

# Партизанский маркетинг



ВЫПОЛНИЛ

СТУДЕНТ ГРУППЫ ЭП-216

КОВАЛЕНКО А.П.

ПРОВЕРИЛА

КУЗНЕЦОВА Е.В.

**Партизанский маркетинг.**  
«Партизанскими» принято называть те маркетинговые мероприятия, которые выходят за рамки общепринятых способов и средств рекламных коммуникаций и продвижения товара.



# Немного истории



Термин «партизанский маркетинг» («guerrilla marketing», ПМ) ввел в оборот американский маркетинголог Джей Левинсон - тот самый, который в 1951 году придумал «ковбоя **Marlboro**». В 1983 Левинсон обобщил свой маркетинговый опыт в книжке «Готовься, целься, пли!» - в ней впервые и был упомянут партизанский маркетинг.

Marlboro

© 1998 Philip Morris Inc. All rights reserved. The Marlboro name and logo are trademarks of Philip Morris Inc. in the U.S. and other countries.

# Партизанский маркетинг - это продвижение



**..НЕЗАМЕТНОЕ  
ДЛЯ КОНКУРЕНТОВ**

**...НЕЗАМЕТНОЕ  
ДЛЯ ЦЕЛЕВОЙ  
АУДИТОРИИ**

**...НЕЗАМЕТНОЕ...  
ДЛЯ  
РЕКЛАМОНОСИТЕЛЯ!**



# Особенности ПМ



- ▶ Партизанский маркетинг-это маркетинг без бюджета или с малым бюджетом
- ▶ Приёмы легко внедряются
- ▶ Эта реклама вездесуща
- ▶ Точность
- ▶ Резонансность



# Технологии партизанских агентств:



- Запуск и поддержание слухов
- Разработка вирусных компаний
- Нейромаркетинг
- Создание событий
- Перехват целевой аудитории конкурентов
- Мозговые штурмы
- Анализ эффективности
- Борьба с чёрным PR
- Конкурентная разведка



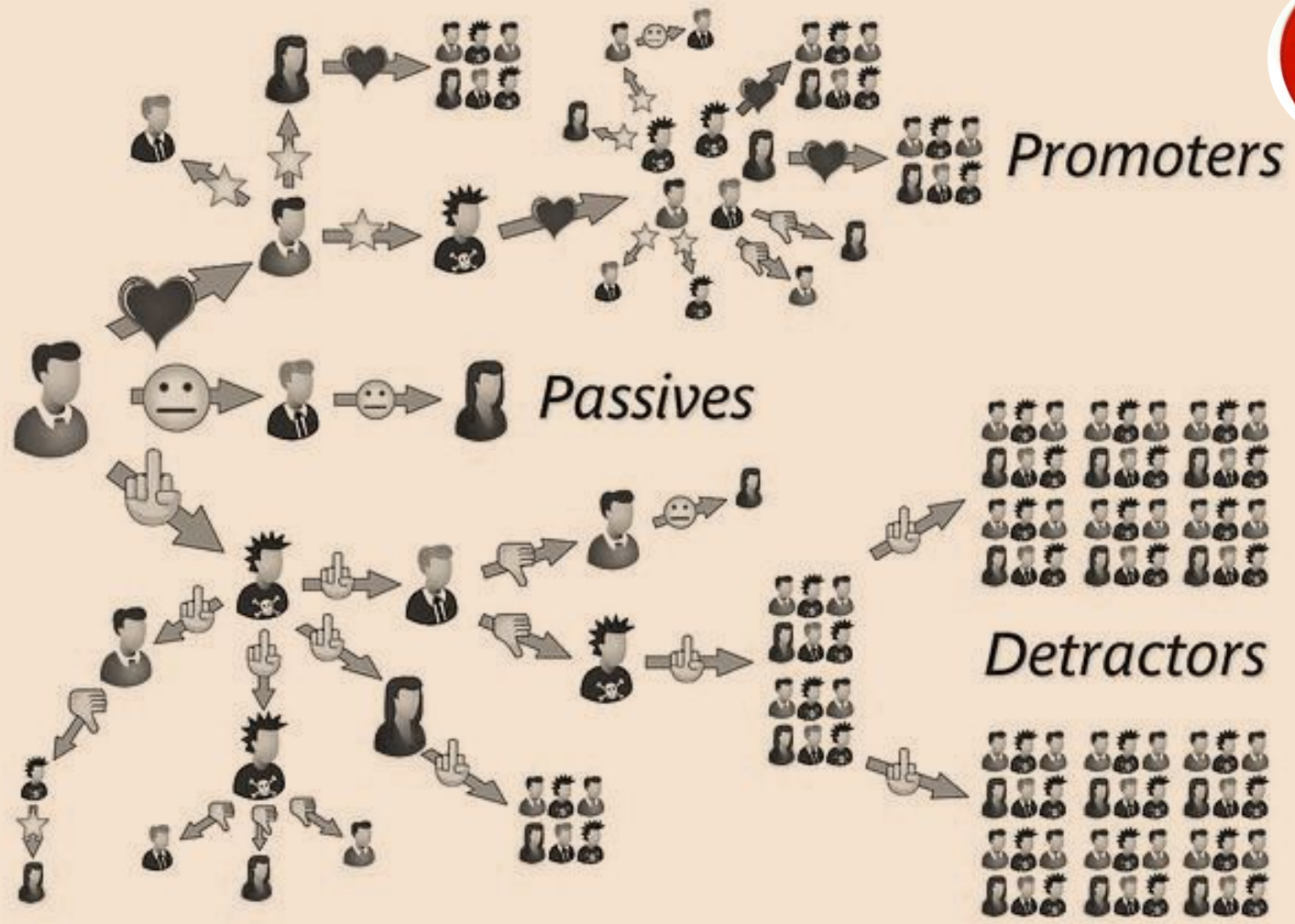
světový  
bestseller

stejně jako zakladatel  
guerrilla marketingu

Guerilla  
marketing



# Запуск и поддержание слухов



# Нейромаркетинг

**Роджер Дули, автор книги "Нейромаркетинг":**

"По подсчетам Джеральда Залтмана, профессора маркетинга из Гарварда, 95% наших мыслей, чувств и столько же процентов процесса обучения происходит без участия сознания".

