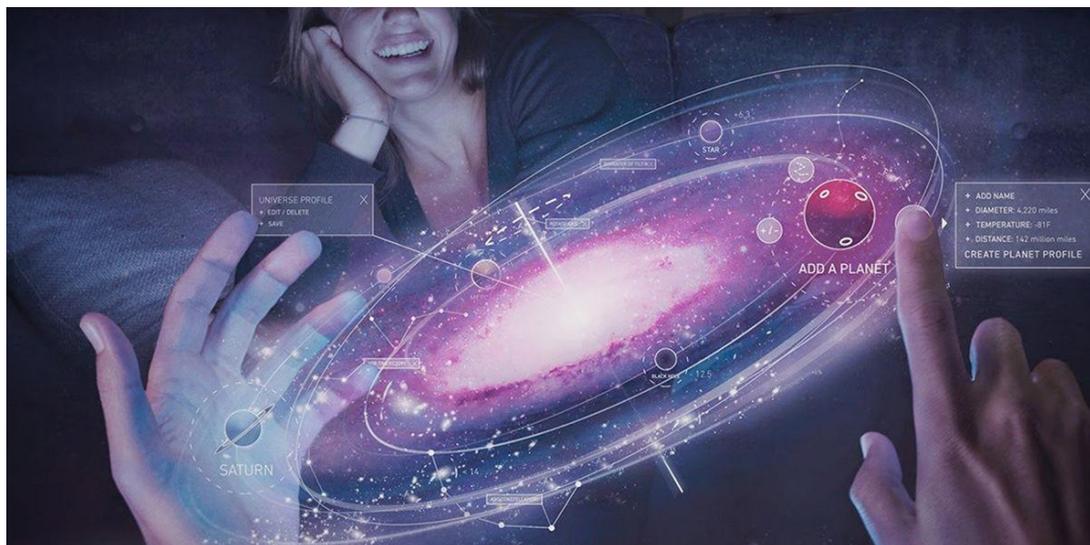
Для «управления» человеком необходимо:

- Предсказуемость
- Технологичность
- Программируемость



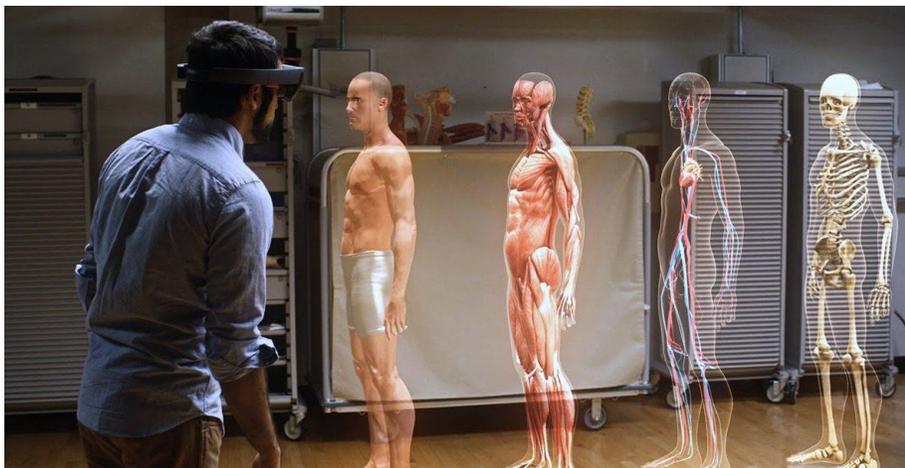
Какую информацию нужно будет доносить до потребителя

Среда, как медиа, информирует меня ...



Какую информацию нужно будет доносить до потребителя

Среда информирует меня о моем состоянии



Какую информацию нужно будет доносить до потребителя

Бренд – медиа несет информацию о важном и интересном для меня



В МАРКЕТИНГ 2025 ВОСТРЕБОВАНЫ КОМПЛЕКСНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

технологии + креатив + контент + социальные технологии + креатив + IT-технологии +
контент + креатив + контент + социальные технологии + креатив + IT-технологии + креатив

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ЛИЧНОСТИ



ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА НИУ ВШЭ

MARKETING.HSE.RU