



Первый Балтийский форум по проблемам
менеджмента spa&wellness и эко-направлений

**БРЕНДИРОВАНИЕ
SPA&WELLNESS
НАПРАВЛЕНИЙ В РОССИИ.**

БРЕНД

это идентифицируемый продукт, сервис, личность или место, созданные таким образом, что потребитель или покупатель воспринимает уникальную добавленную ценность, которая отвечает его потребностям наилучшим образом

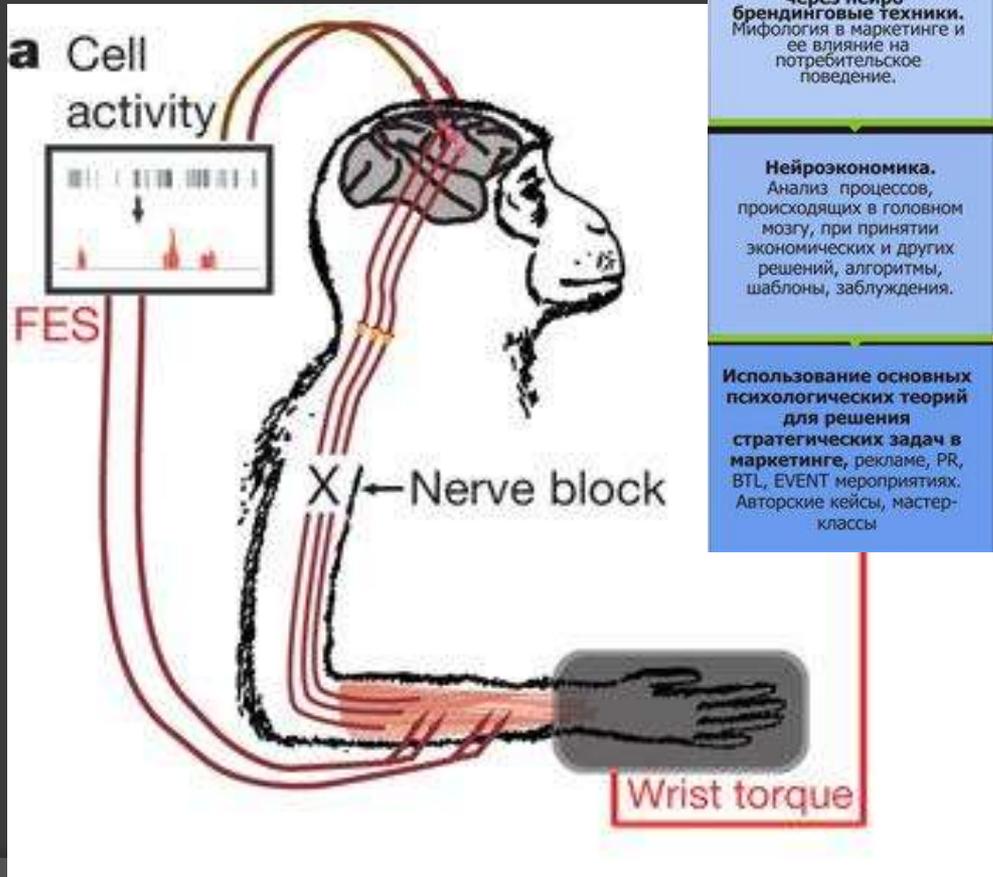
Leslie De Chernatony

БРЕНДИРОВАНИЕ

воздействие по всем каналам
коммуникации и восприятия

с чётко сформулированными:

- едиными целевыми ассоциациями
- потребительскими реакциями



Научная основа: нейро-наука	Инновационный маркетинг в брендинге и рекламе	Инновационный маркетинг в Ритейле и Архитектуре	Инновационный маркетинг в Интернете
<p>Психофизиология как инструмент, воздействующий на бессознательное. Бренды как психоактивные вещества для современного потребителя.</p>	<p>Современные методы ребрендинга через нейробрендинговые техники. Особенности формирования конкурентноспособного бренда.</p>	<p>Новое восприятие пространства в торговой архитектуре. Механизмы, влияющие на восприятие пространства и методы воздействия на пять органов чувств.</p>	<p>Бренды уходят в сеть. Решения и практические инструменты для повышения эффективности продуктов массовых коммуникаций, правила построения рекламных материалов для эффективного преодоления барьеров восприятия.</p>
<p>Оценка и управление процессами, влияющими на поведение человека, через нейробрендинговые техники. Мифология в маркетинге и ее влияние на потребительское поведение.</p>	<p>Сенсорный брендинг: определение каналов сенсорного восприятия и методы воздействия на принятие решения о покупке. Методы воздействия на неосознаваемые аспекты мышления, влияющие на потребительский выбор. Практикум</p>	<p>Эффективный мерчендайзинг: управление желанием купить. Правила создания эффективной концепции в торговой архитектуре: Визуальный образ и цветовое кодирование. Практикум по авторским методикам.</p>	<p>Эффективные методы и способы психологического воздействия на потребителя. Психотехнологии, нетрадиционная реклама и PR-инструменты. Практикум.</p>
<p>Нейроэкономика. Анализ процессов, происходящих в головном мозгу, при принятии экономических и других решений, алгоритмы, шаблоны, заблуждения.</p>	<p>Управление продажами. Новая психология продаж и принципы создания торговой марки на основе потребительских ожиданий, мотивационной структуры, формирование карты потребностей</p>	<p>Как заставить торговое пространство работать на 100%. Особенности внутреннего оформления с целью максимального воздействия на все репрезентативные входы потребителя. Практикум.</p>	<p>Интерактивный маркетинг влияния. Интегрированный подход, управление, расчёт эффективности. Психологический таргетинг для эффективных продаж в Интернете.</p>
<p>Использование основных психологических теорий для решения стратегических задач в маркетинге, рекламе, PR, BTL, EVENT мероприятиях. Авторские кейсы, мастер-классы</p>	<p>Управление потребительским поведением через продукты коммуникаций. Авторские кейсы, мастер-классы.</p>	<p>Алгоритм приведения магазина к максимальной привлекательности для инвестора. Способы увеличения оборота с минимальными затратами. Авторские кейсы, мастер-классы.</p>	<p>Маркетинговые стратегии в Интернете. Современные инструменты для внедрения краткосрочных и долгосрочных стратегий присутствия в Интернете. Авторские кейсы, мастер-классы.</p>

ГДЕ ВАШ БРЕНД?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

ЧТО ХОЧЕТ ОТ ВАС КЛИЕНТ?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

ЗА ЧТО КЛИЕНТ МОЖЕТ ПРЕПЛАТИТЬ?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

НА ЧТО НАДО ОПИРАТЬСЯ?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

ЧЕМ ВЫ ГОРДИТЕСЬ?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

ИЗ-ЗА ЧЕГО ВЫ ПОСТОЯННО РИСКУЕТЕ?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

В ЧЕМ ВЫ АБСОЛЮТНО УВЕРЕНЫ?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

ЧТО КЛИЕНТ НЕ ПОНИМАЕТ И НЕ ЦЕНИТ?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

ГОВОРЯ О ВАС О ЧЕМ ГОВОРЯТ?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

ГДЕ СКРЫТА ВАША САМАЯ УЖАСНАЯ ТАЙНА?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

ЧТО НЕ ЗАВИСИТ ОТ ВАС?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

ЧТО ВАМ НЕ НУЖНО?

ПРОДУКТ

СЕРВИС

ЛИЧНОСТЬ

МЕСТО

**Те у кого совпало
9 и более ответов**

являются владельцами брендов!

7 или 8 – пора применять новые форматы

Менее 7 - обслуживаете чужие бренды



Спасибо за внимание!

www.ismss.ru