



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Поведение российских потребителей: точки роста для малого и среднего бизнеса

Татьяна Комиссарова,
Декан Высшей школы маркетинга и развития
бизнеса НИУ ВШЭ

- «Новый человек» обладает онлайн поведением и существует параллельно в онлайн и офлайн средах
- Необходимость знать мотивы и ценности потребителей
- Потребитель ожидает не товаров, а решений

Необходимо искать ниши на рынках с точками роста и формировать из них зоны прибыли компании

Необходимо знать, как покупатель принимает решение о покупке конкретного продукта



Необходимо обладать компетенциями, как формировать и влиять на поведение потребителей

Восприятие человека, как правило, подчинено мотивационной системе, которая формируется благодаря **социальному опыту**.

Рациональный покупатель решил, какую вещь он хочет купить заранее. Но продукт какой ТМ он купит, зависит от **эмоционального восприятия**.

Для включения сознания важно наличие эмоционального воздействия.

Основная задача маркетинга ...

...сделать потребителя **счастливым**

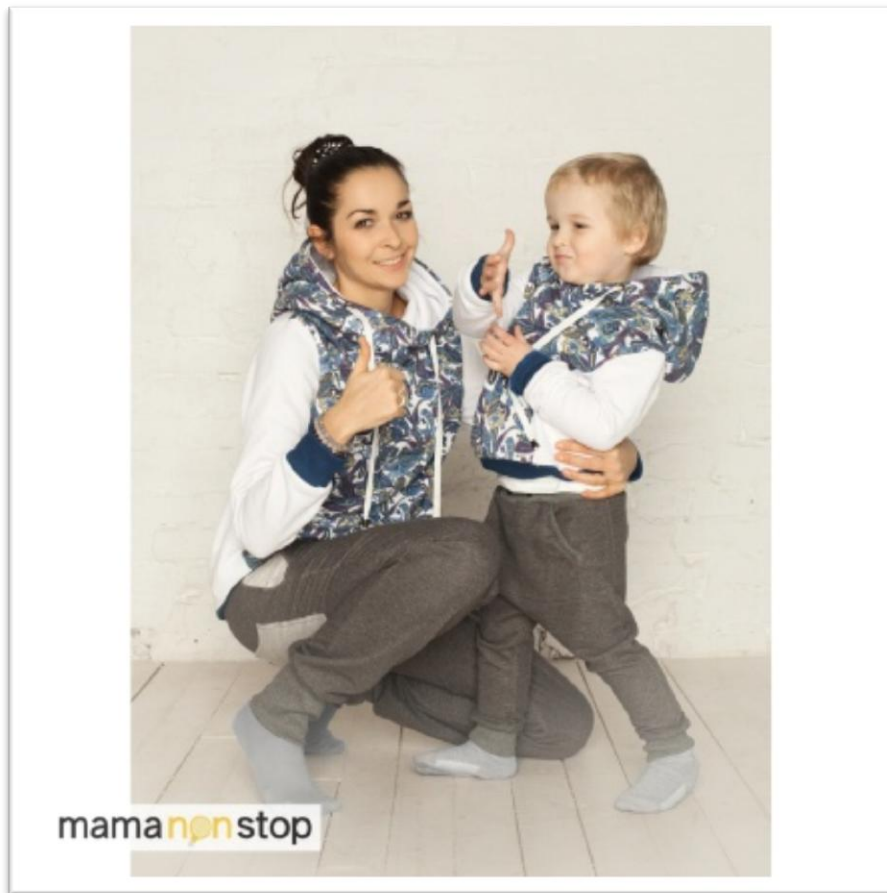
Стремление сделать
счастливее



Манипулирование
сознанием



1. Трендовые истории



Главная идея - одежда для малышей и их родителей в едином стиле
(<http://mamanonstop.ru>)

2. Контент-истории, воплощенные в лицензионные продукты



3. Запуск эмоциональной системы, благодаря мотивам

- мотив безопасности
- социальный мотив
- мотив альфа (мотив силы и превосходства)
- мотив открывателя



Мотив безопасности





НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

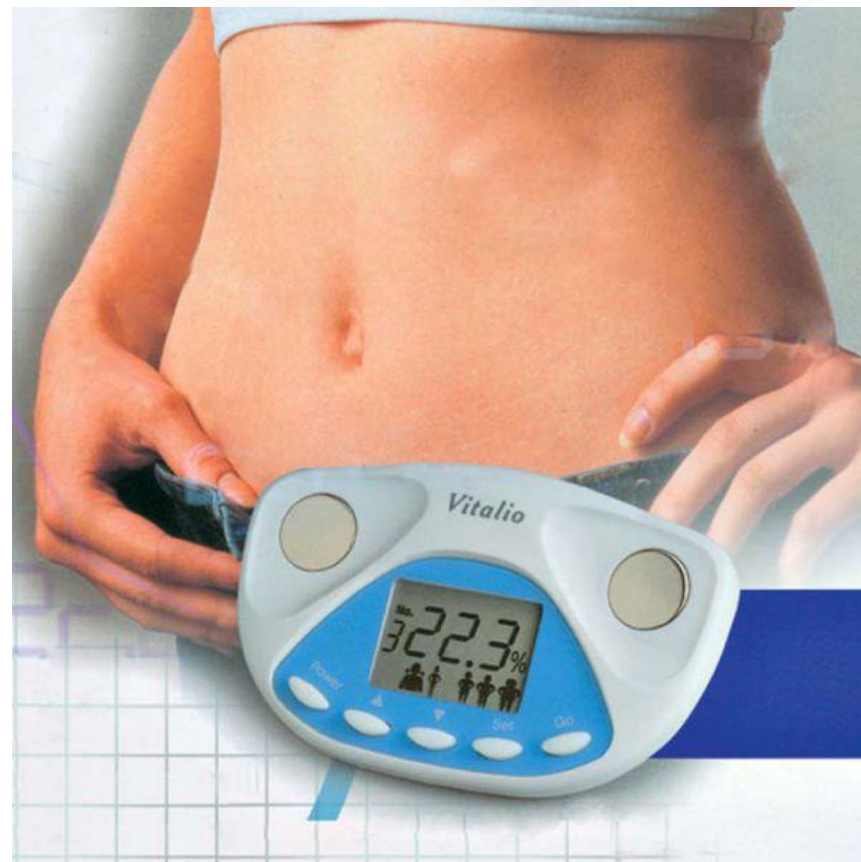
Социальный мотив





НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Мотив превосходства и силы



3D принтеры



4. Решения и продукты для домохозяйств



5. «ИГРА» с продуктом

«Игра» с продуктом всегда сопровождается эмоциями человека

Глубинная, неосознаваемая цель этой игры – эксперименты с

САМОИДЕНТИФИКАЦИЕЙ
(ответ на вопрос: «Кто Я?»)



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Создают продукт для себя



Органик Шоп

(<http://www.organic-shops.ru/>) .

Органическая косметика,
возможность создания
индивидуального продукта под себя –
шампунь бар, соль для ванн)



***Когда управление
организмом берут на себя
эмоции, поведение человека
меняется***



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



ВОПРОСЫ ?



ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

КОНТАКТЫ:

Москва, ул. Малая Ордынка, дом 17
+7 (495) 959-45-52 | market@hse.ru
www.marketing.hse.ru