

ОЛЕКСІЙ ФІЛАНОВСЬКИЙ

КАРГО- МАРКЕТИНГ



І УКРАЇНА

УКРАЇНСЬКИЙ ДИПЛОМАТИЧНИЙ ЦЕНТР
ФАБУЛА
2020

ОЛЕКСІЙ ФІЛАНОВСЬКИЙ

КАРГО-

МАРКЕТИНГ

І УКРАЇНА

ВИДАВНИЧИЙ ДІМ

ФАБУЛА

#PRO

*Усі права збережено.
Жодна частина цієї книжки
не може бути відтворена в будь-якій формі
без письмового дозволу власників авторських прав.*



785645

Філановський Олексій

Ф51 Карго-маркетинг і Україна / пер. укр. О. Журенко. — Харків : ВД «Фабула», 2021. — 144 с.

ISBN 978-617-522-006-1

Ми живемо в країні, де переміг «карго-маркетинг» — маркетинг, що спирається на міфи і фікції. Деяким бізнесам комфортно в обіймах цього культу, але рано чи пізно зіткнення реальності та міфології призводить до руйнівних наслідків.

Олексій Філановський, відомий український маркетолог, на сторінках цієї книжки аналізує найпоширеніші бізнес-міфи і пропонує дієві і прозорі методи та інструменти, що допоможуть налагодити справді ефективну роботу маркетингу.

Друга частина книжки присвячена філософським проблемам маркетингу — зокрема тому, як він створює цінність, що задовольняє запити споживачів і сприяє процвітанню компаній. Спираючись на фундаментальні засади засвоєння інформації, автор ділиться власним багатим досвідом побудови успішних брендів.

Третя частина книжки пропонує читачеві зазирнути в недалеке майбутнє за допомогою вже наявних трендів, що в найближчі десятиліття радикально змінять суспільство, споживання і ринки.

УДК 339.138

ЗМІСТ

Опануйте себе: припиніть будувати літаки з паліччя та очерету!.....	5
---------------------------------------------------------------------	---

РУЙНУЄМО МІФИ

1. Дослідження не потрібні. Зате фокус-групи — класна штука	13
2. Український споживач тупий і спілкується виключно суржиком	19
3. «Чуйка» — фірмовий знак українського маркетингу, а власник — найкращий маркетолог у компанії.....	23
4. Коротка комунікація — безглузда й нещадна	27
5. «Портрет споживача». Найкращий спосіб згаяти час	31
6. Експертність нічого не варта. Важлива креативність	37
7. Бренд не потрібен, головне — продукт	40
8. Стратегія? Застарілий мотлох, сучасні люди про це не думають	42
9. Порахуймо все. Вийшла якась фігня... Зате які красиві графіки!	46
10. Креатив обговорюємо всім колективом. Особливо важлива думка друзів засновника.....	49
11. Робитимемо саме так — одного разу в нас усе вийшло	53
12. Запустимо рекламу, коли заробимо гроші	57
13. Усі мріють працювати тільки в нашій компанії	60
14. Винаходимо велосипед. Довго і дорого	63
15. Позиціонування, спадкоємність, послідовність? Ні, нам до душі спонтанність	67
16. «Ось воронка продажів, вона працює. Ми завжди рахуємо ROI. Бренд не потрібен...» Через два роки: «Наша воронка скорочується. ROI падає. Ми не знаємо, що робити...».....	70
17. Маркетинг на службі продажів. «А можна голосніше? А ще голосніше? Не чую-у-у!»	72
18. Маркетинг на службі реклами. «А чому б не прив'язати до цієї ідеї якусь стратегію? Ми мусимо проявити сміливість!»	75

19.	Маркетинг без бюджету	78
20.	Гарячі терміни. Як наблизити кінець світу, а потім усе зірвати	81
21.	Розміщуємо рекламу там, де зуміємо, а не там, де її шукає покупець	85
22.	Наш маркетинг дуже ефективний. Найефективніший, якщо чесно.....	88
23.	Міф про важливість соціального схвалення в період кризи, і що про це думає Абрагам Маслоу.....	92
24.	Хрін у бізнесі	95

ФІЛОСОФСЬКІ РОЗДУМИ ПРО КЛЮЧОВІ СКЛАДОВІ МАРКЕТИНГУ

1.	Маркетинг і мої улюблені гріхи	103
2.	Бренди та «законні» асоціації.....	108
3.	Революція в маркетингу. Масова персональна комунікація.....	112

ЯК ЗМІНИТЬСЯ СВІТ У НАЙБЛИЖЧІ 50 РОКІВ І ЩО РОБИТИ МАРКЕТИНГУ?

1.	Життя і здоров'я.....	117
2.	Логістика.....	120
3.	Нова соціалізація	123
4.	Роль «економіки вражень».....	126
5.	Принципи управління командами.....	129
6.	Ядерна енергетика	133
7.	Кінець епохи табуйованого сексу	136
8.	Тренд до тупості	138
Про автора		143