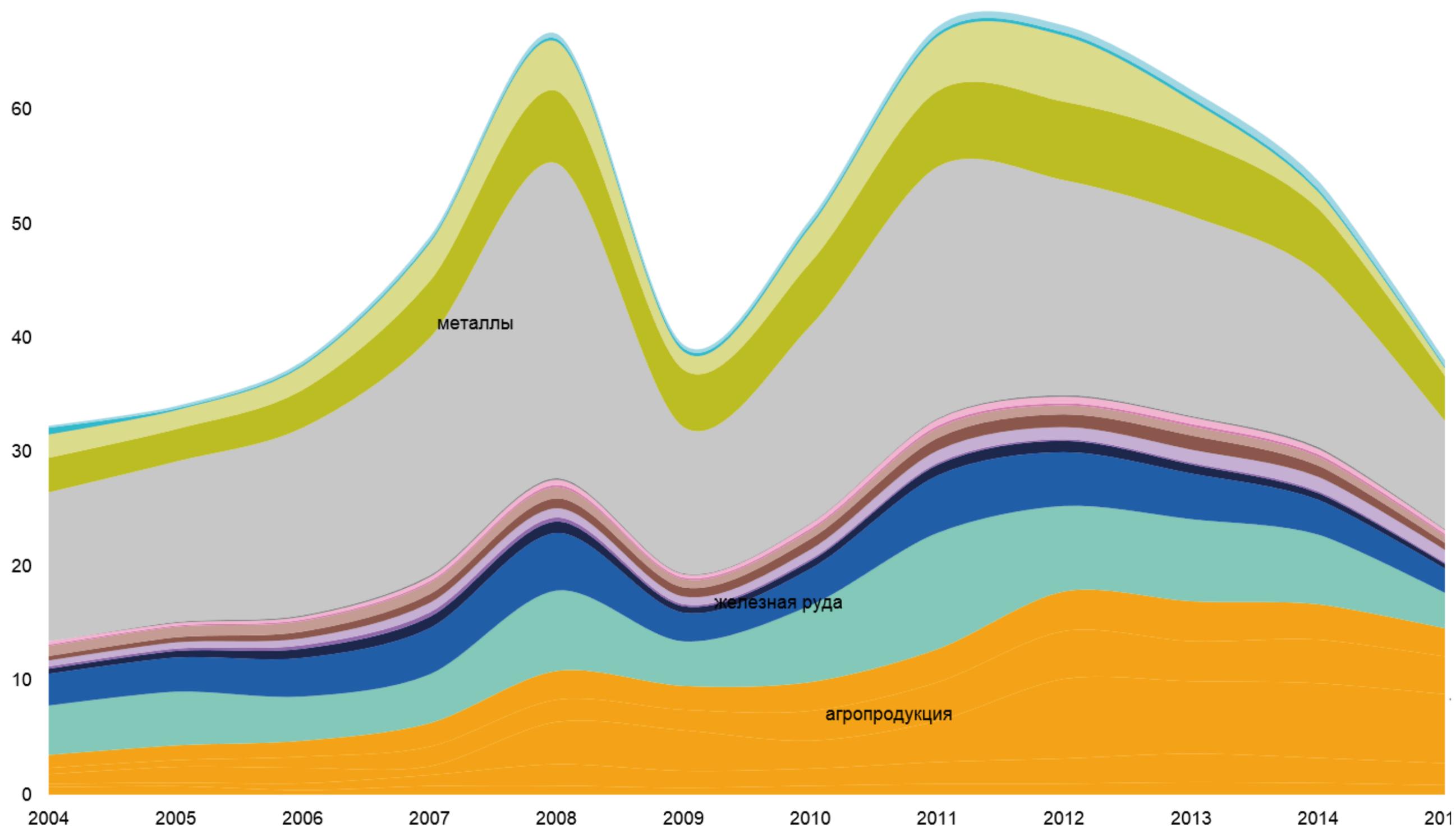




Андрей Длигач
Ярослав Трофимов

ДИВНЫЙ НОВЫЙ Мир



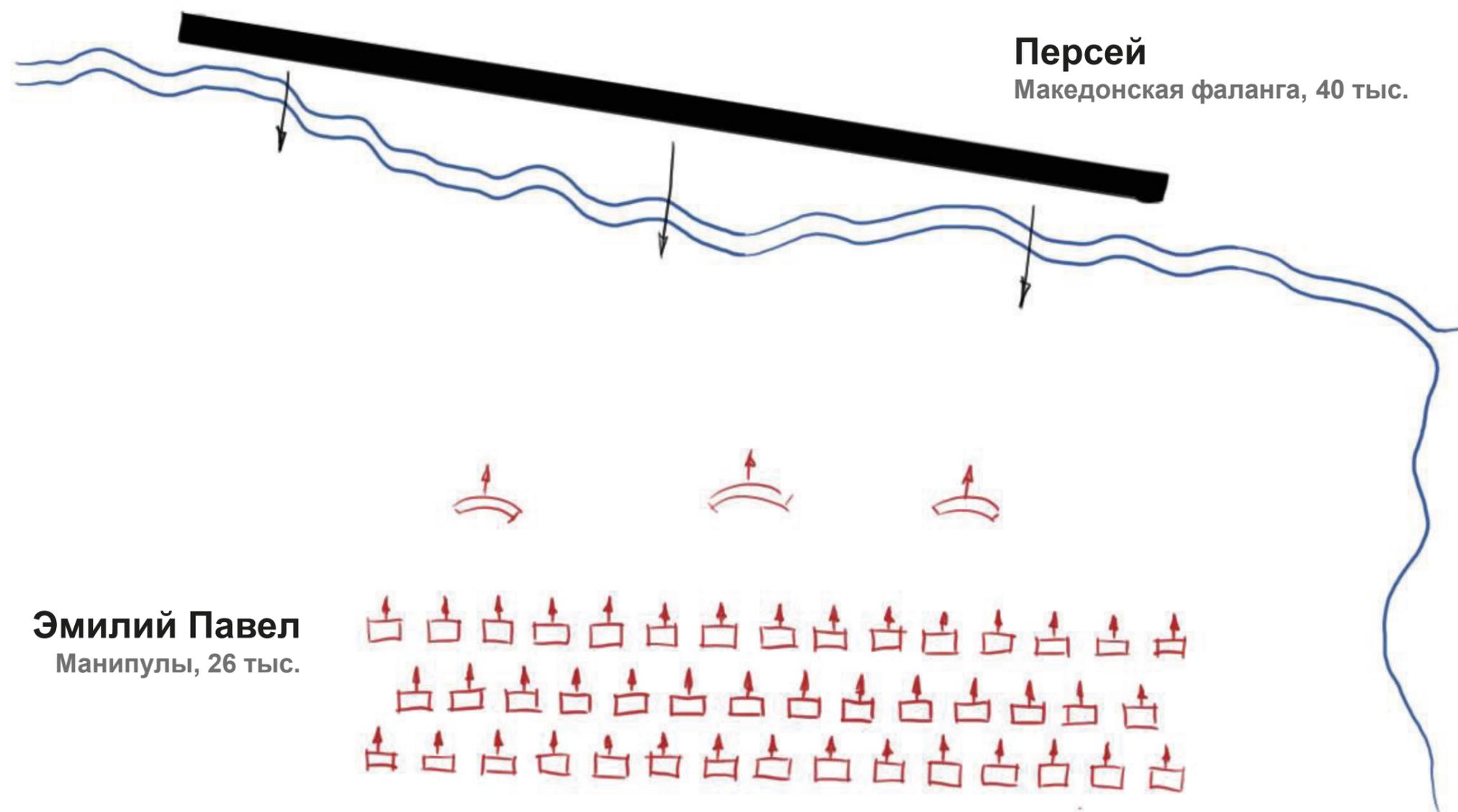
Обсяг українського ІТ-ринку

2014 **-43%** ↓ 2,2 млрд доларів

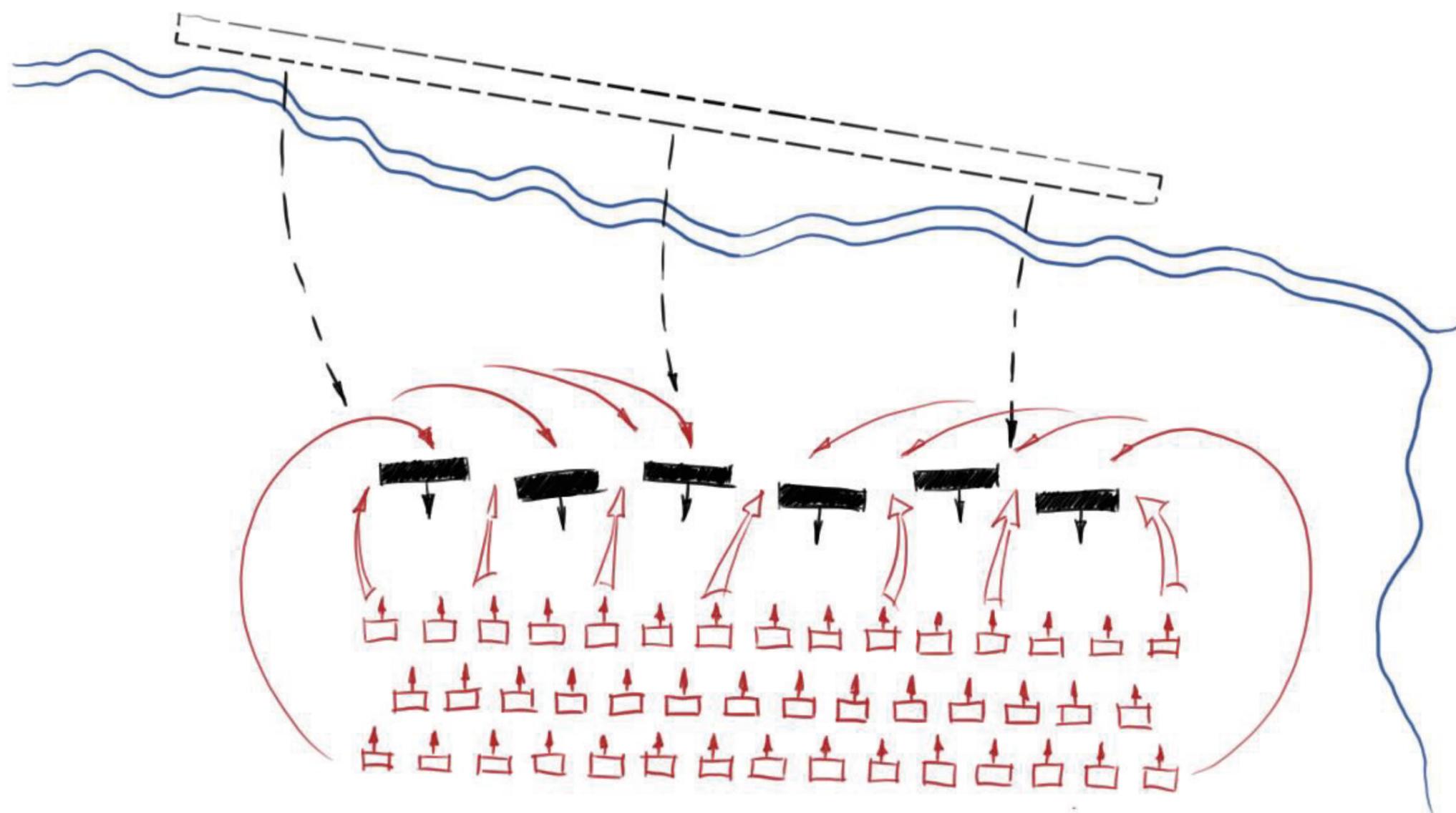
2015 **-42%** ↓ 1,4 млрд доларів



Сражение при Пидне (168 г. до н. э.)



Сражение при Пидне (168 г. до н. э.)





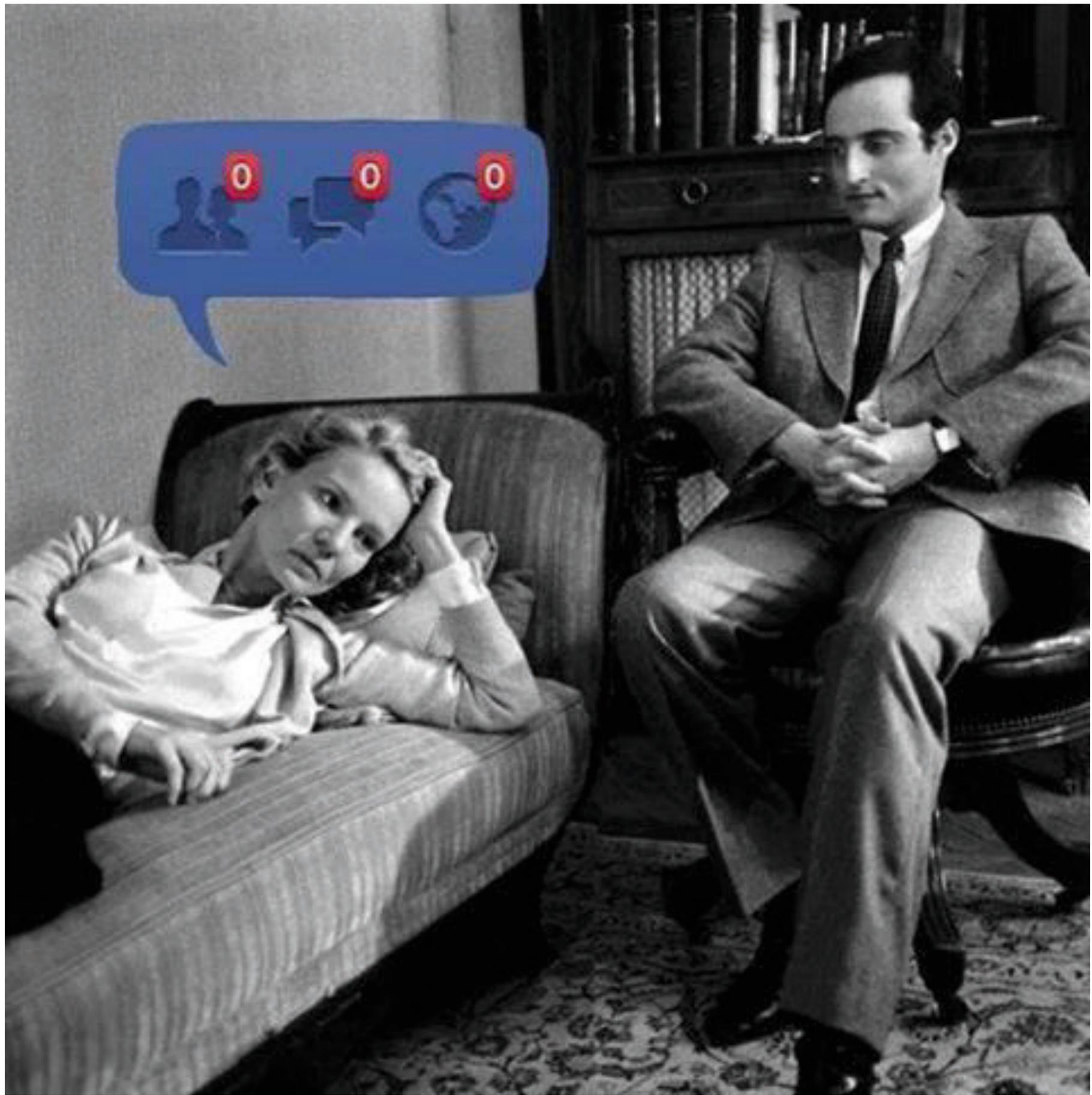
Будущее

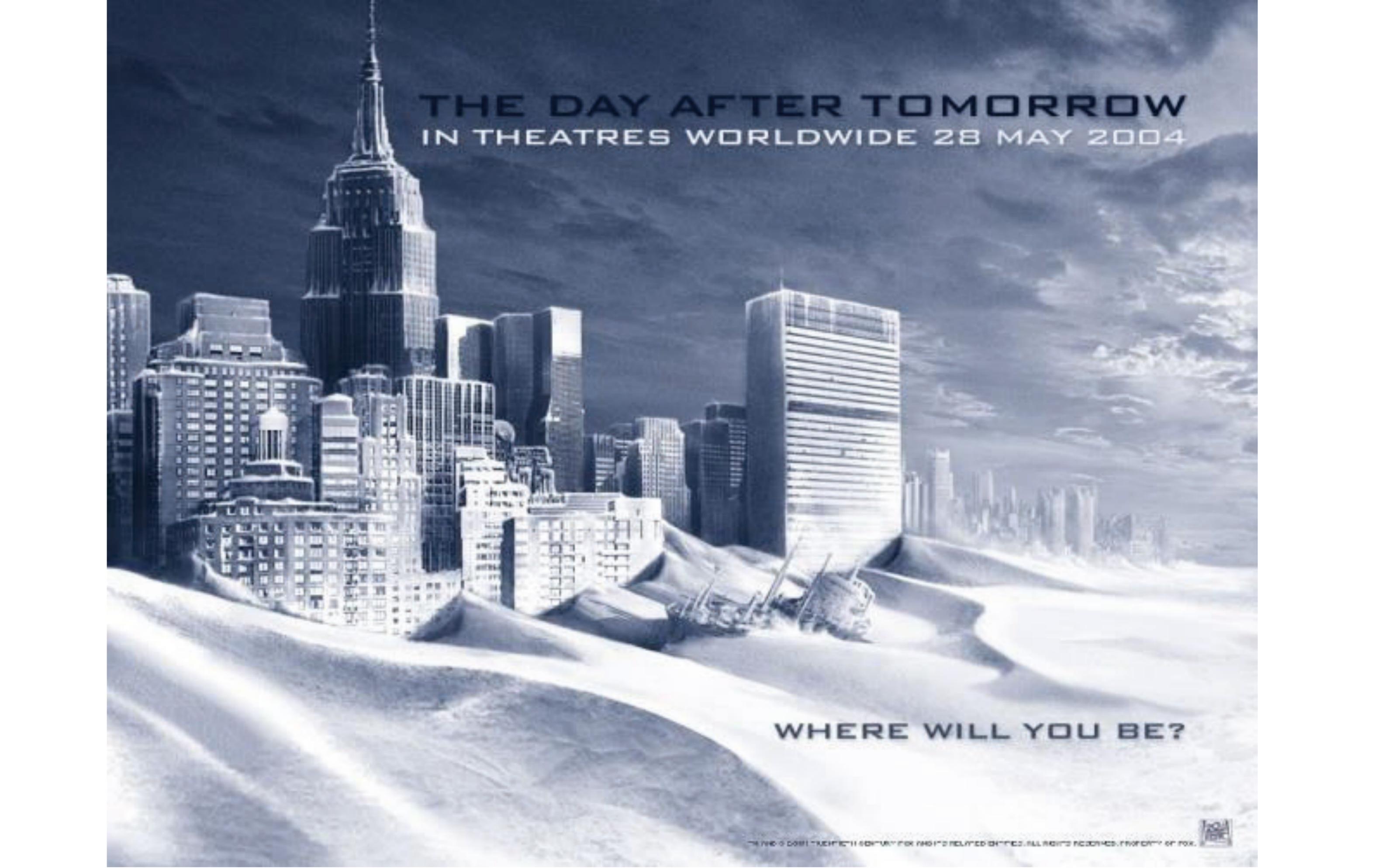


прислал Alexis Molchanoff

www.anekdotov.net







THE DAY AFTER TOMORROW
IN THEATRES WORLDWIDE 28 MAY 2004

WHERE WILL YOU BE?



THINK GLOBALLY,
ACT LOCALLY,
PANIC INTERNALLY



GLASBERGEN—

**Будущее не есть
простое
продолжение
прошлого**



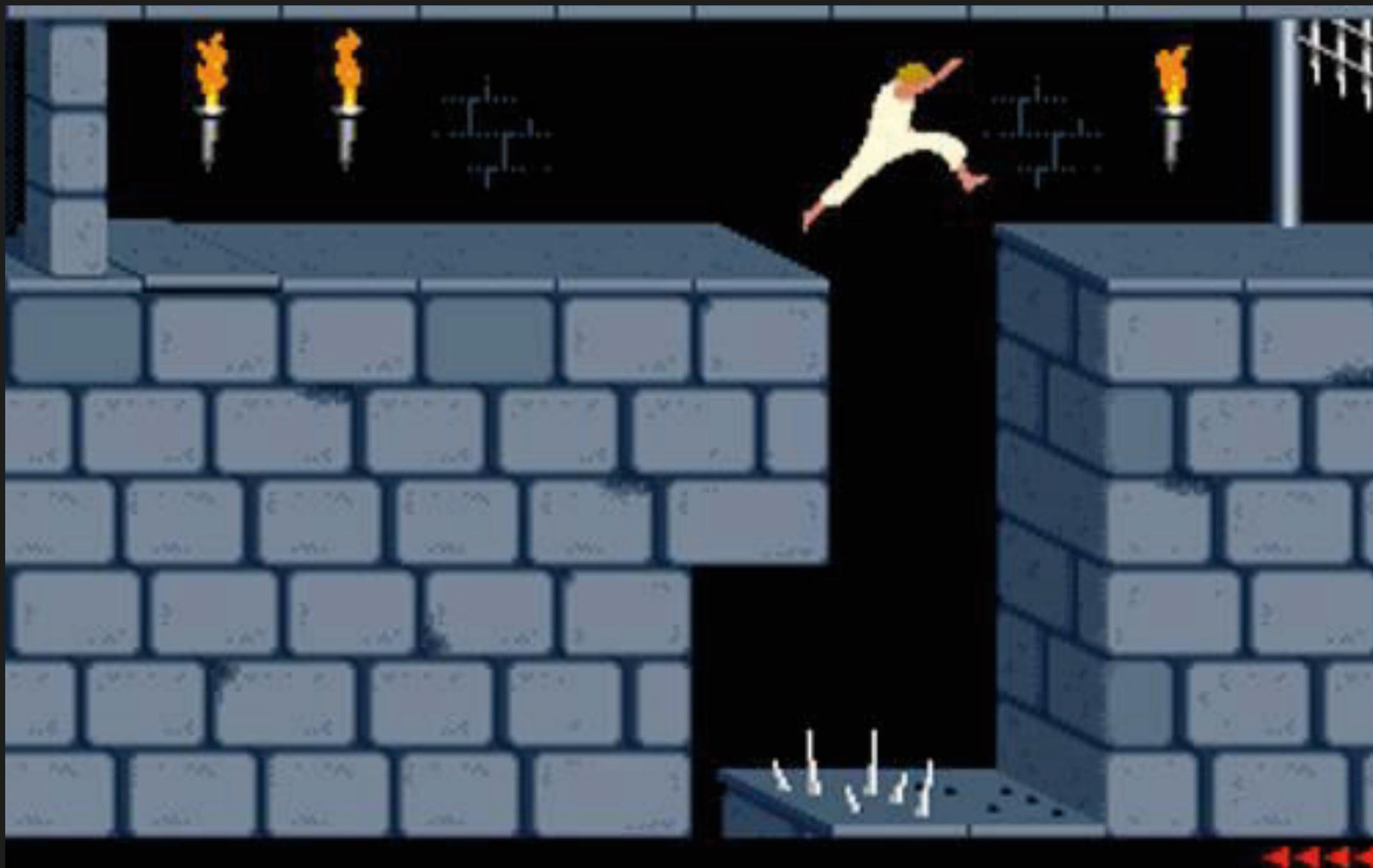






2008

2011

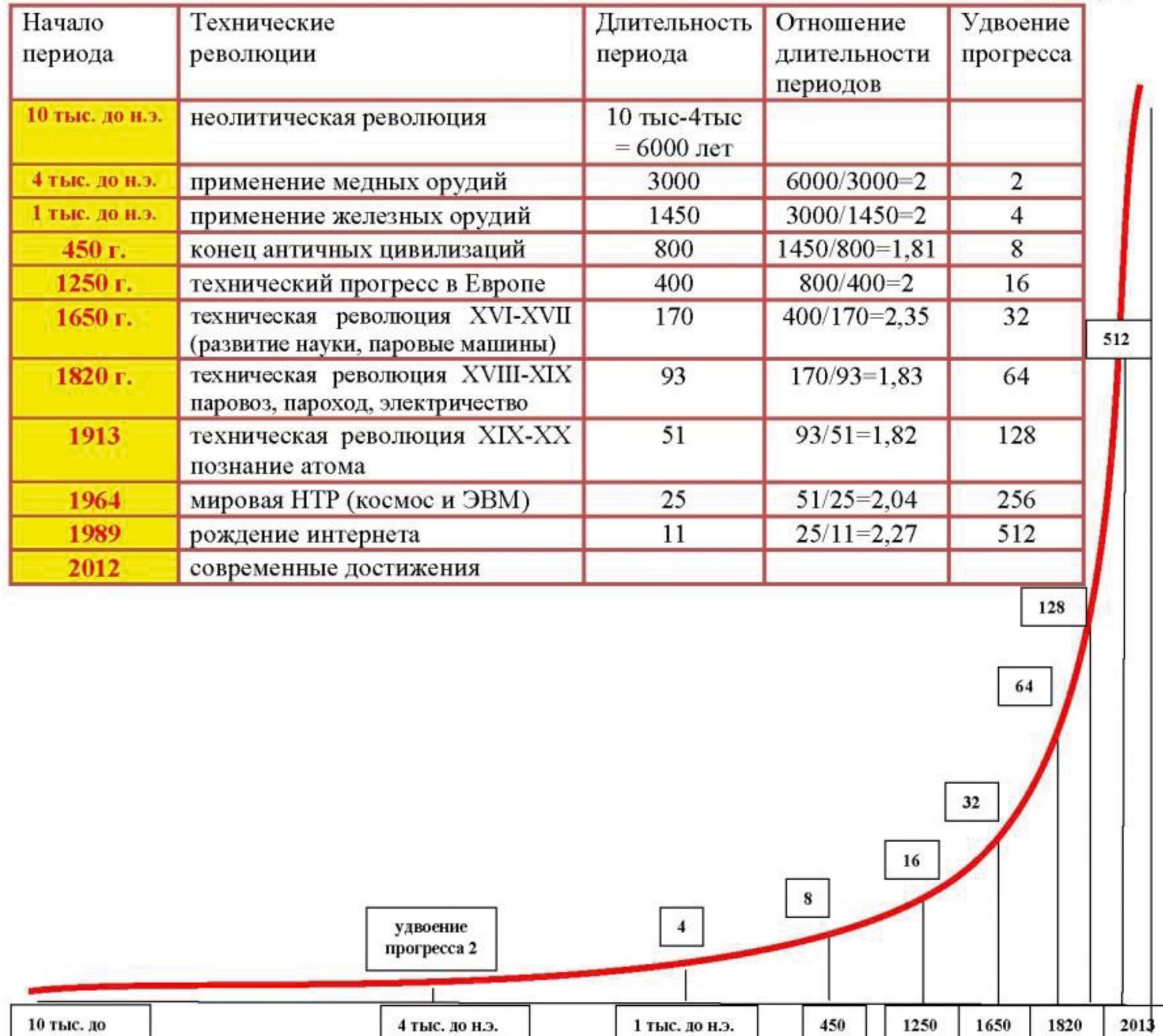


2013

2017



Таблица 1







Иное

- мудрость

Будущее

- перспективное мышление
- визионерство
- знания
- системная рефлексия

Длящееся
настоящее

- экстраполяция
- ретроспективное мышление
- информация



Почему сейчас?

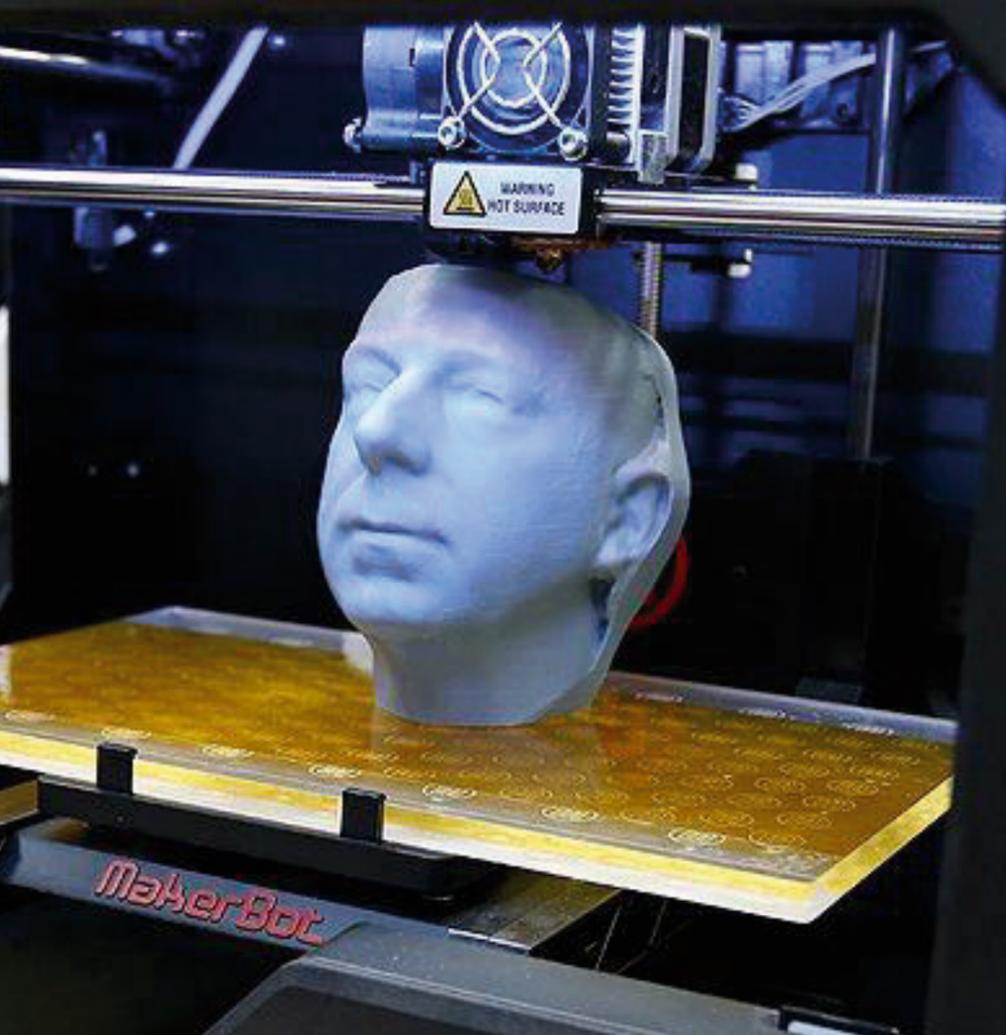
Предыдущая фаза себя исчерпала

Глобализация завершена

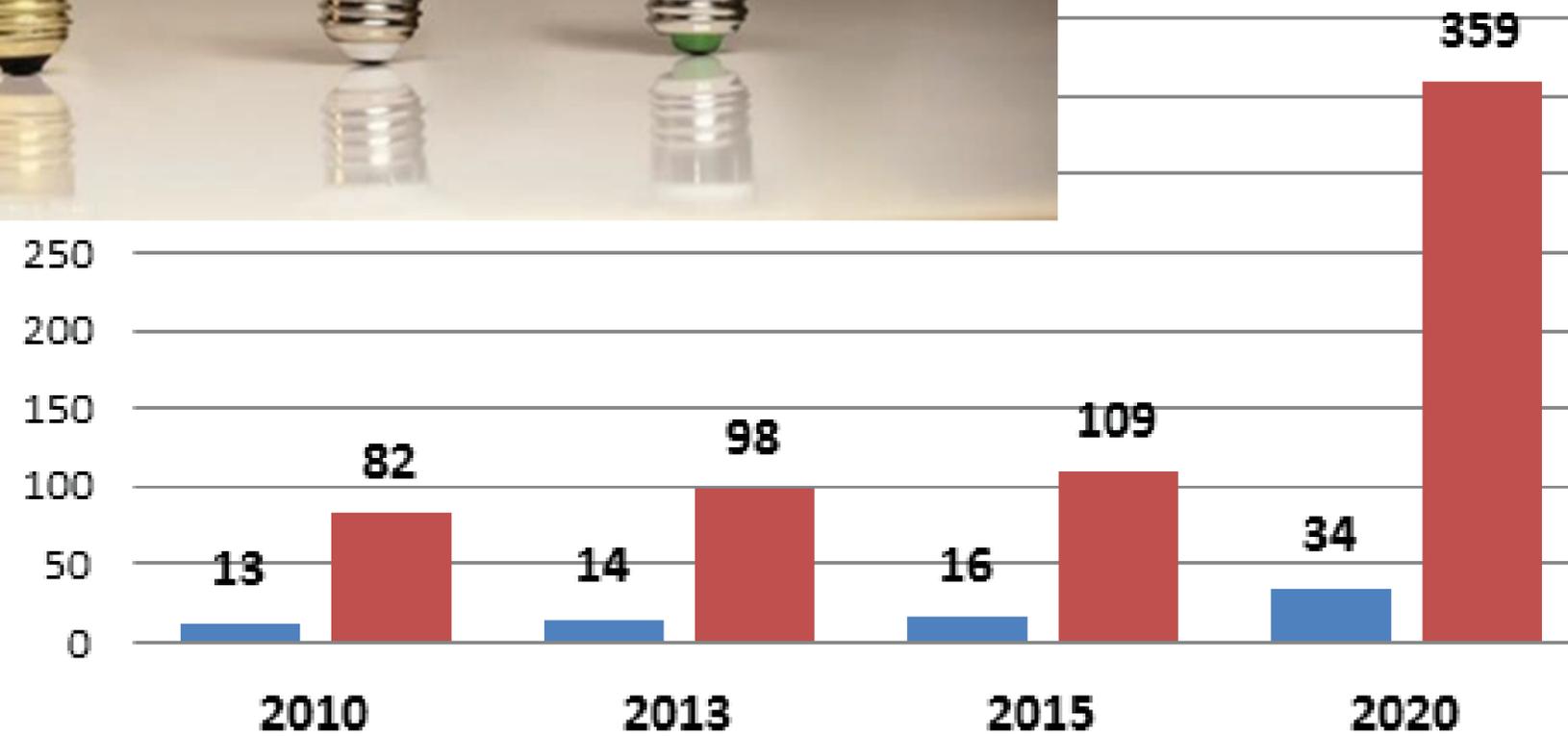
Системный кризис

Новое мышление уже укоренилось

Технологии уже под рукой



Интернет вещей



- Объем рынка подключенных устройств, млрд шт.
- Объем рынка в стоимости устройств, млрд долл.

Исследования показали:

Все результаты бизнеса, его успехи связаны с формами мышления руководителей организации и команды топ-менеджмента.

В успешных компаниях у руководителей нет сомнений, что они управляют ситуацией

Чем поведение человека в интернете отличается
от поведения в реальности?

Чем виртуальные среды отличаются от реальных?



В реальном мире

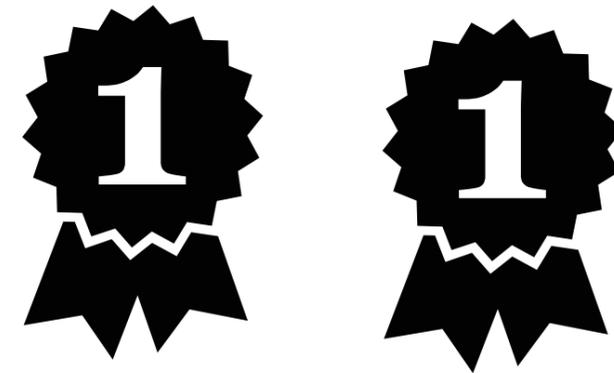
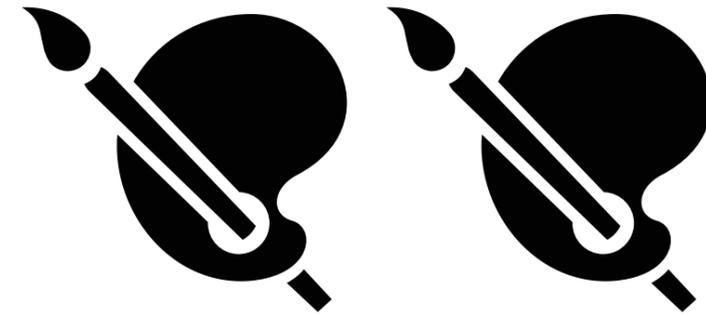


Творчество

Признание

Любить и быть любимым

В интернете





Реальность

Непрерывное
существование,
не требующее
подтверждения

Ты существуешь пока жив и тебе не
нужно действовать, чтобы это доказать.



Интернет

Дискретное
существование,
действие - СИМВОЛ ЖИЗНИ

Ты существуешь, только если действуешь,
твое существование — дискретно, твое
«время» - это генерируемая или потребля-
емая тобой информация.



Реальность

Диктат
физиологических
потребностей

Твое поведение и жизненная стратегия базируются на физиологических потребностях и потребностях в безопасности. Ты творишь ради гамбургера или после гамбургера.



Интернет

Диктат
социальных
потребностей

Обострены социальные потребности по причине отсутствия возможности удовлетворять физические. Все напоказ, все ради признания. Творчество ради творчества, творчество ради славы.



Реальность

Местонахождение
определено, есть
фактор “расстояния”

Реальность оперирует понятием «места», чтобы попасть из магазина в магазин или с мероприятия на мероприятие нужны минуты, часы, иногда, недели.



Интернет

Возможно находиться
во множестве мест
одновременно

Интернет-сайт (site – место, англ.), абсолютно не является местом, не подразумевает монопольного присутствия, выделения внимания и т.п.



Реальность

Источник удовольствия -
физический контакт,
обладание, т.п.

Покупка чего-либо, обладание чем-либо
в реальном мире доставляет нам удо-
вольствие.



Интернет

Источник удовольствия -
оценка другими факта
обладания.

Получаем ли мы удовольствие от
процесса покупки в интернете? Нет.
Мы получаем удовольствие от того, как
другие люди оценивают наш процесс
покупки.



Реальность

Психически здоровый
человек ведет себя
адекватно

Человек адекватно оценивает свои
возможности и свою значимость
для мира.



Интернет

Любой человек
ведет себя
неадекватно

Активный пользователь социальных
сетей все больше и больше уверяется
в том, что он — супергерой, главной
силой которого является умение печатать
слепым десятипальцевым методом.



Реальность

Есть фактор массовости, проявляется феномен **ТОЛПЫ**.

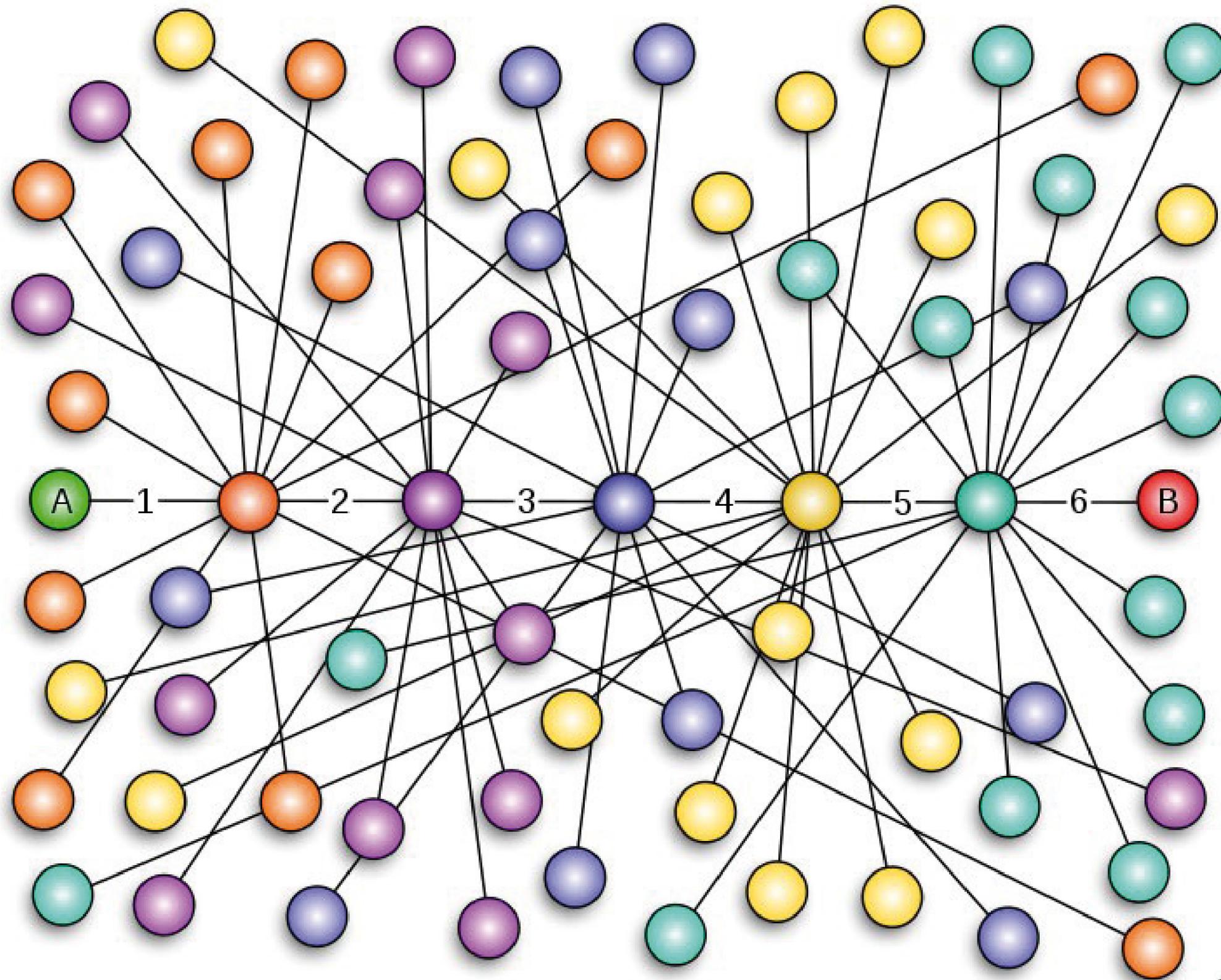
Множество людей, собравшихся в одном месте - вынужденные слушатели, если более 100 человек попробуют обменяться опытом получится каша и никто ничего не узнает. Нужно говорить коротко и малосмысленно.



Интернет

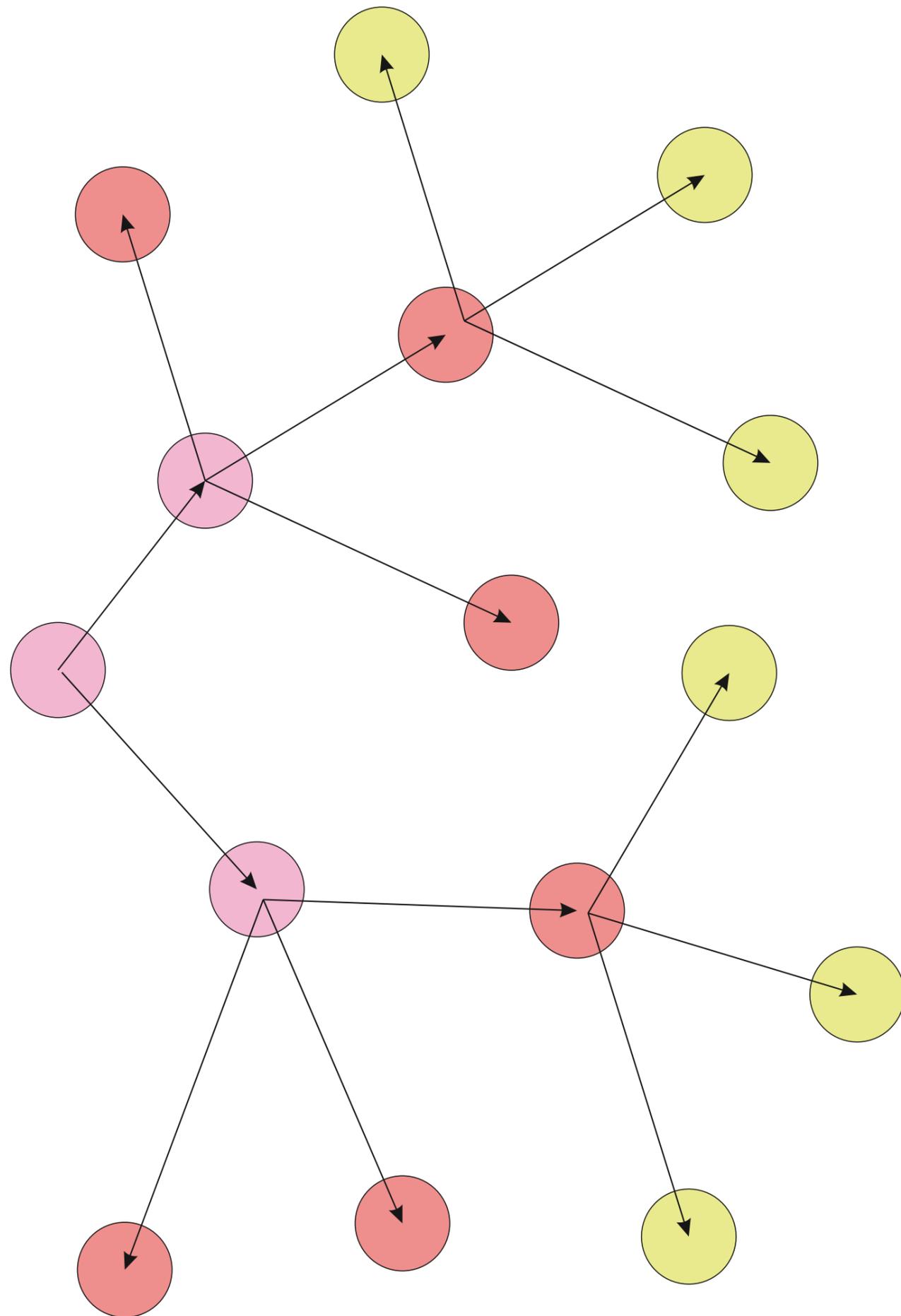
“Толпы” нет, есть случаи коллективного мышления, но чаще - **ЭГОИЗМ**.

Каждый человек – это носитель, потребитель и источник информации. В интернете нет «масс» или «толпы». Есть только их иллюзия. Использование понятия «целевая аудитория» применительно к интернету – это манипуляция, которой пользуются люди, которые хотят вам что-то продать.



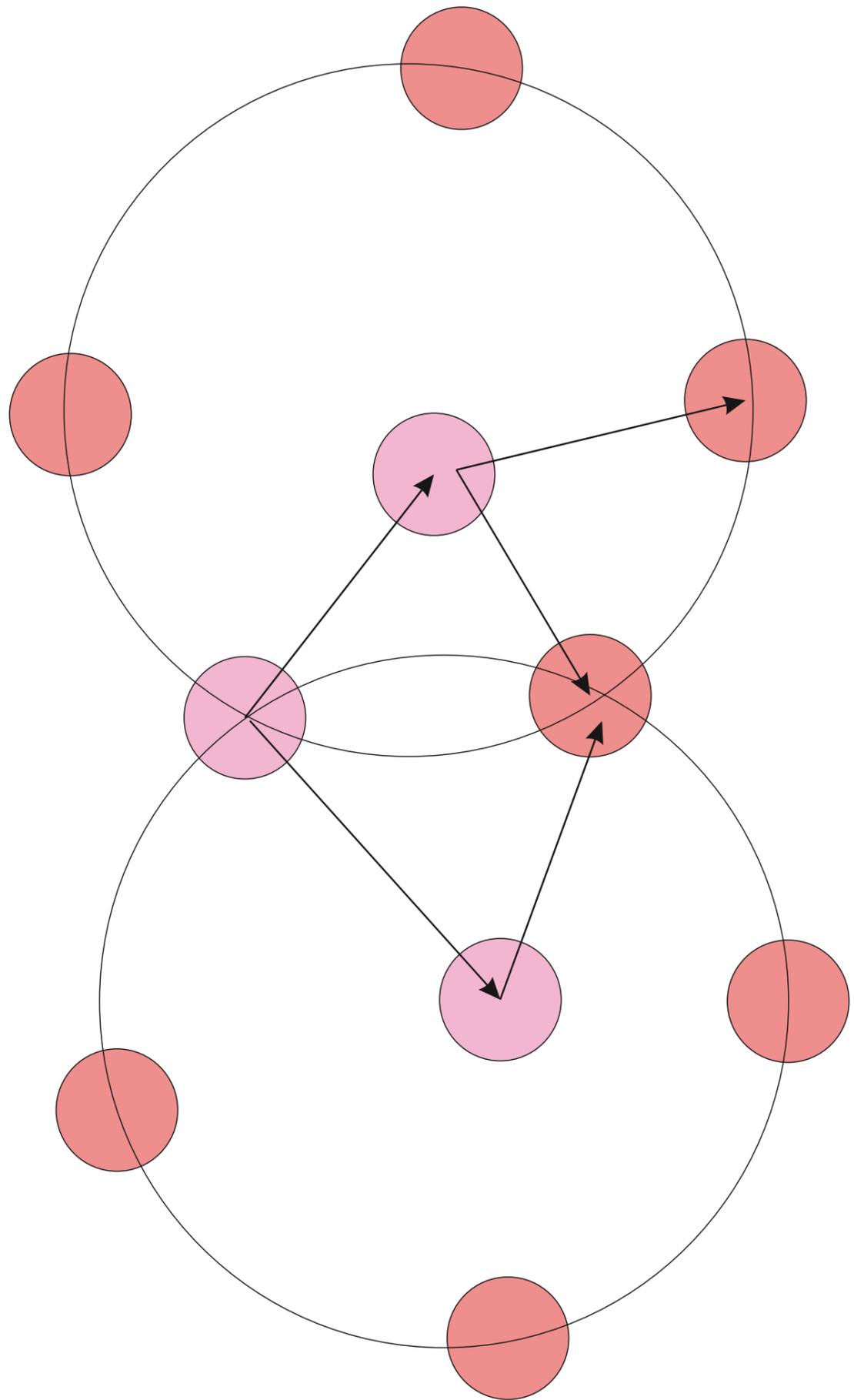
6 degrees of separation

Теория была выдвинута в 1969 году американскими психологами Стэнли Милгрэмом и Джеффри Трэверсом (Jeffrey Travers) и проверена экспериментально.



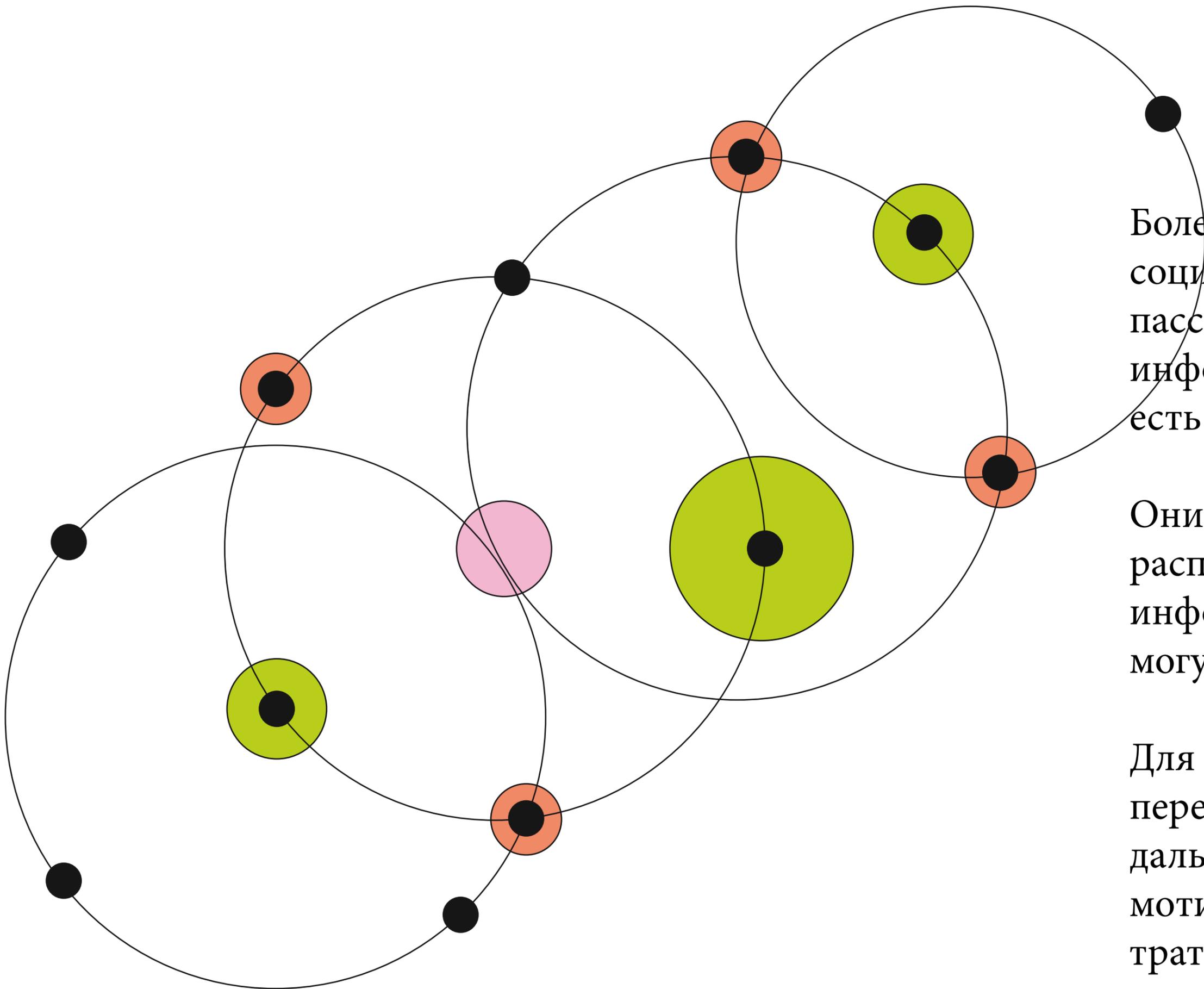
Выстраивая коммуникации в социальных сетях мы, подсудно, рассчитываем на друзей и друзей наших друзей.

Нам представляется, что информация будет распространяться бесконечно и в геометрической прогрессии.



На самом деле, это не так.

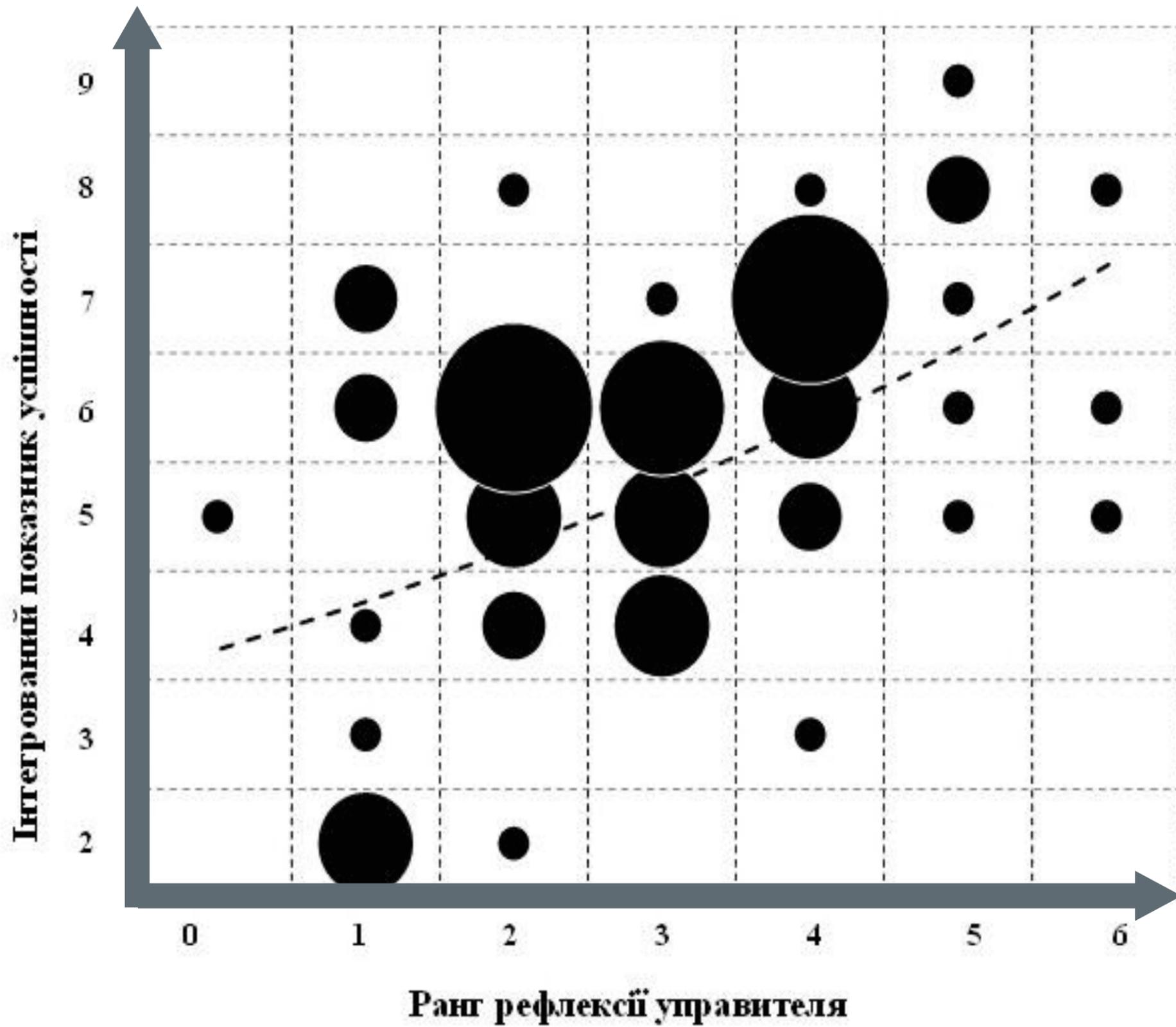
Однако социальный граф каждого из нас - конечен. Для того, чтобы коммуникация развивалась, нам нужно общаться не с друзьями друзей, а с незнакомцами незнакомцев.



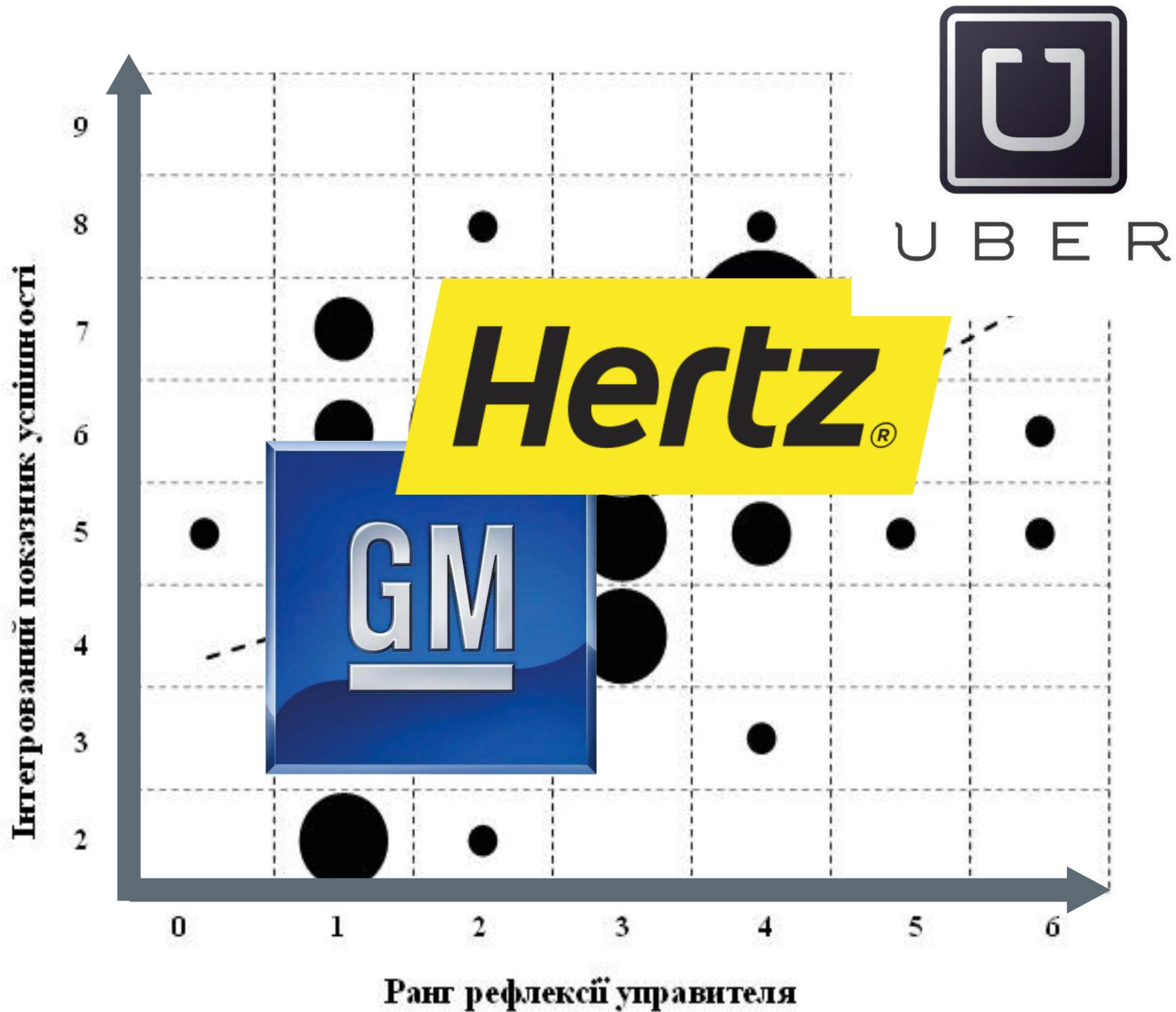
Более того, люди в социальном графе не пассивные передатчики информации. У них к ней есть свое отношение.

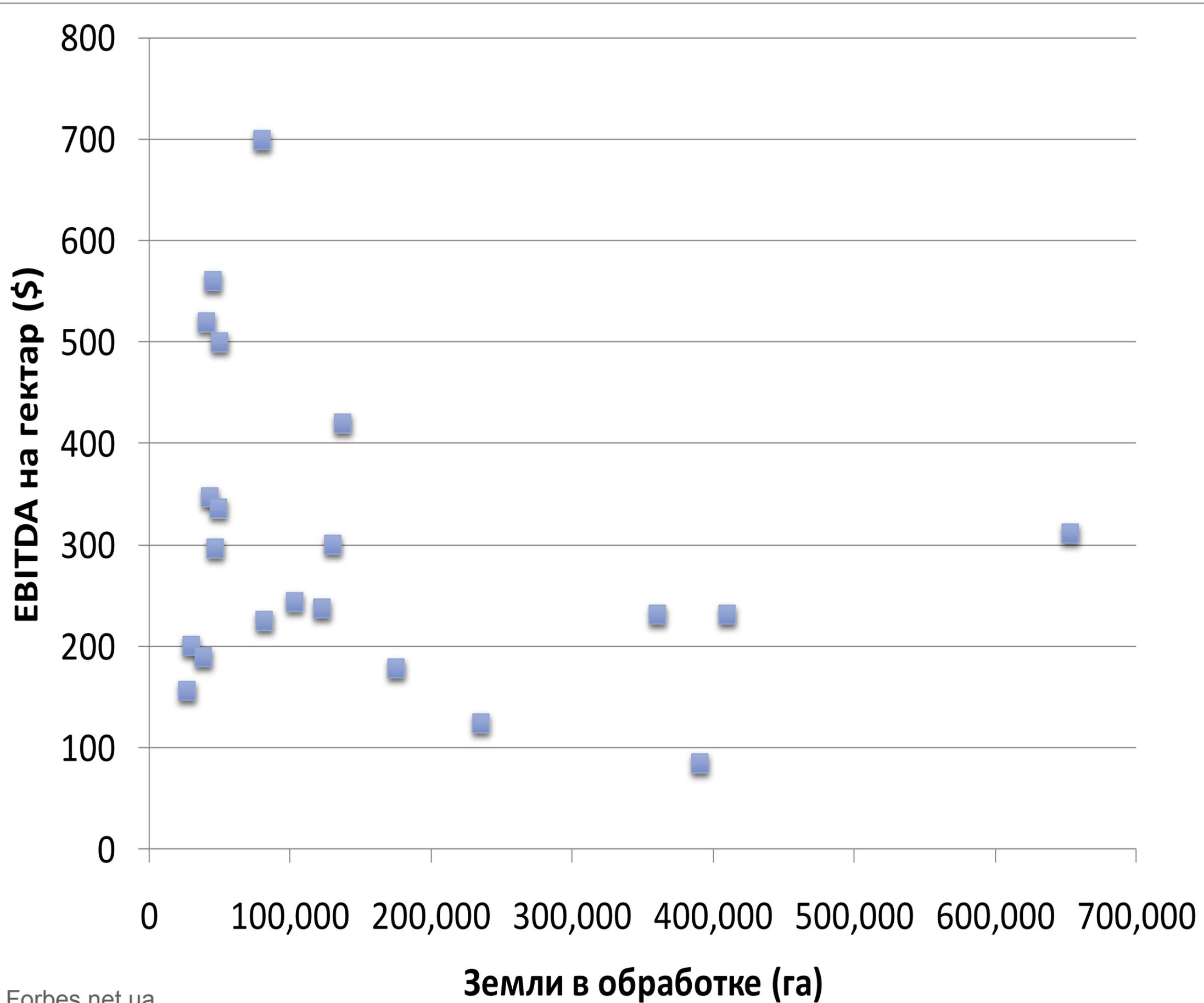
Они могут способствовать распространению информационных волн, а могут, наоборот, гасить их.

Для того, чтобы человек передал информацию дальше, у него должна быть мотивация и готовность тратить энергию.

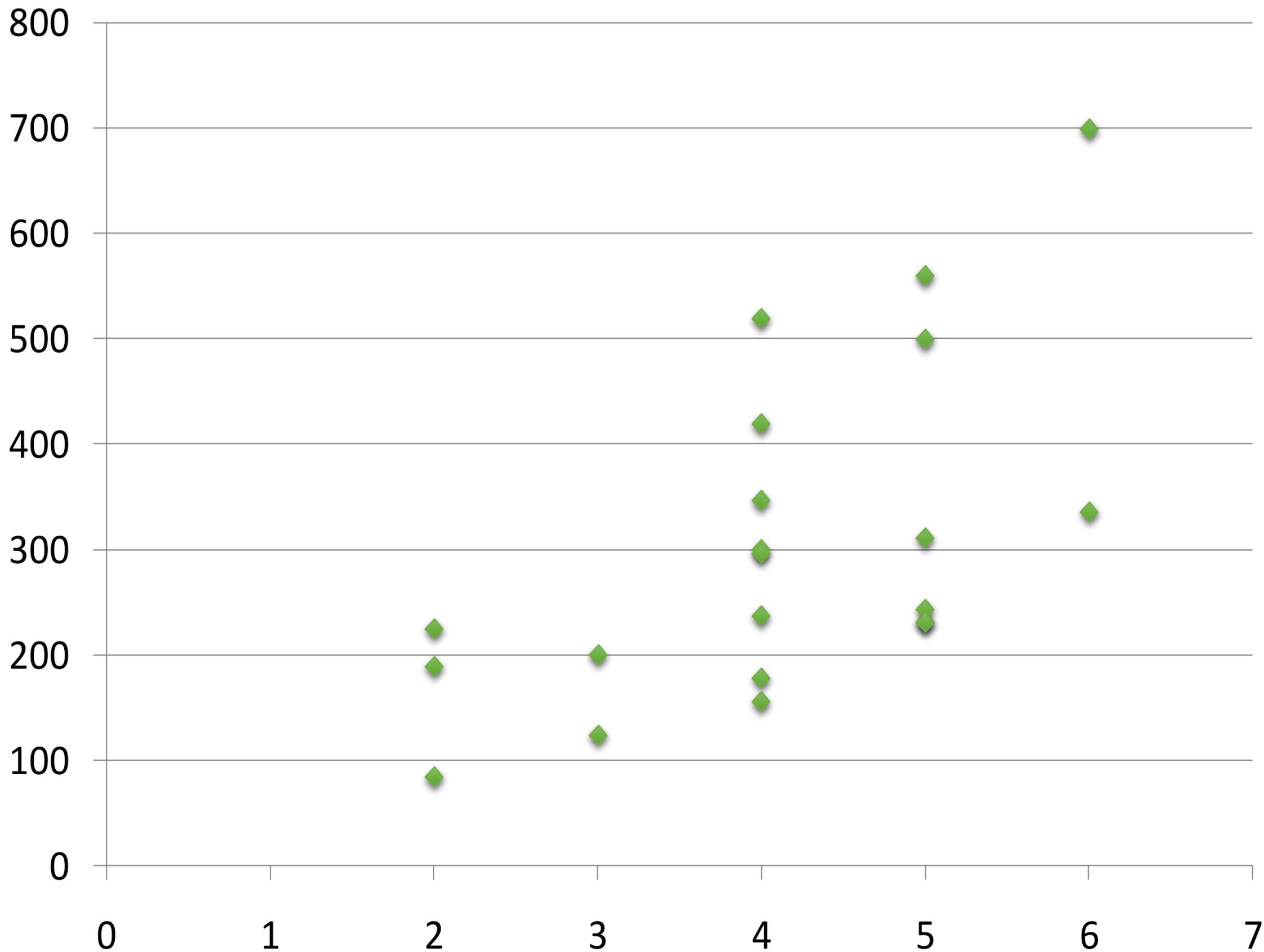








ЕВІТДА на гектар (\$)



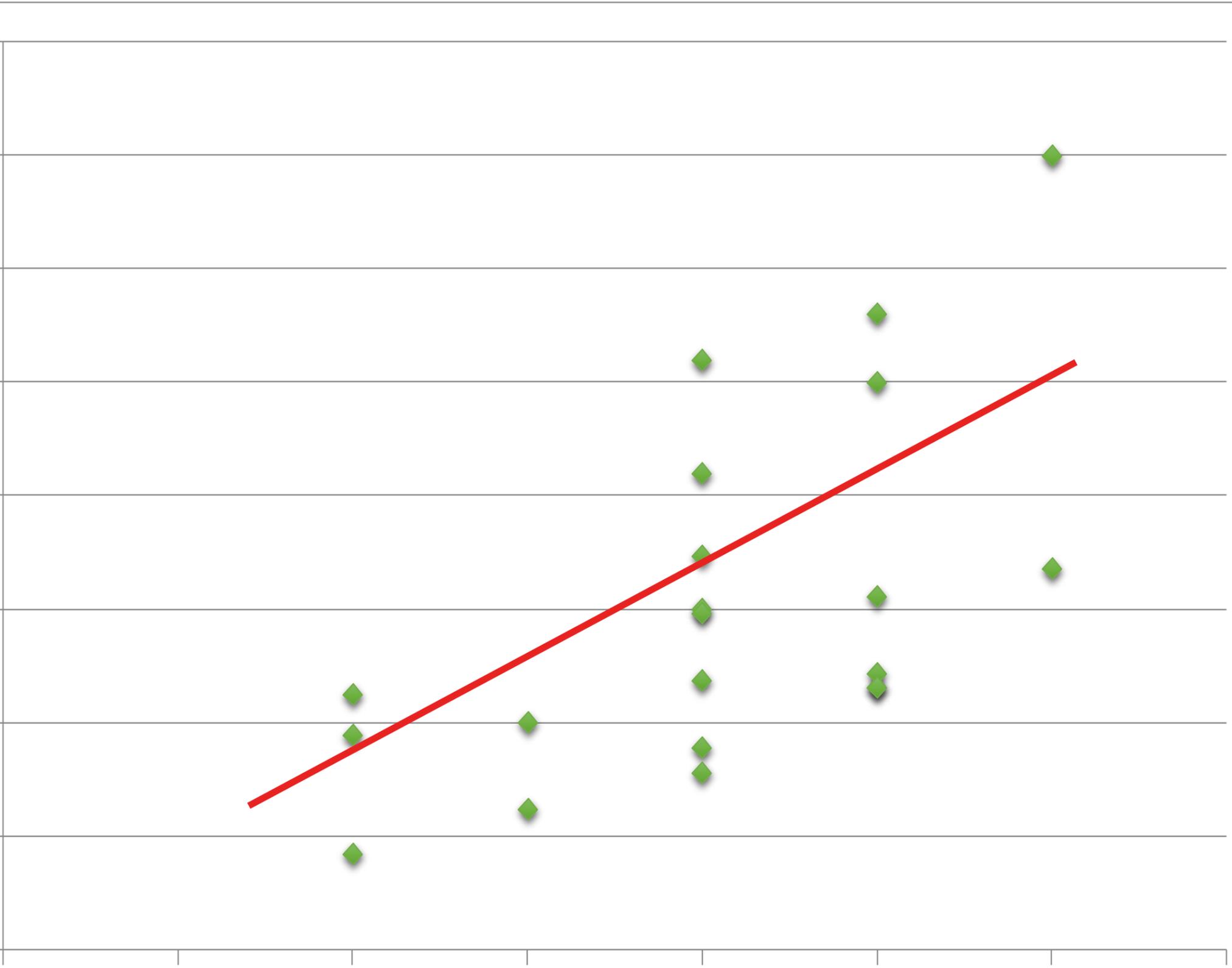
Ранг рефлексии управляющего

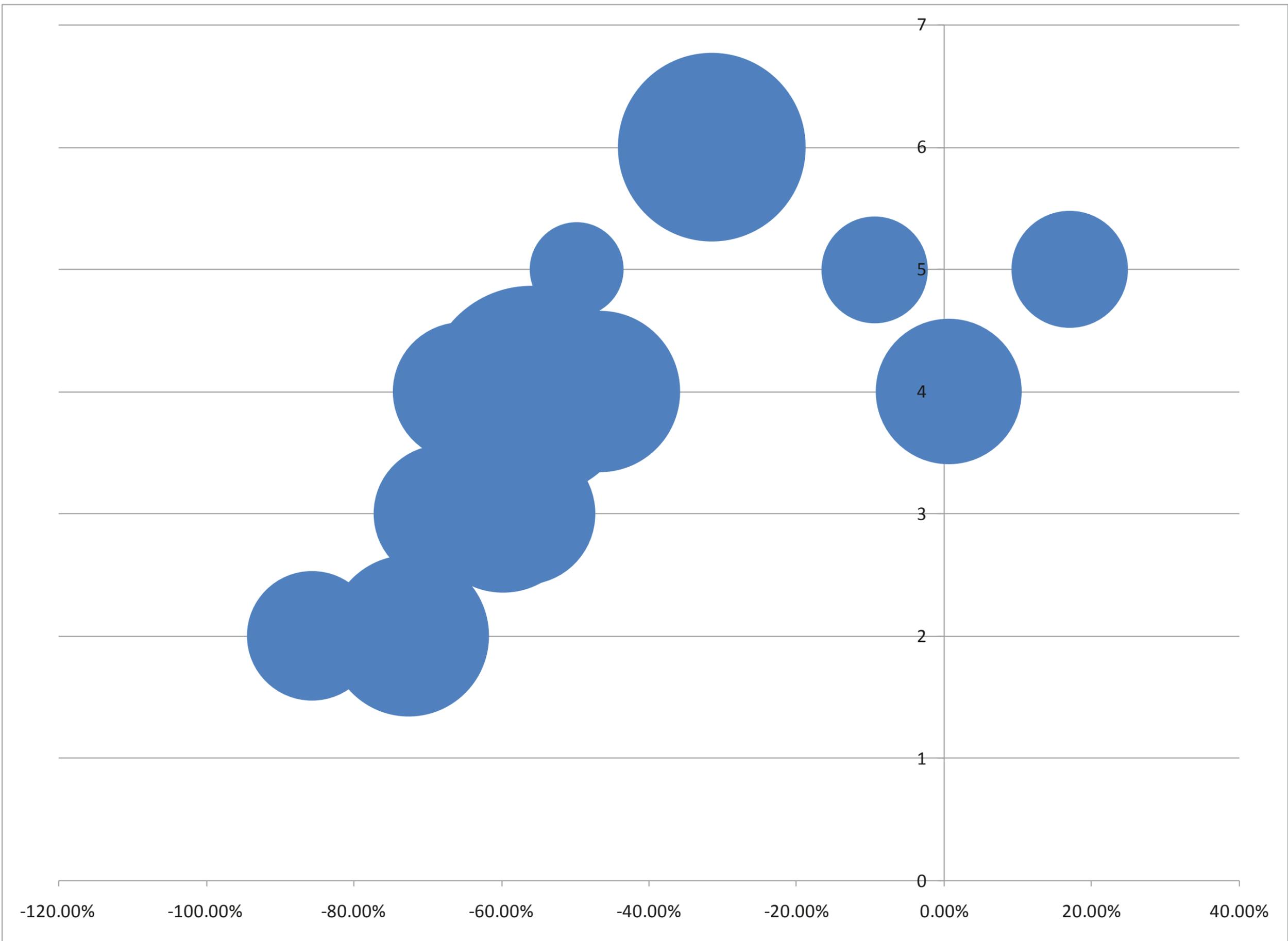
ЕВІТДА на гектар (\$)

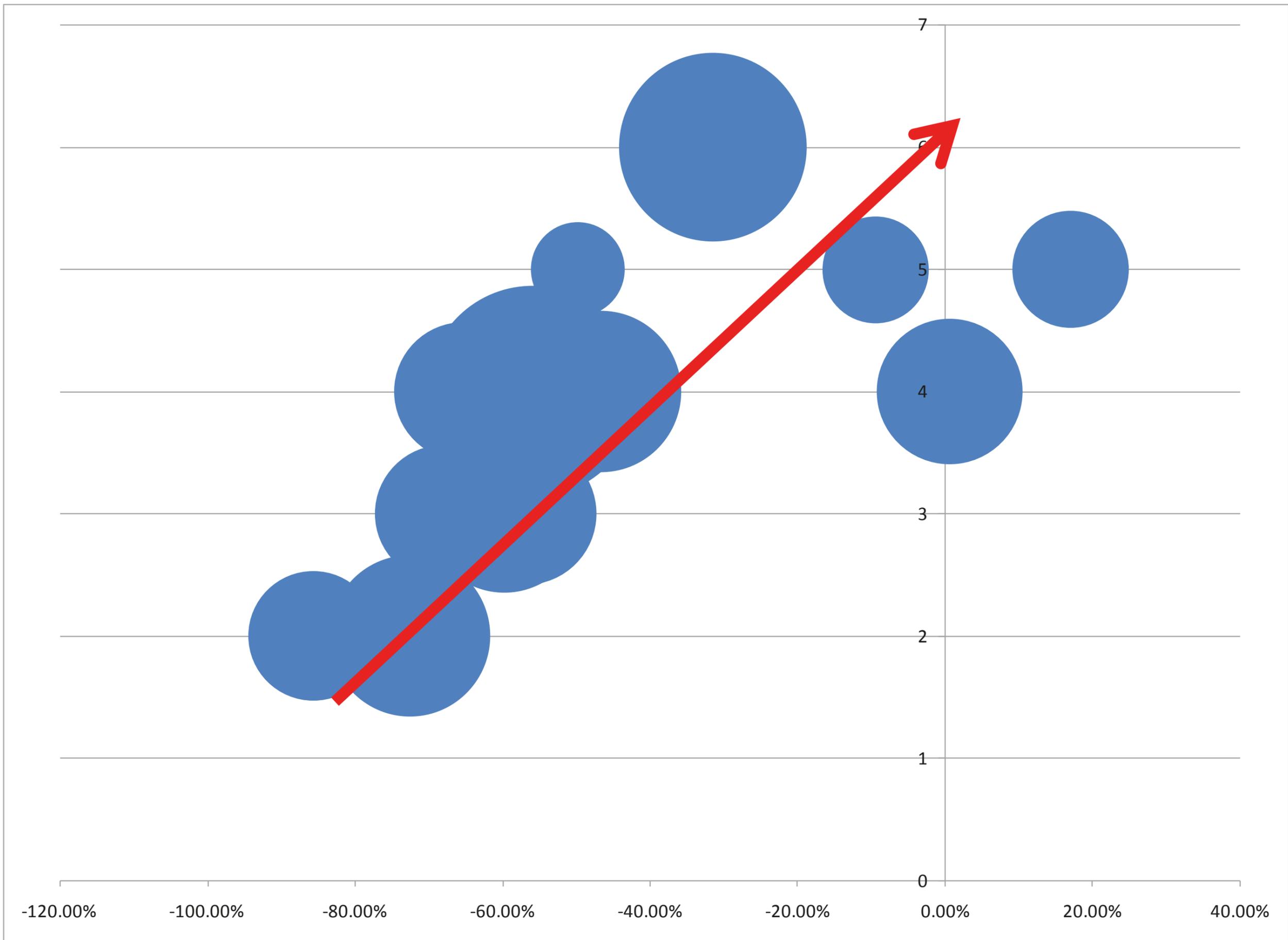
800
700
600
500
400
300
200
100
0

0 1 2 3 4 5 6 7

Ранг рефлексии управляющего







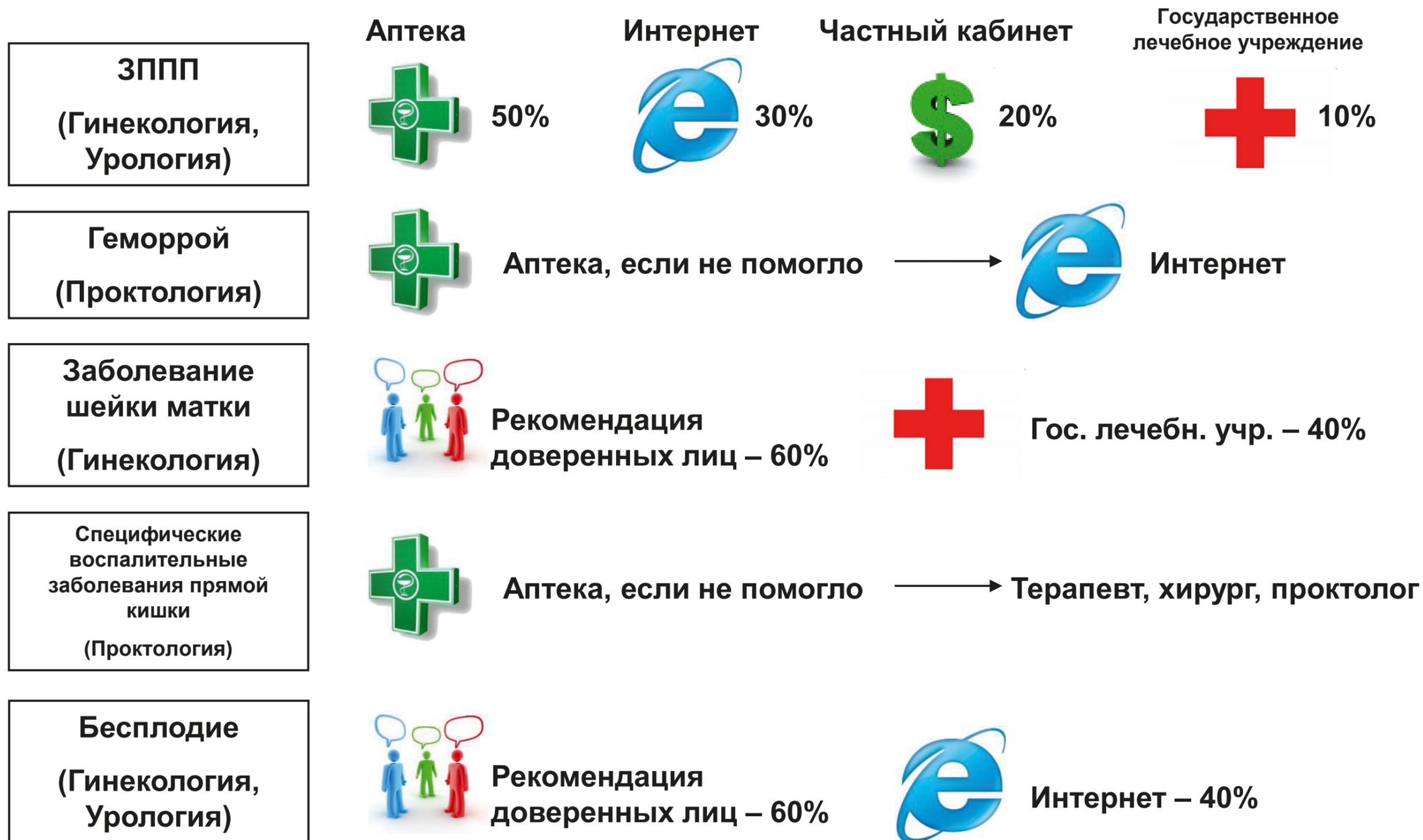
Капитал Нового мира

 **Способность
создавать новые
идеи**



Доверие

Распределение потока обращений в зависимости от заболевания





Pharmacy & health
You & Boots – Let's feel good together

И еще ценности Нового Мира

Сотворчество ⇐ сотрудничество

Открытость

Готовность и способность к дарению

И еще ценности Нового Мира



Сотворчество ⇐ сотрудничество

Открытость



Готовность и способность к дарению

И еще ценности Нового Мира

Образование, творчество,
наука, бизнес, культура – не
отдельные понятия, а
единое

Сотворчество ⇐ сотрудничество

Бизнес – не компании, а
пространства генерации
и воплощения идей

Открытость

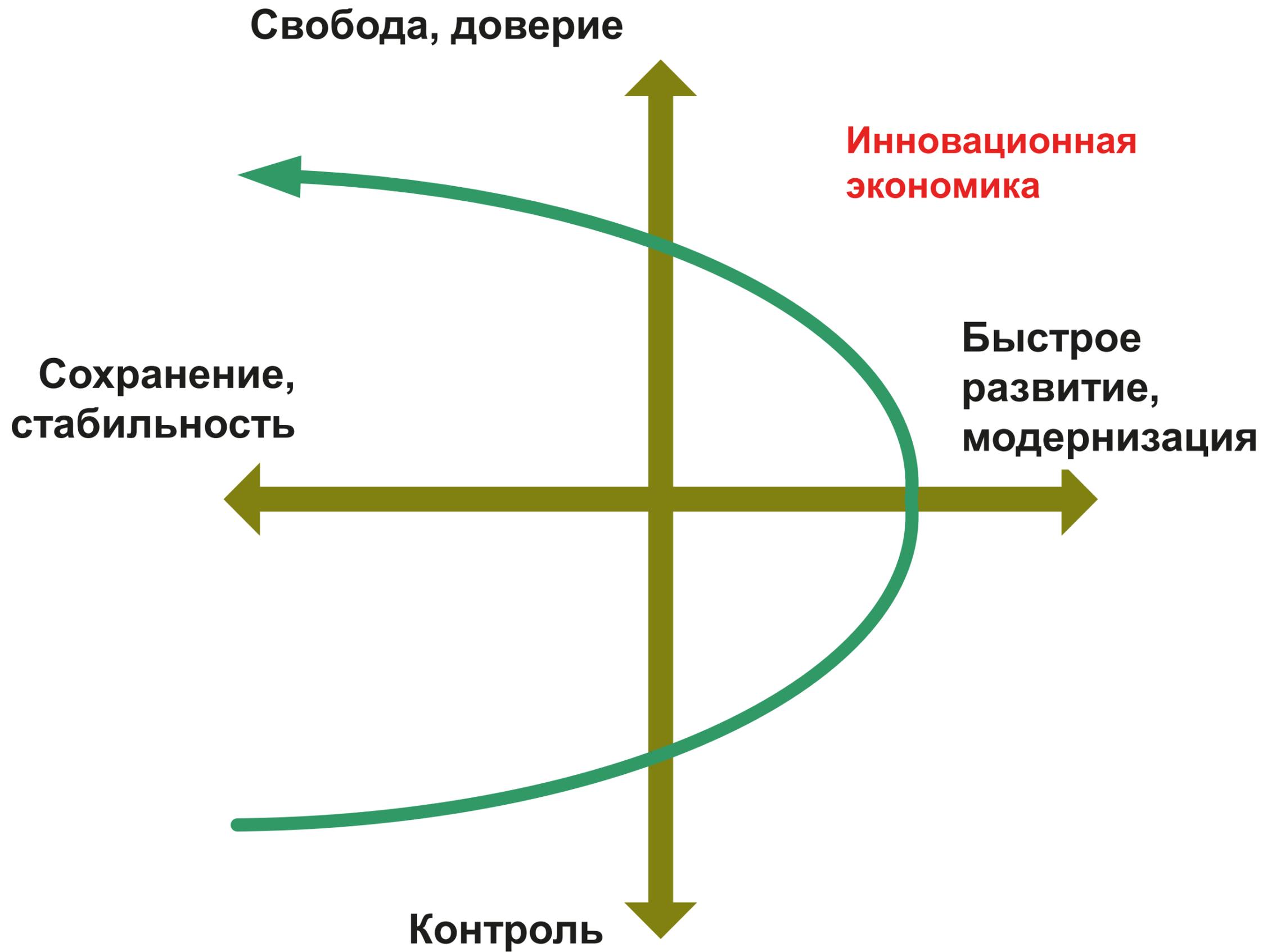
Мир: глобальные
«кооперации» и кольца
городов

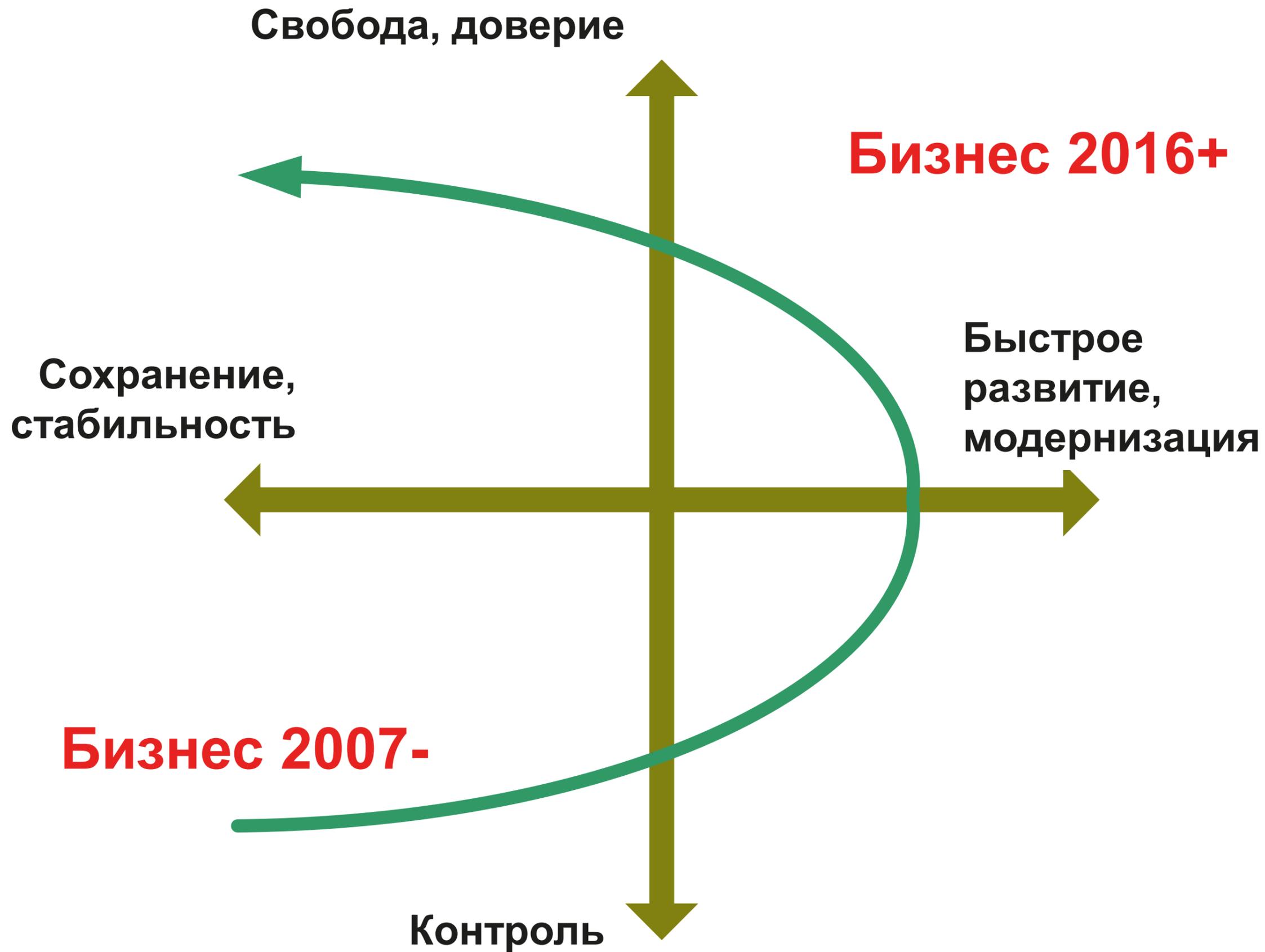
Свобода, доверие

**Сохранение,
стабильность**

**Быстрое
развитие,
модернизация**

Контроль





Как видите,
на снимке Санта,
а значит это
обязано
быть правдой!

Доказательство
глобального потепления



Anecdotal Evidence - важная часть НОВОЙ «реальности»:

- «рассказы очевидцев»
- информация не основанная на фактах или тщательном изучении;
- отчеты или замечания случайных наблюдателей;
- выводы на основе случайных совпадений;
- изустно передаваемая информация;

Smokers are much more likely to get lung cancer.

That's not true! My grandfather smoked his whole life and he never got lung cancer!



Having unprotected sex increases the risk of sexually transmitted diseases.

That's not true! I've had unprotected sex and I never got any diseases!



Overloaded electrical outlets increase the risk of a fire.

That's not true! I have six appliances plugged into one outlet and I've never had a fire!



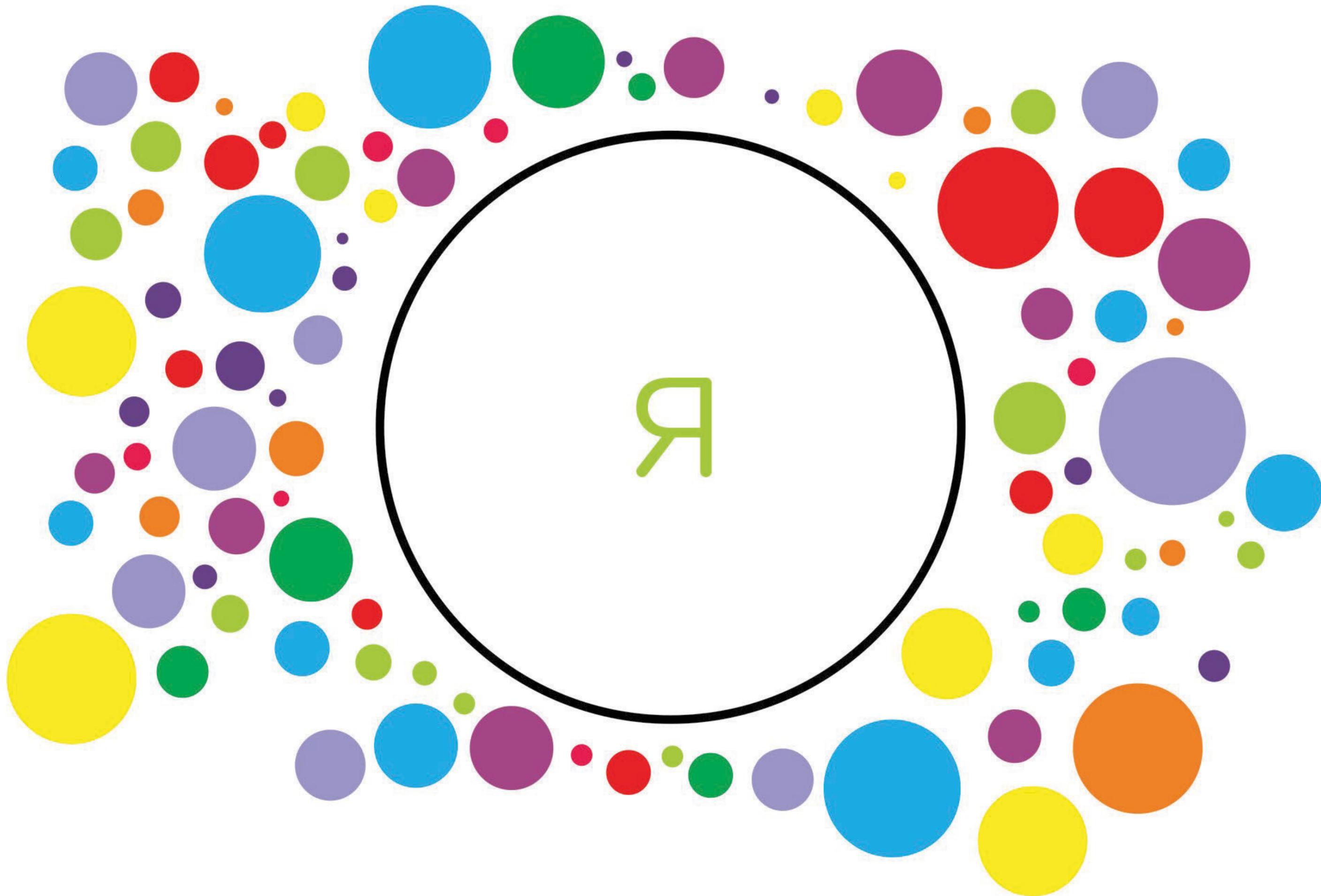
A results in B 90% of the time.

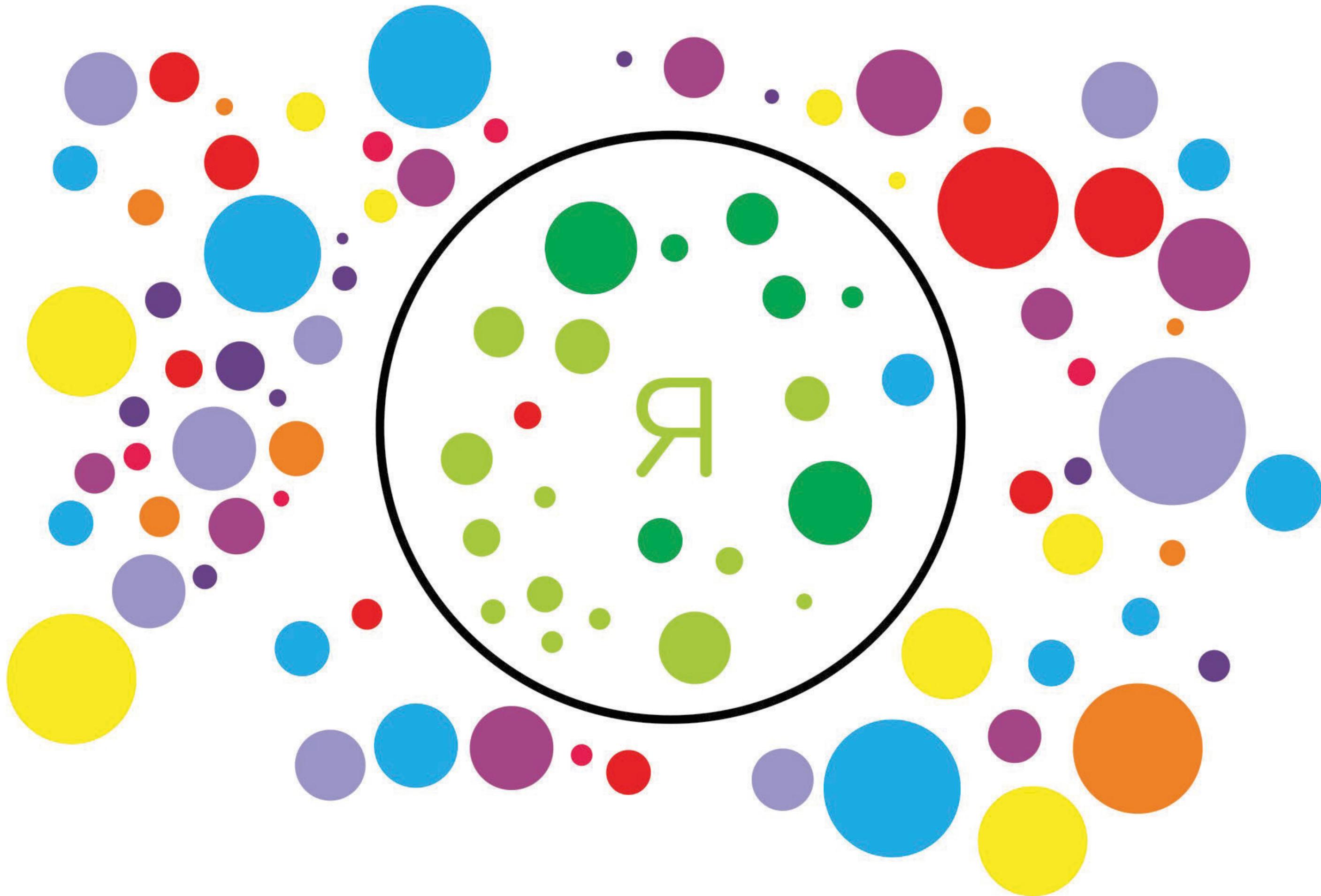
That's not true! I know of this one time when A did not result in B!



Confirmation Bias

(предубежденное подтверждение) — феномен, проявляющийся в том, что люди склонны отдавать предпочтение информации, которая подтверждает и укрепляет их убеждения и гипотезы. Т.е. в общем информационном потоке человек замечает элементы, совпадающие с его мнением.





Принцип «первой правды»

Первое мнение незнакомого человека, прочитанное о незнакомом продукте, воспринимается как непринужденная правда.



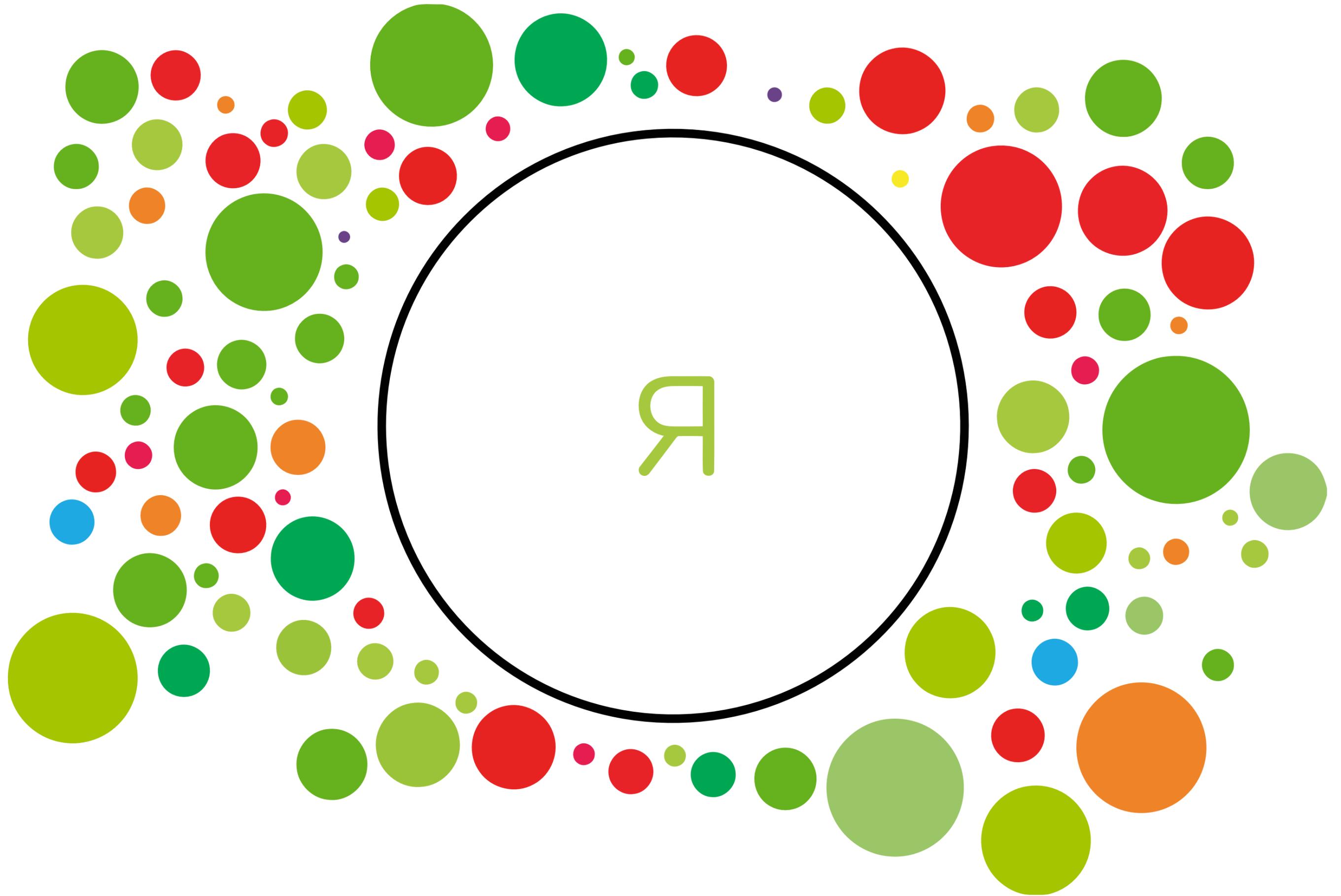
Принцип Эксперта Мёрфи

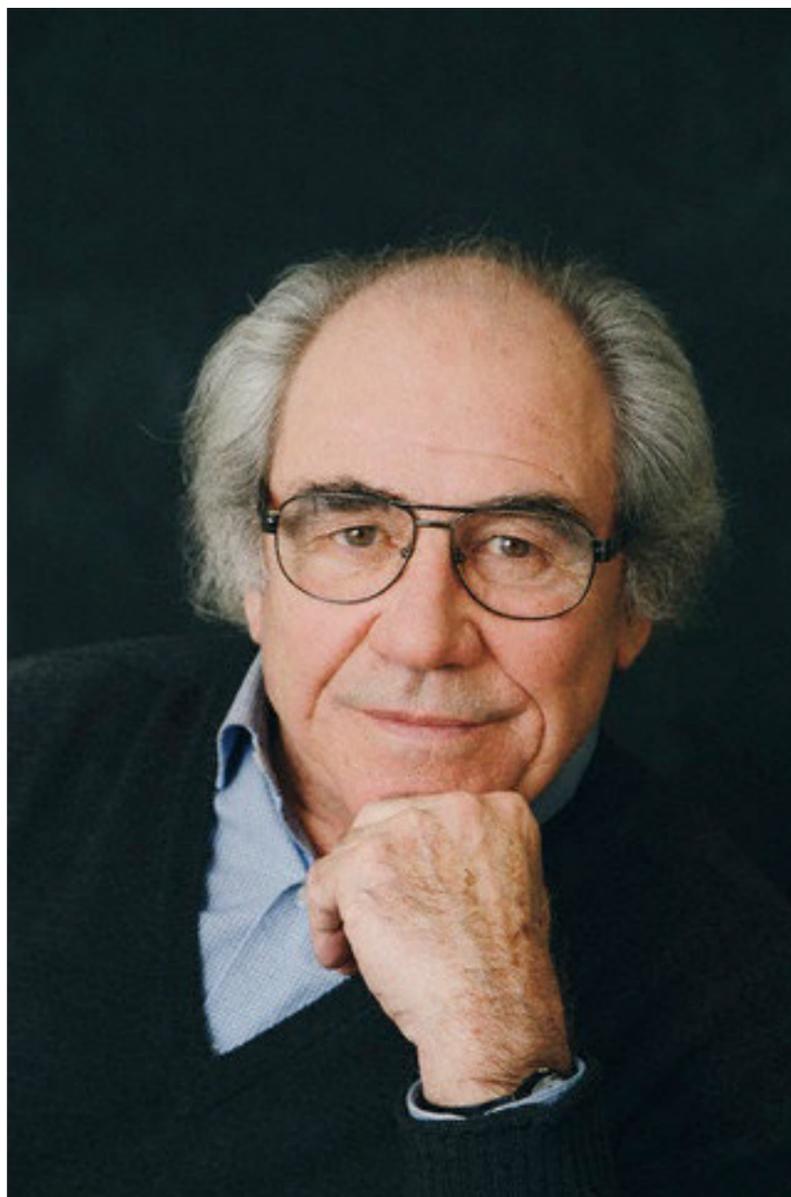
Эксперт — любой человек не из нашего города, желательно, не говорящий на нашем языке.

Информационный пузырь

— алгоритмическое «редактирование» веба: фейсбук-лента, гугл-выдача. Нет никакой «стандартной выдачи», если персонализированная.

Для того, чтобы манипулировать восприятием, не нужно врать и придумывать. Нужно редактировать, скрывая одни информационные поводы и выводя на первый план другие.





Гиперреальность

(по Ж. Бодрийяру) — искусственная реальность, отличающаяся «избытком» упрощенного “реализма”.

Гиперреальность — это циклически замкнутая симуляция реальности, которая выступает в виде фрактальной картинке самой себя.

Составляющими частицами феномена гиперреальности являются **симулякры**, репрезентации не существующего в объективной реальности, они же являются и ее продуктами.

Веб - это гиперреальность

- инфантилизация разума;
- доминирование потока над смыслом;
- информационная зависимость — потребность в постоянной проверке обновлений
- упрощение всего, вплоть до потери смысла;
- elevator pitch;
- чистые эмоции;

В условиях глобализации конфликты создают серьезную угрозу мировому сообществу в связи с возможностью их расширения, опасностью экологических и военных катастроф, высокой вероятностью массовых миграций населения, способных дестабилизировать ситуацию в сопредельных государствах. Поэтому со всей остротой встает вопрос об изучении природы современных конфликтов и особенностей их протекания, способов предотвращения и урегулирования.

На протяжении длительного времени международные конфликты изучались главным образом исторической наукой,



Ниасилил
многобукафффф!!!



ПТН
ХЛО!



Жизнь в гиперреальности дискретна.

Я пощу, комментирую, лайкаю - следовательно
существую.

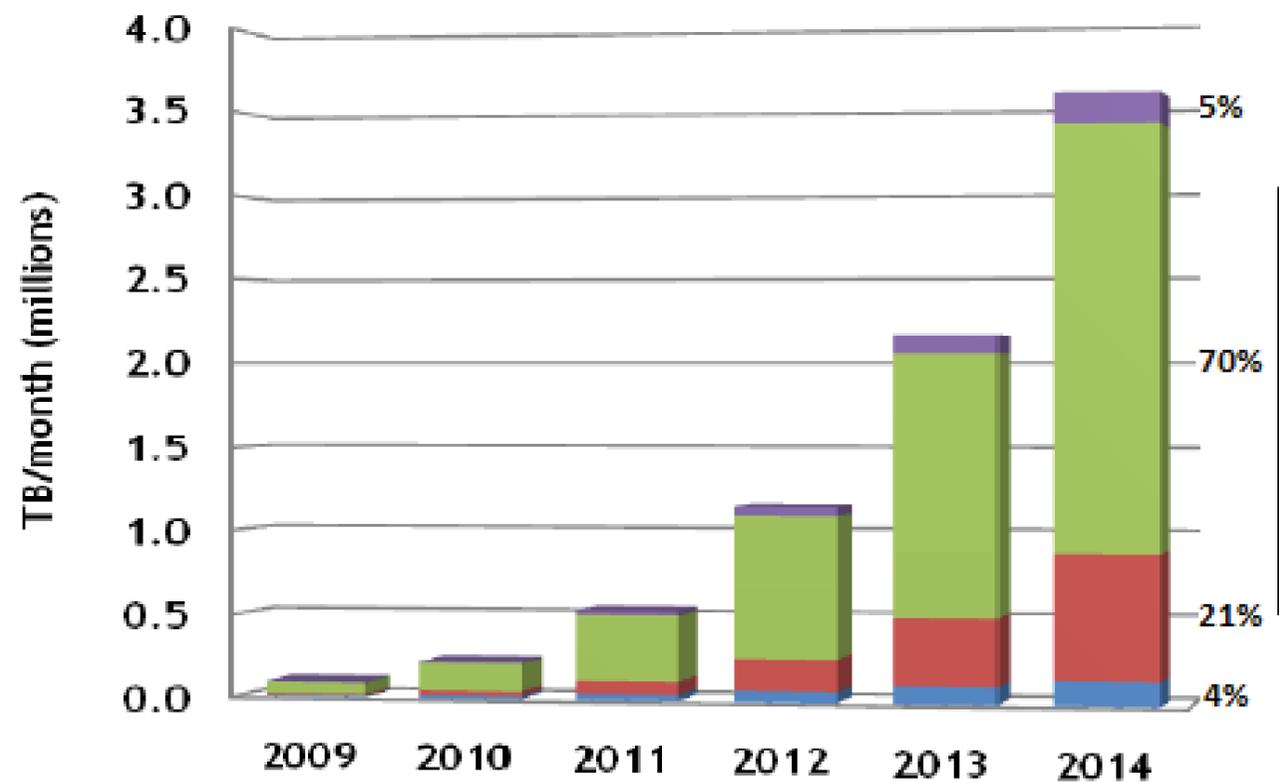
Если у меня нет другого знания или другого
мнения — мне нечем поделиться, значит я,
практически, умер.

А значит...

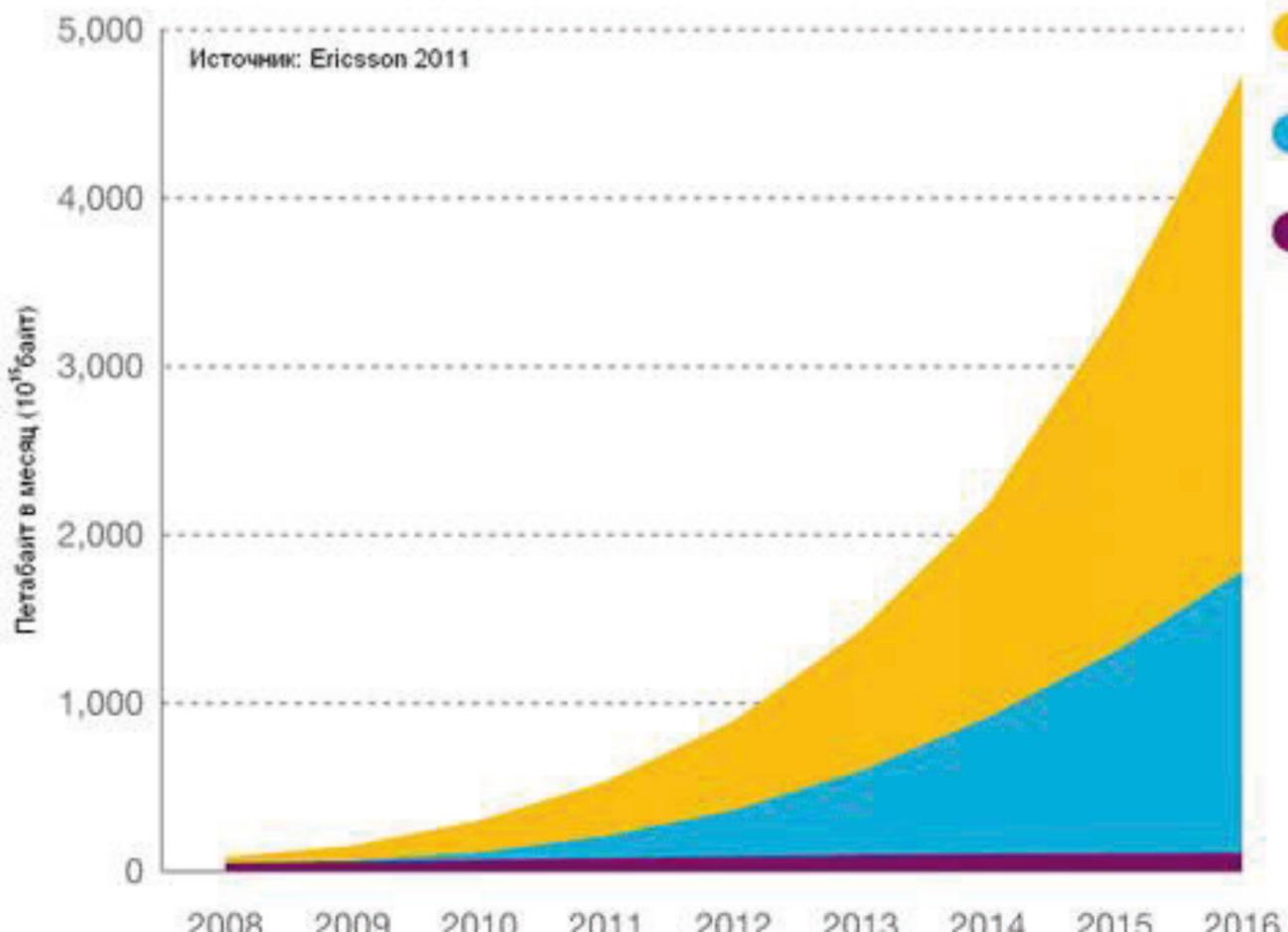
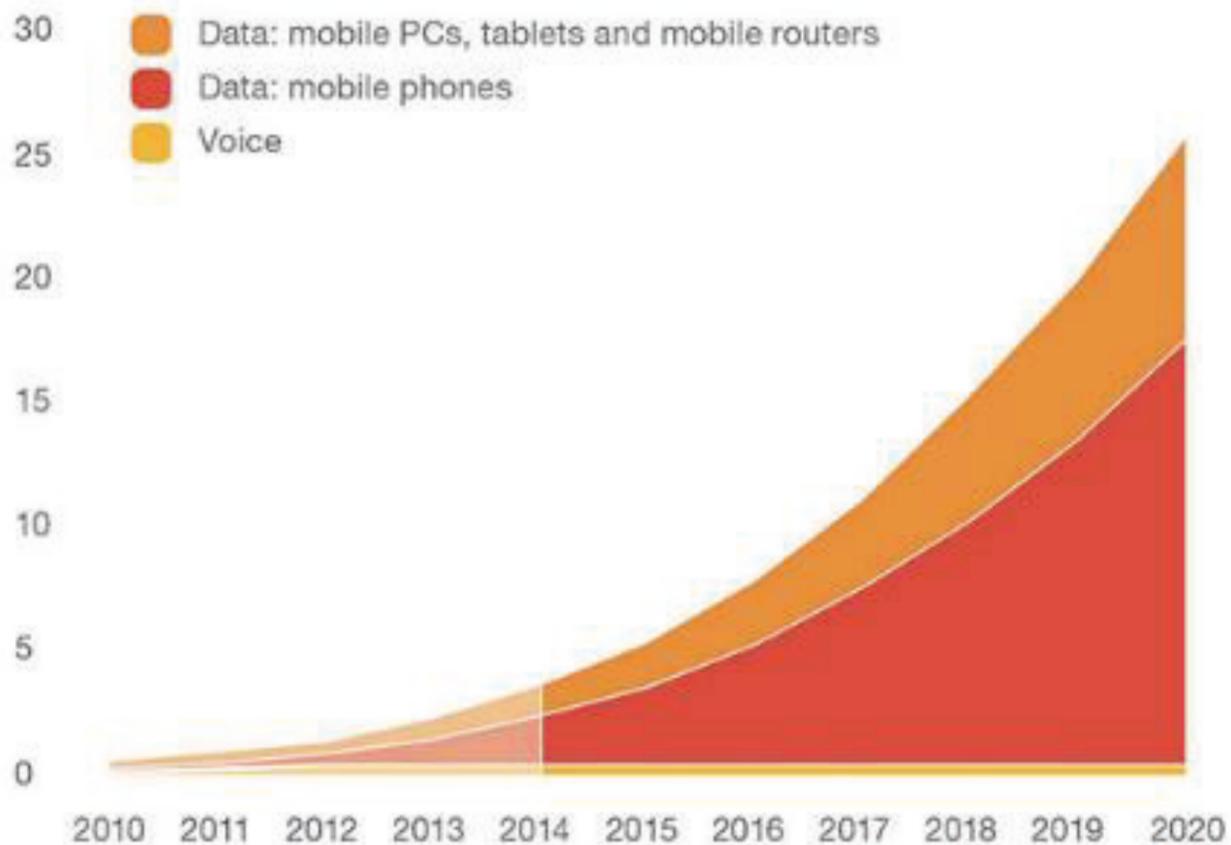


Население планеты (млн.)

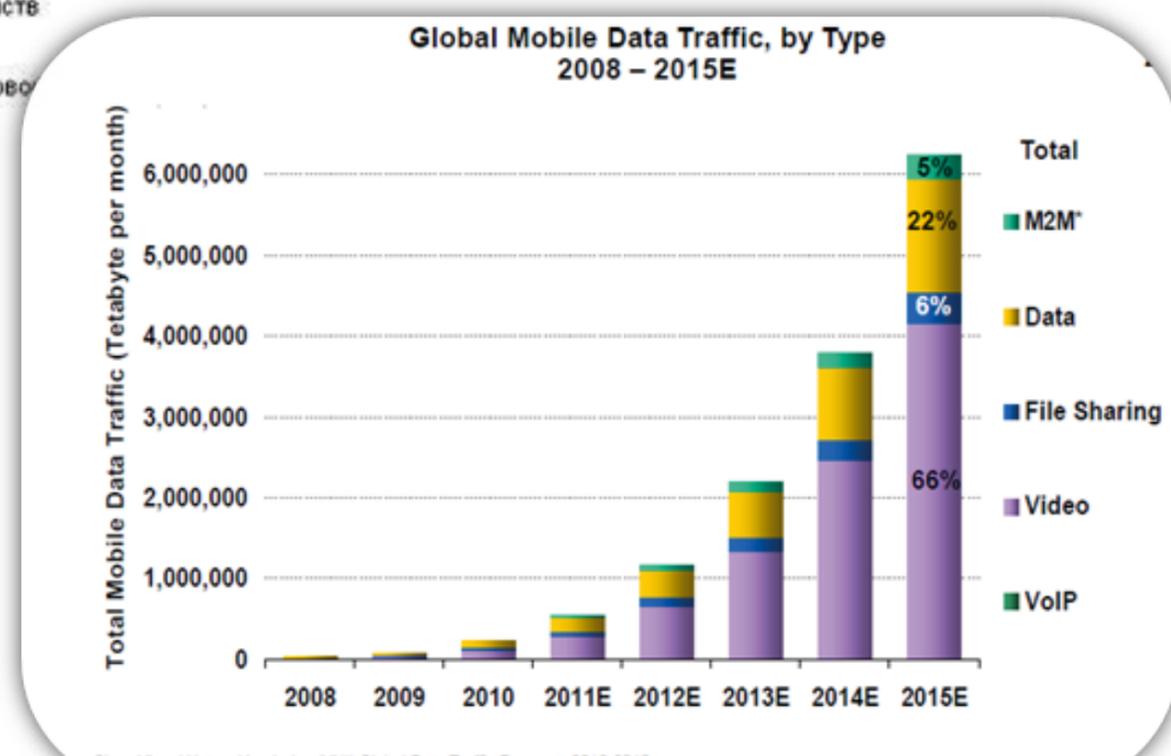




Global mobile traffic (monthly ExaBytes)



Трафик от ноутбуков и планшетных компьютеров
 Трафик от мобильных устройств
 Голосово



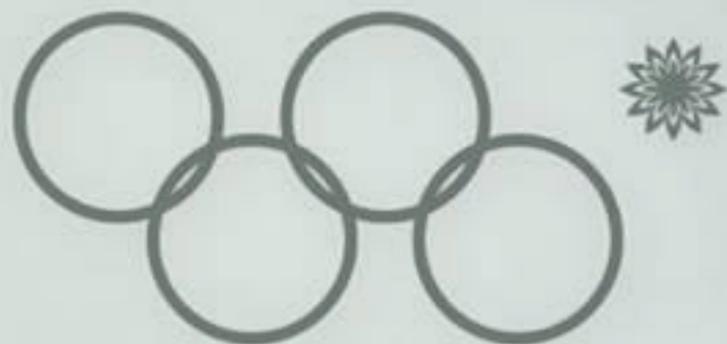
Source: Cisco Visual Networking Index (VNI) Global Data Traffic Forecast, 2010-2015



More of quality.

We offer our models with extra equipment at an extremely low price.

Vorsprung durch Technik 



* When four rings is all you need



Новые

экономические отношения

Новые системы собственности

- Экономика дарения
- Экономика (полу)бесплатного
- Экономика распределенного пользования (разделение владения и пользования):
одна вещь на всех, совместное пользование, распределение времени пользования, ...)

ВЕЛИКАЯ ИДЕЯ

KICKSTARTER



Базовый тренд и перспективный

Стандартизация, фан-клубы / лав-бренды

3D-принтинг
goods | food-on-demand

Персонализация,
индивидуальность,
самовыражение





Не довольна



Довольна



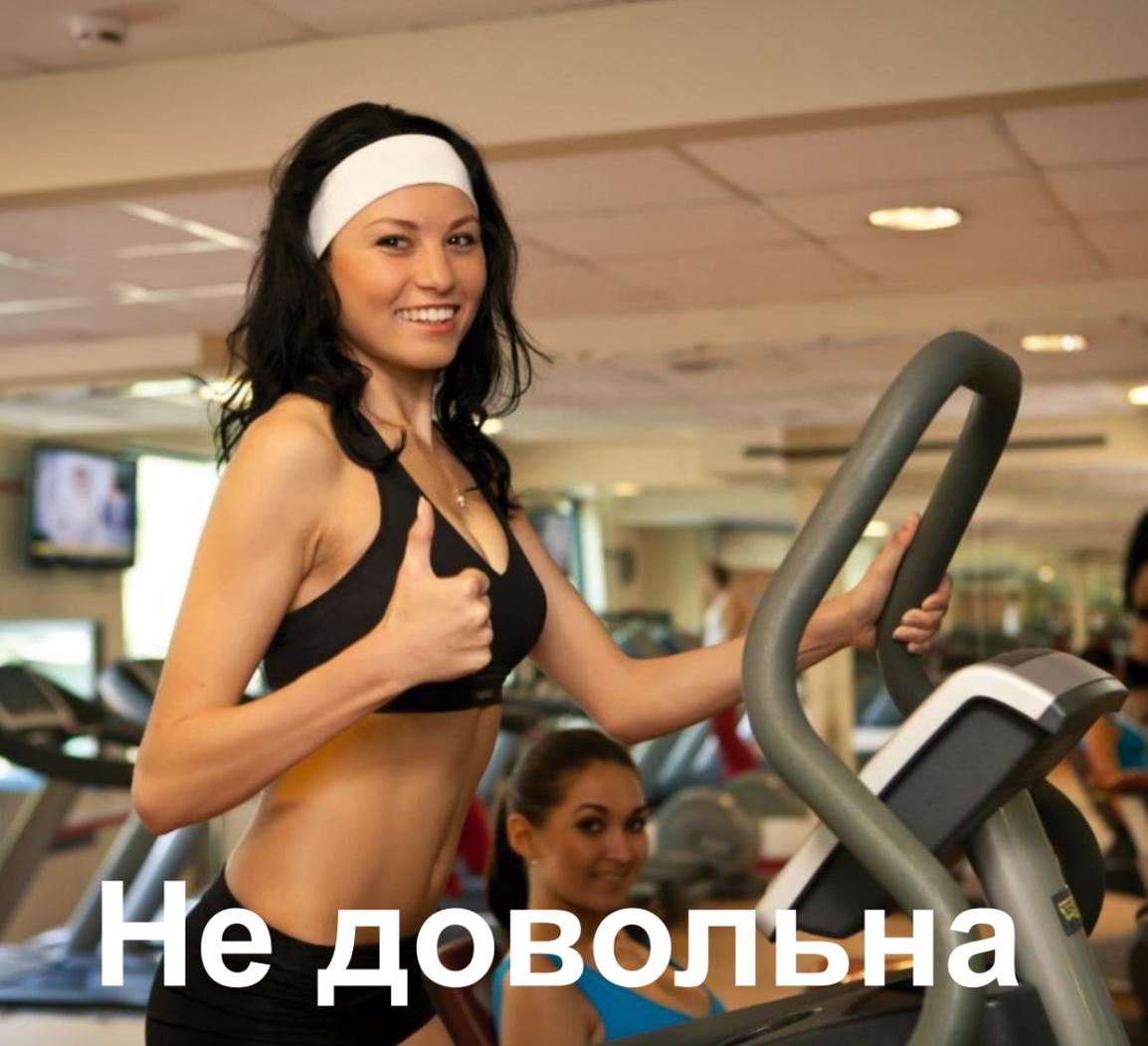
Не довольна

Довольна

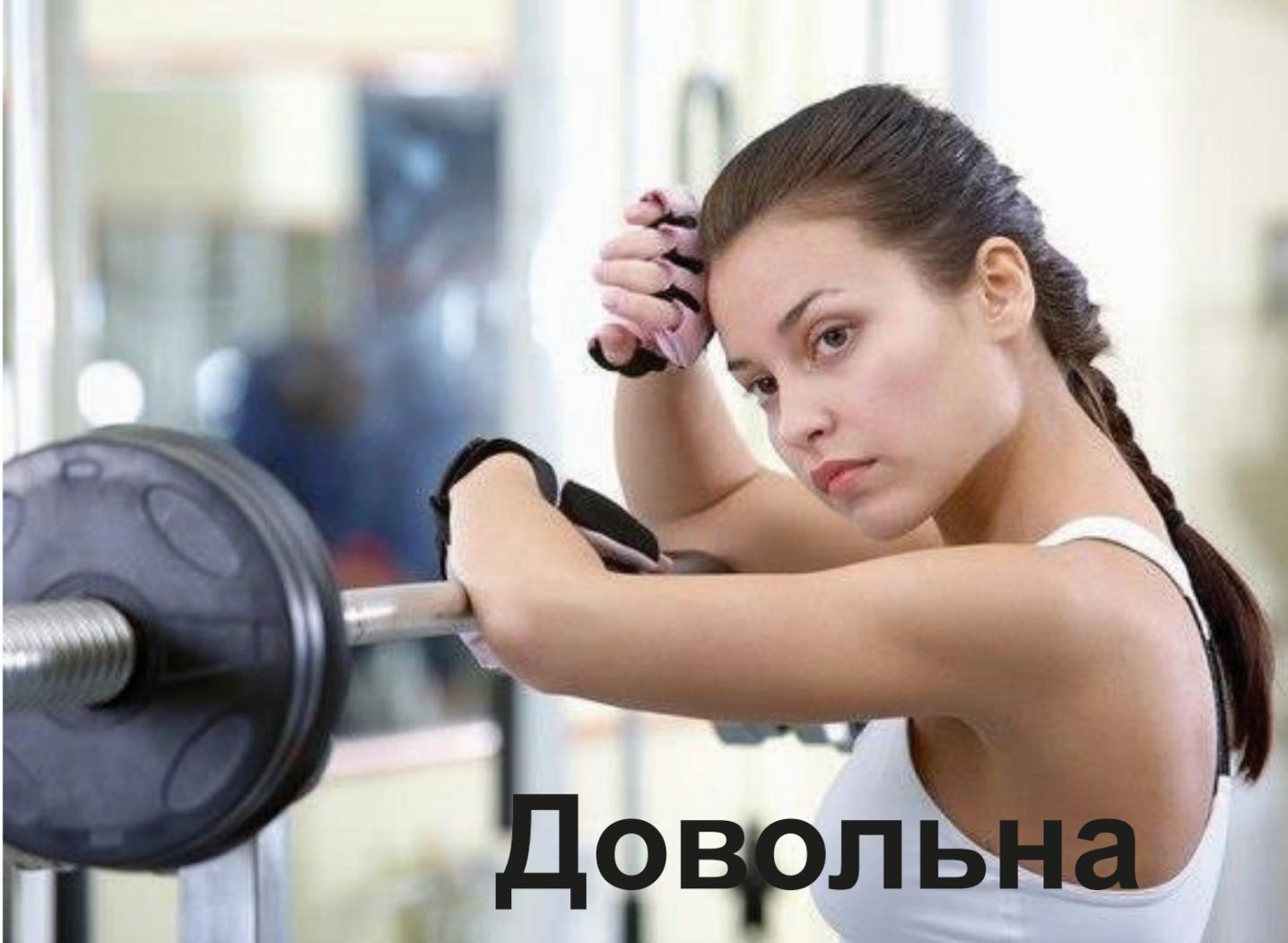
Степень доверия

86%

27%



Не довольна



Довольна

Степень доверия

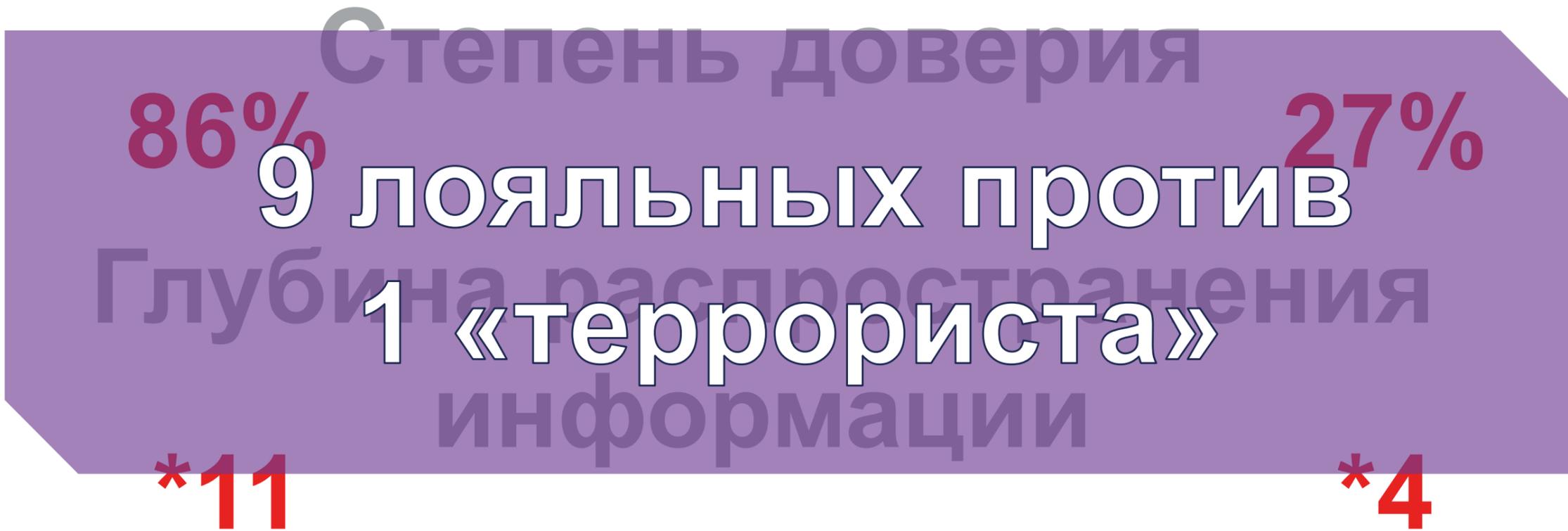
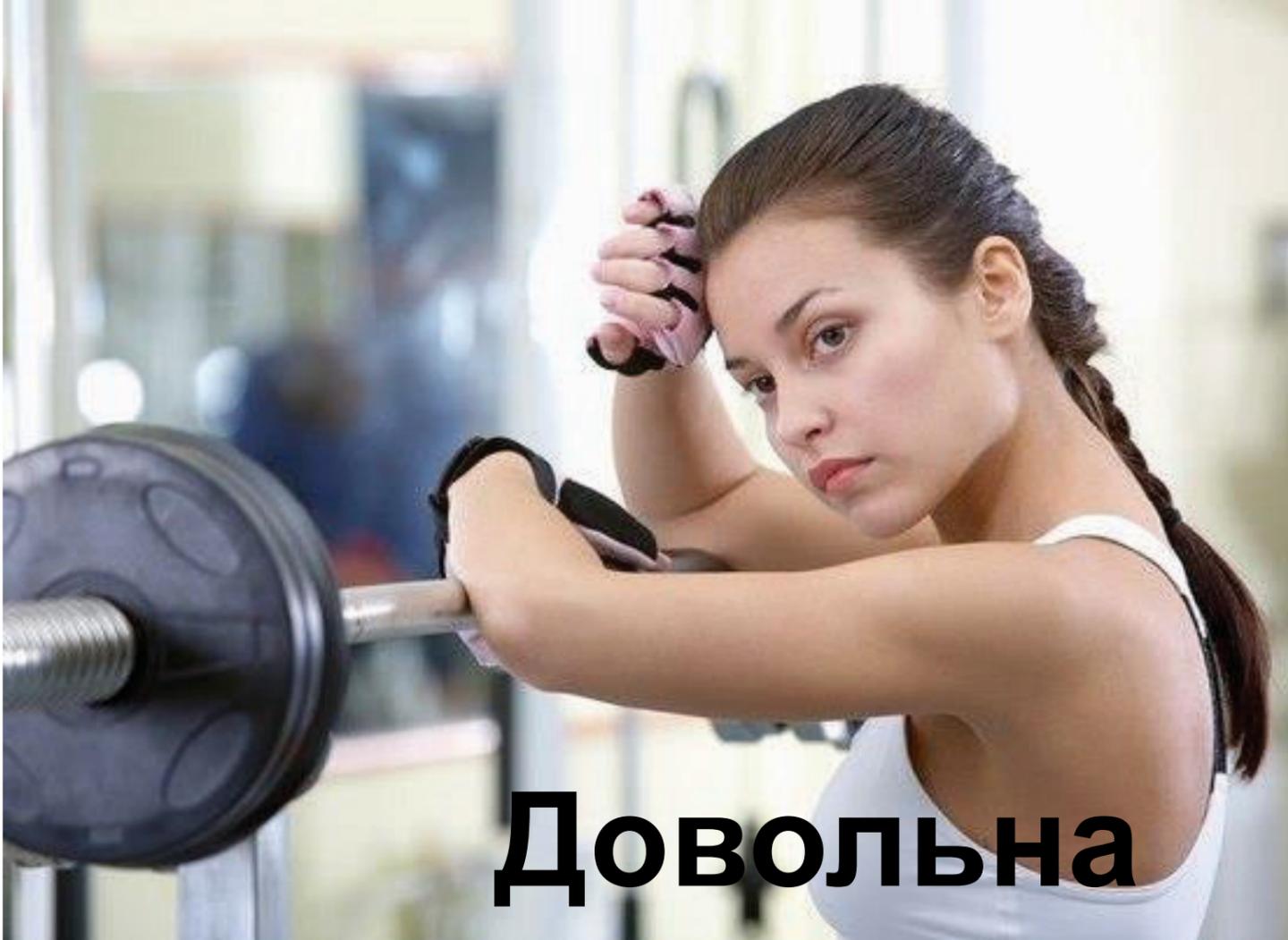
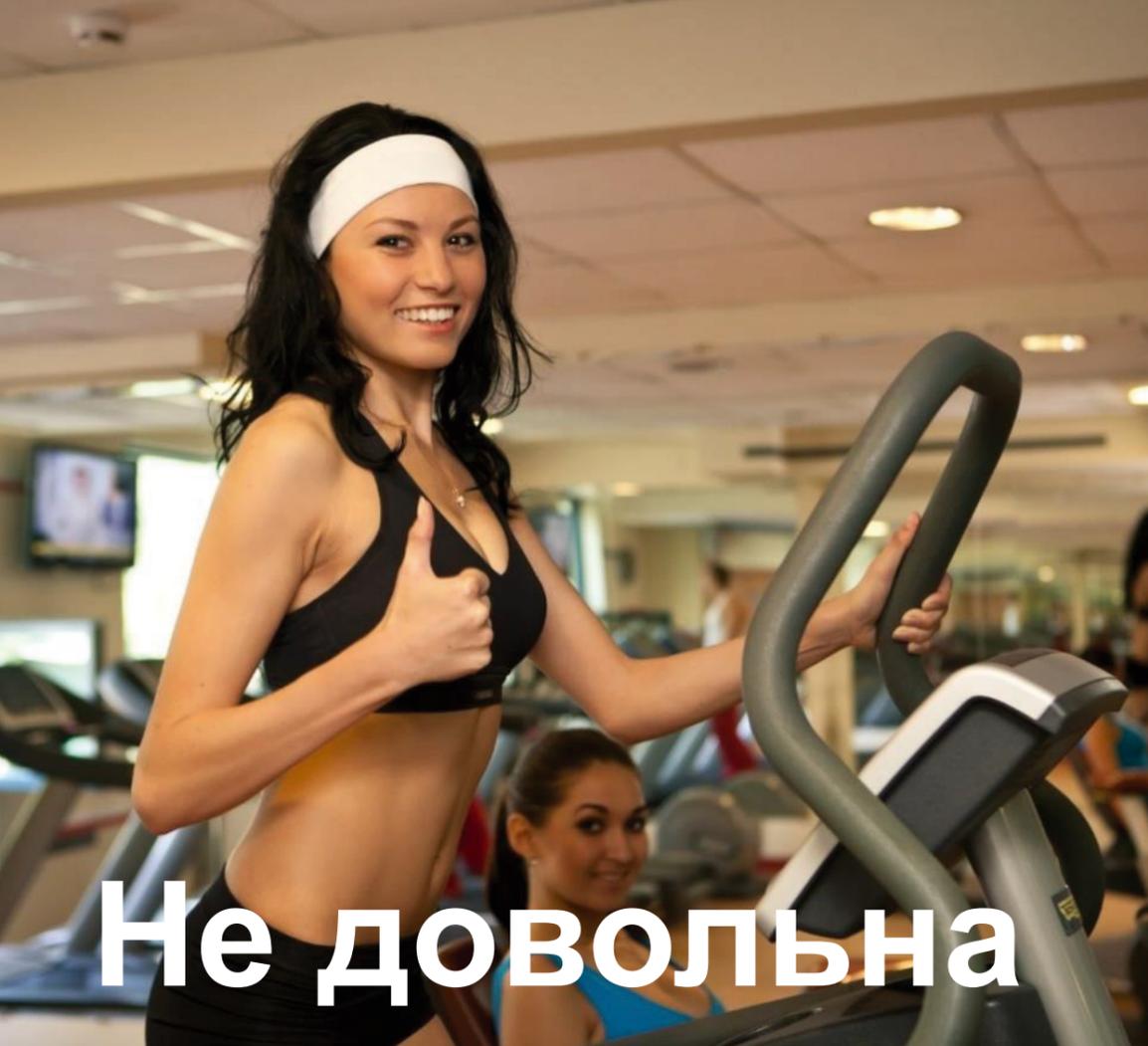
86%

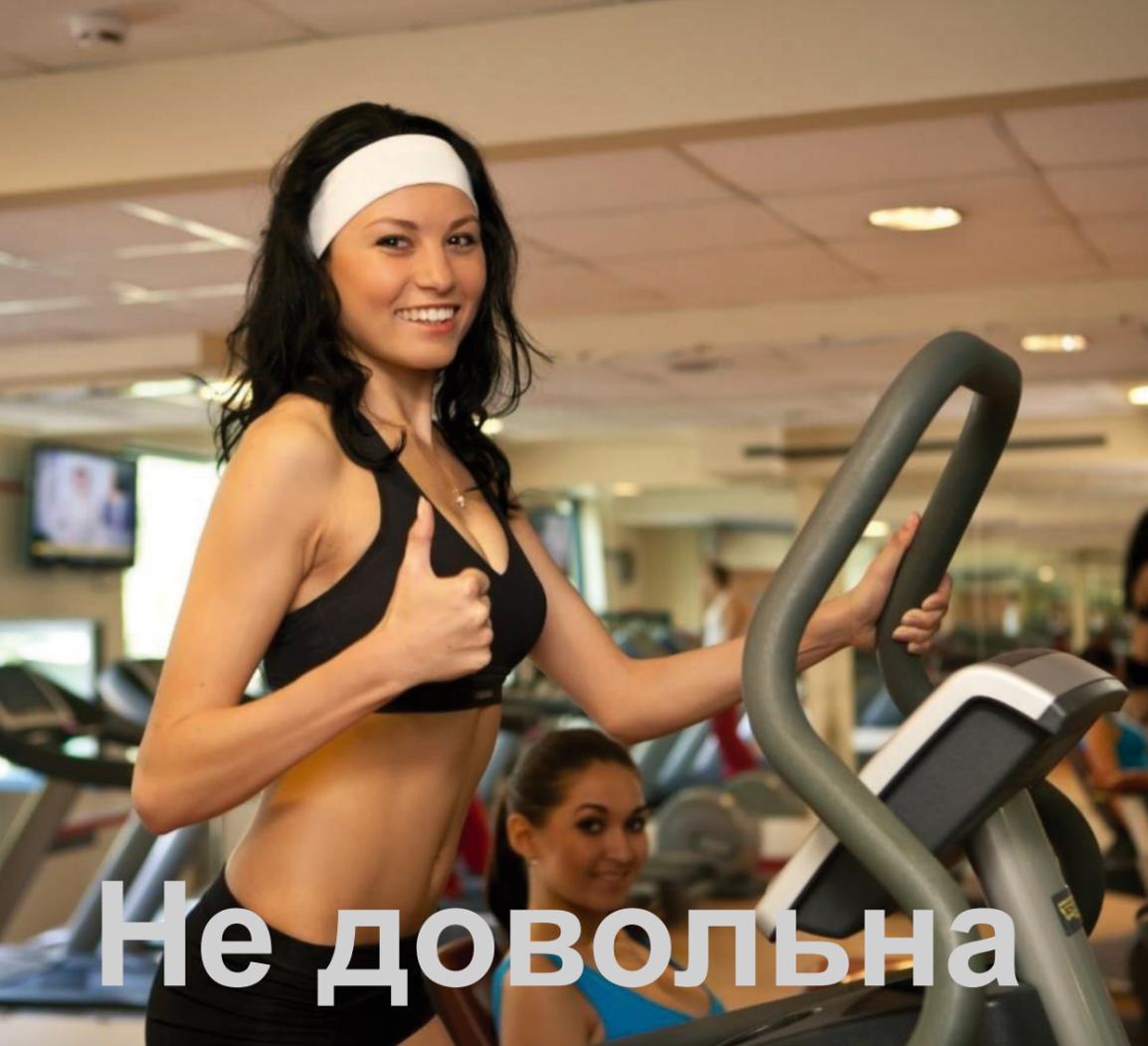
27%

Глубина распространения информации

***11**

***4**





Не довольна



Довольна

86% **78%** **обращает** **внимание на** **рекомендации** **знакомых** **информации** **знакомых** 27%
Глубина распространения информации

*11

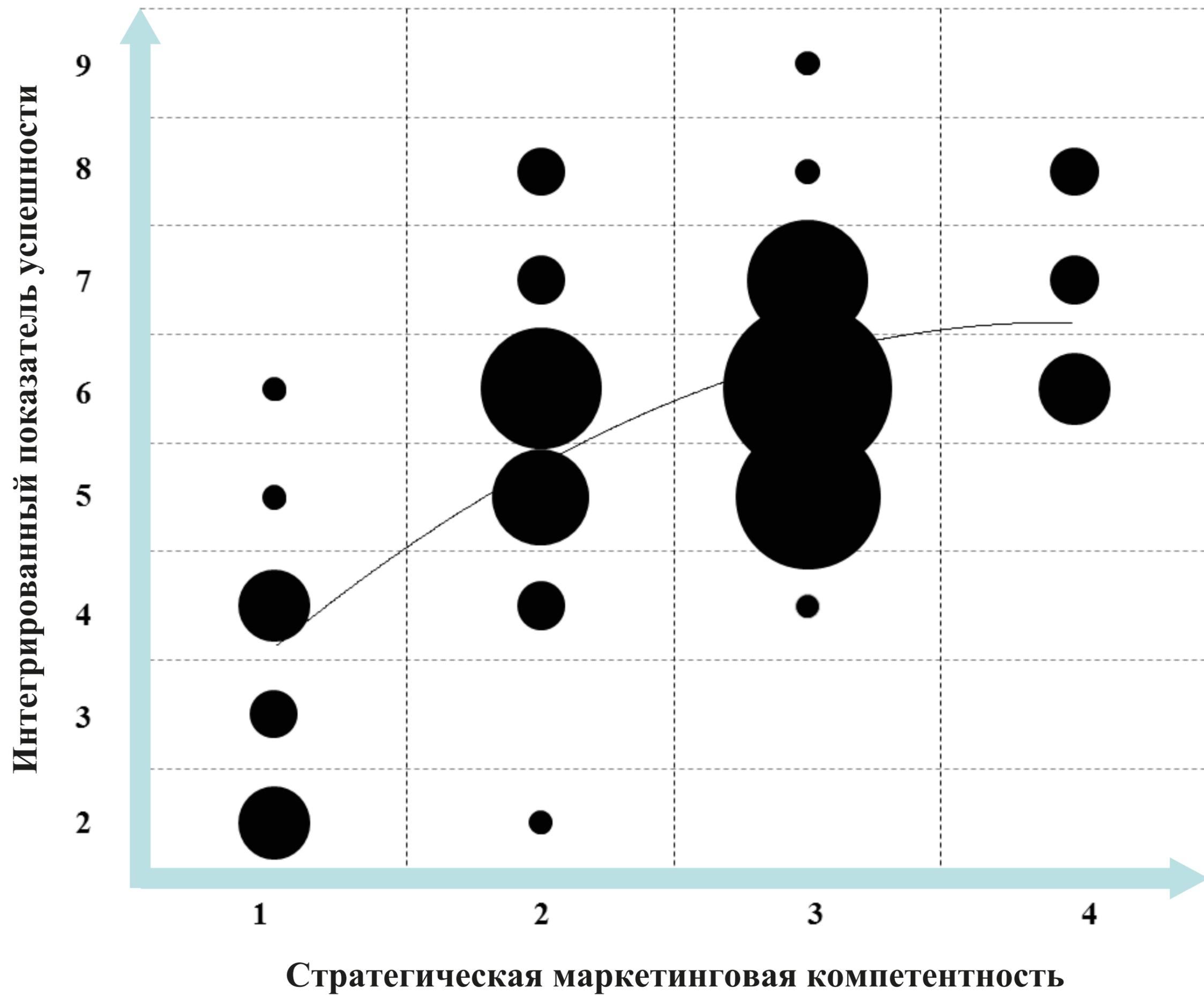
*4

Иду на войну...



Иду на войну с неэффективностью





Тренды коммуникаций

- ➔ Коммуникация «все со всеми», правило одного рукопожатия
- ➔ Интеграция каналов и омниканальность
- ➔ «Мобилизация» технологий коммуникации
- ➔ Персонификация
- ➔ Эмоционализация
- ➔ Адвокатура брендов и бренд-журналистика – «настоящность» контента
- ➔ Уход от «Всегда на связи»
- ➔ Открытость, прозрачность
- ➔ Аналитичность (оценка эффективности)
- ➔ Интернет вещей

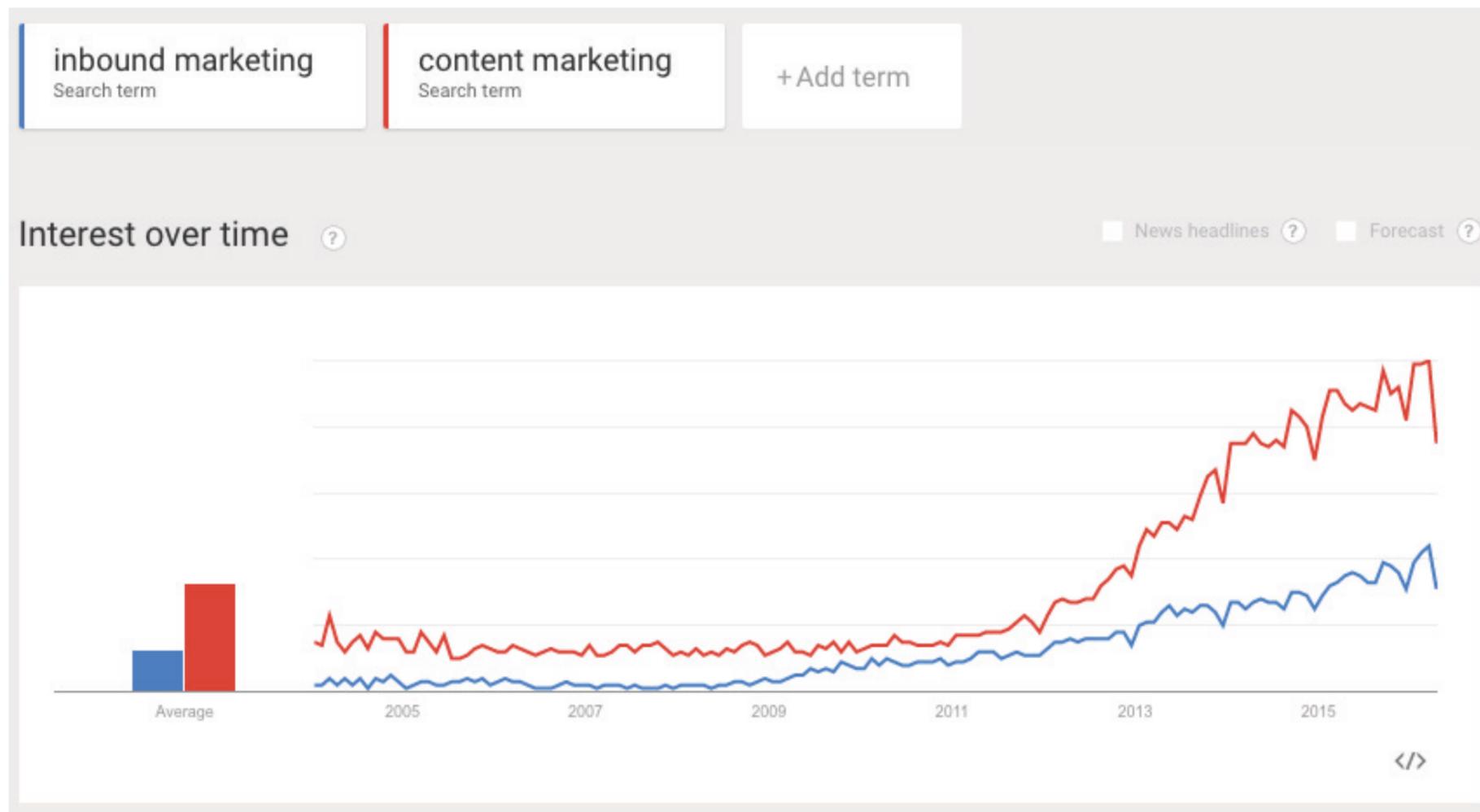


Симулякры образования

The biggest problem in marketing in the tech world today is that **too many marketers do not know the first thing about marketing.**

Samuel Scott, TechCrunch, 2016

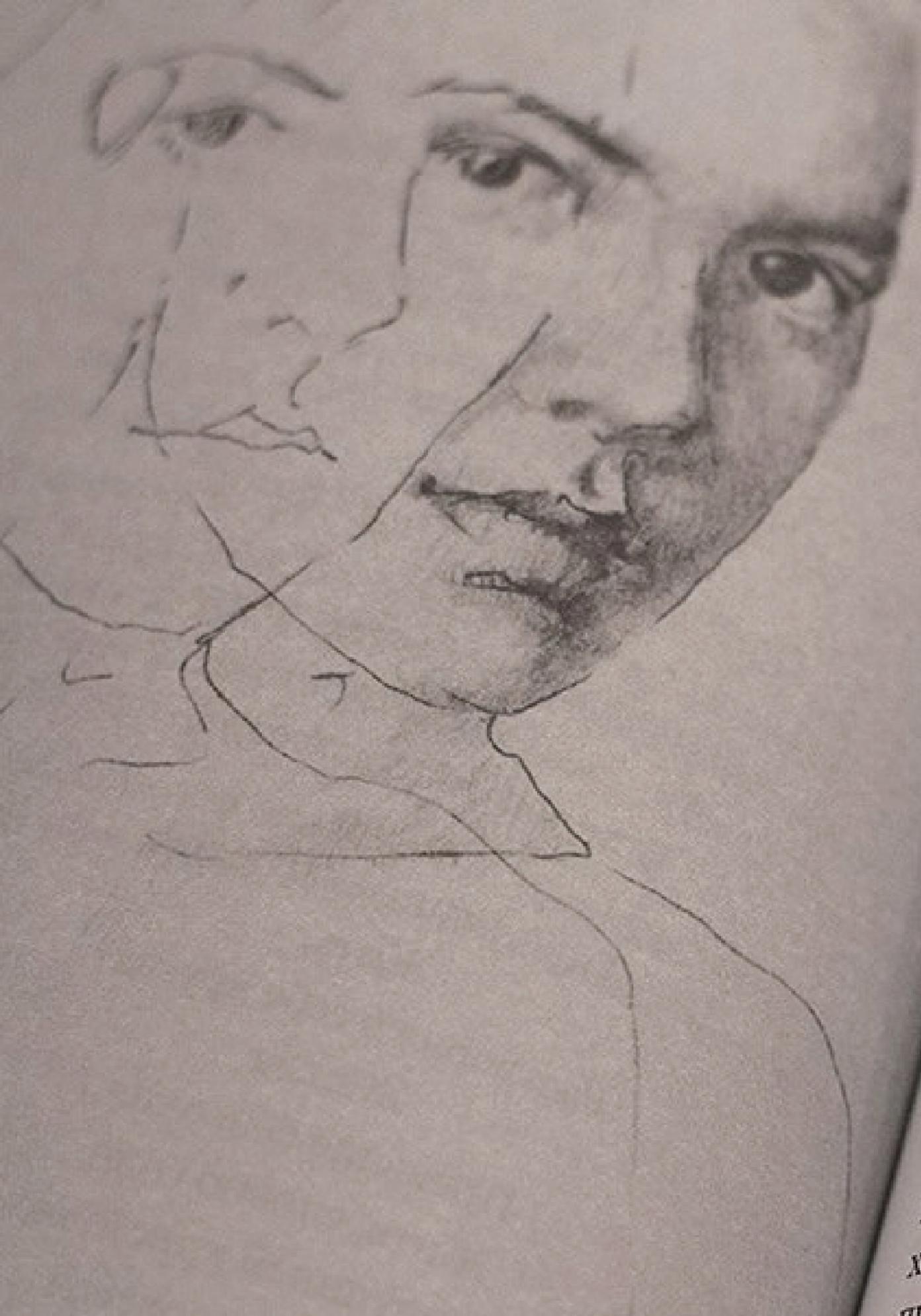
<http://techcrunch.com/2016/04/12/everything-the-tech-world-says-about-marketing-is-wrong/>



Термин «inbound (вовлекающий) маркетинг» был изобретен и популяризирован в середине 2000-х компанией HubSpot, которая продаёт — ну, конечно! — «программное обеспечение для inbound marketing»

Термин «контентный маркетинг» был помпезно введен примерно в то же самое время господином Джо Пулиззи. Он создал «Институт контентного маркетинга», который продаёт — ну, конечно, а как же иначе! — «тренинги по контентному маркетингу», а также билеты на Всемирную конференцию по контентному маркетингу.





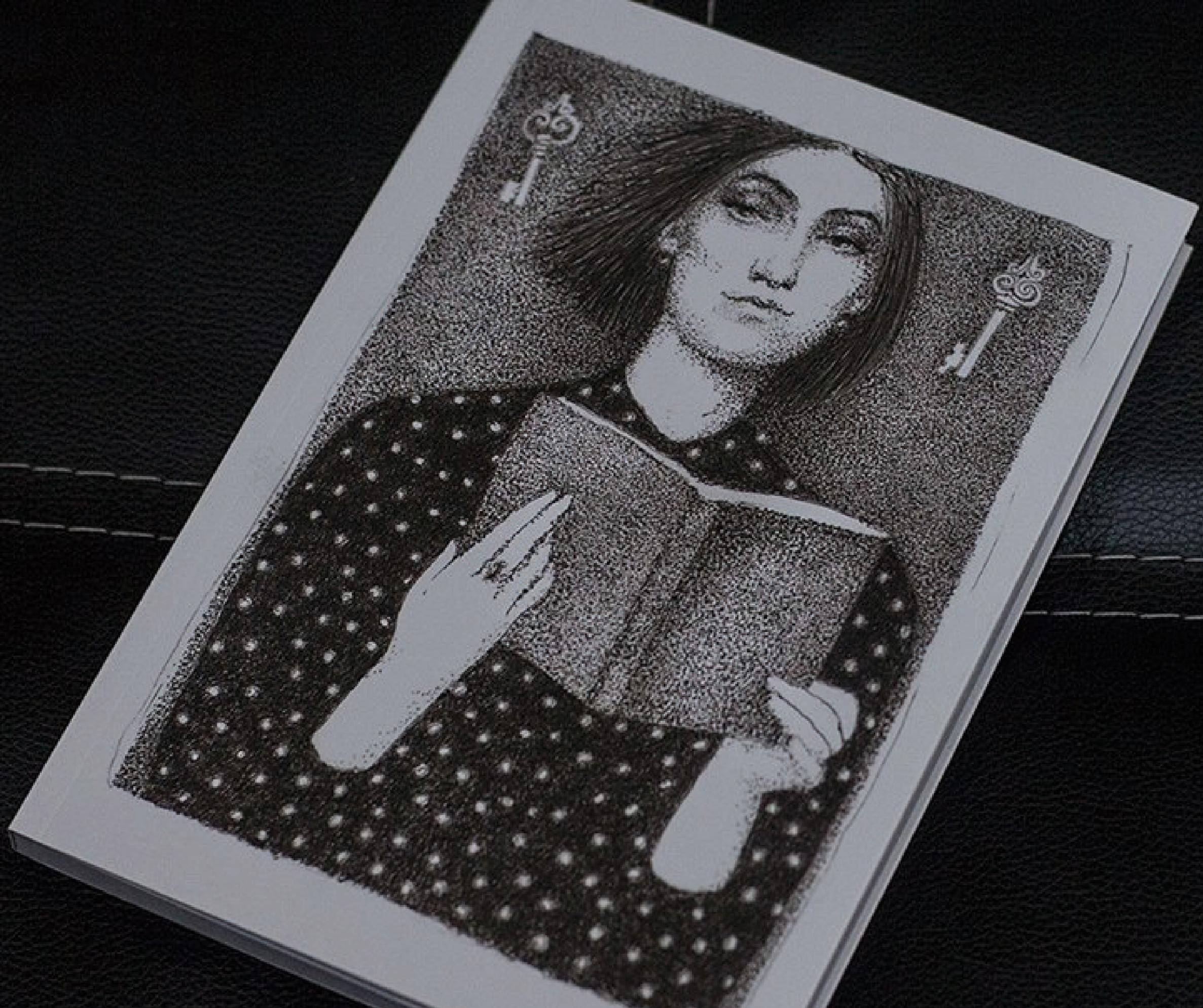
Муза в бумажной маске — психологическая драма, главный герой отчаянно пытается добиться расположения дамы сердца. Склонный к алкоголизму, страдающий оталкоголизмом и психическими проблемами, он незаметно для самого себя превращает бытовую драму в опасную игру с подсознанием. Блуждая по территории реальности и видений, с каждой строчкой повествования он теряет возможность выбраться из этой схватки с собственным мозгом невредимым.

Дмитрий Михайленко

Муза в бумажной маске

(отрывок)

Каролина плакала долго и захлеб. Видимо, я действительно много значил для нее, такую реакцию сложно имитировать. Ее истерика сказалась и на мне. Я не чувствовал себя спокойно в тот вечер, мне было стыдно и страшно. Я воспользовался хорошей девушкой, наобещал кучу всего, а затем просто выбросил на обочину без обязательств.





Что делать?

- Мыслить реальными людьми, работать с реальными потребностями;
- Проводить глубинные интервью вместо анализа “трендов” (одно интервью содержит больше информации, чем вы найдете за неделю в сети);
- Строить карты эмпатии, изучать реальных пользователей своего бизнеса вместо наблюдения за их «аватарами»;
- Изучать настоящие мотиваций покупки, использования;
- Развиртуализировать, выводить людей в реальный мир;
- Настроить CRM, использовать звонки, физический директ;



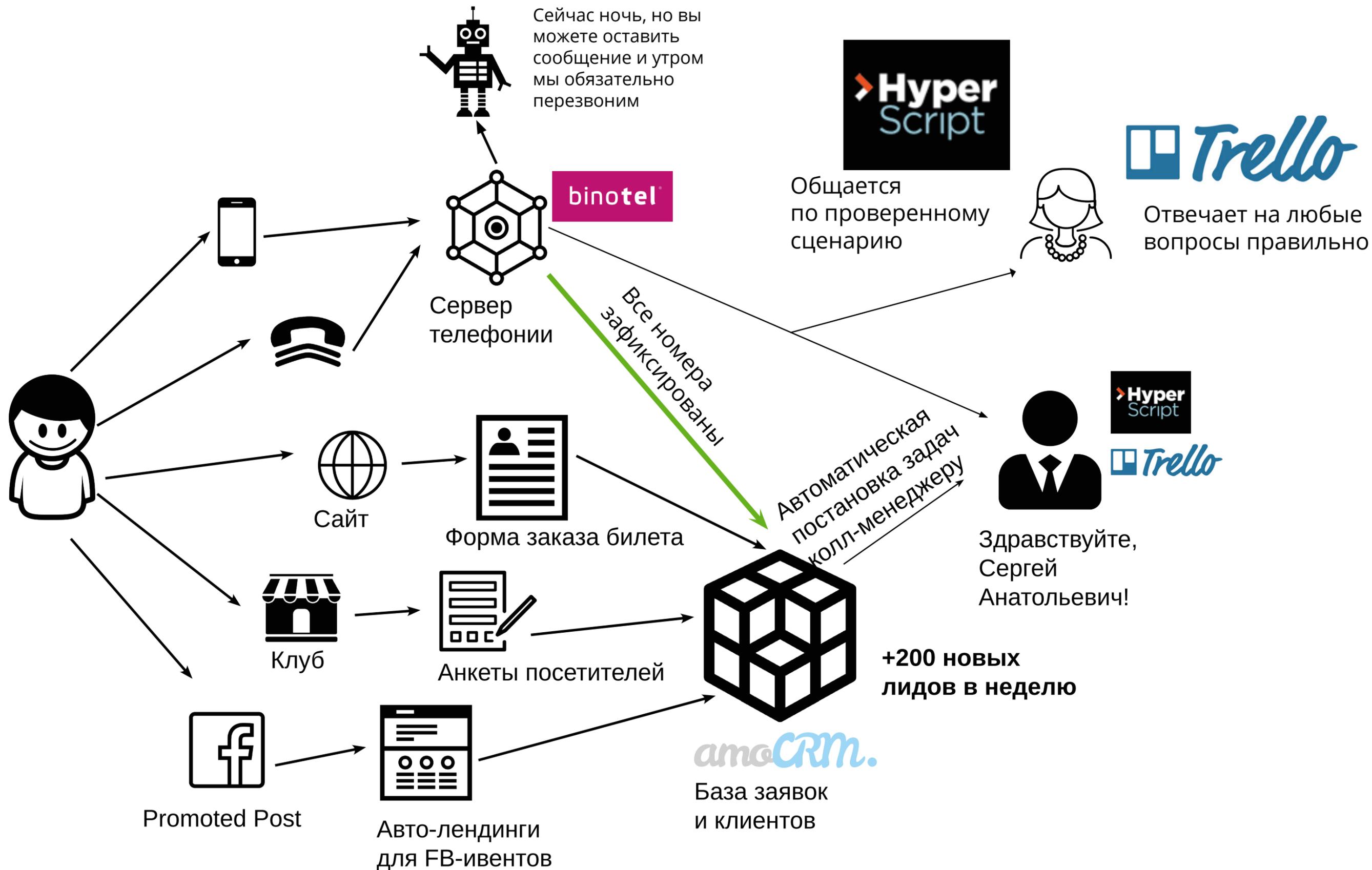
The image shows the interior of a jazz club. The room is dimly lit with warm, yellowish lights. The walls are dark, and the ceiling has several spotlights. In the foreground, there are several large, plush sofas with purple cushions. In the background, there are more rows of similar sofas, creating a sense of a large, comfortable seating area. The overall atmosphere is cozy and intimate.

Как мы построили
джаз-клуб за \$20 000



**Мы продаем билеты нишевых коллективов
и исполнителей (чаще всего, впервые
выступающих в Одессе) по 250-350 грн.**

**До нас так не делал никто.
Цена билета в городе была 80-120 грн.**



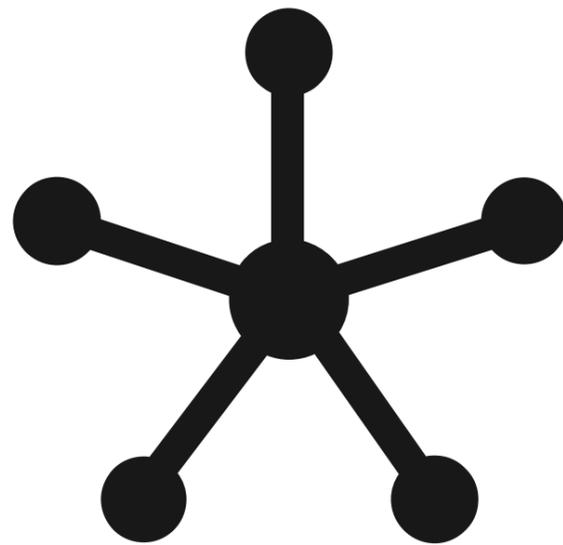
**Мы строим клуб в прямом смысле слова.
У нас нет «продажников», есть консультанты
по досугу, те, кто помогает вам открывать
новые музыкальные и театральные проекты.**

**Они не «покупают».
Мы не «продаем».**

**Мы находим или создаем культурные
продукты для своих гостей, ориентируясь
на их вкусы и глубокое понимание
их интересов.**

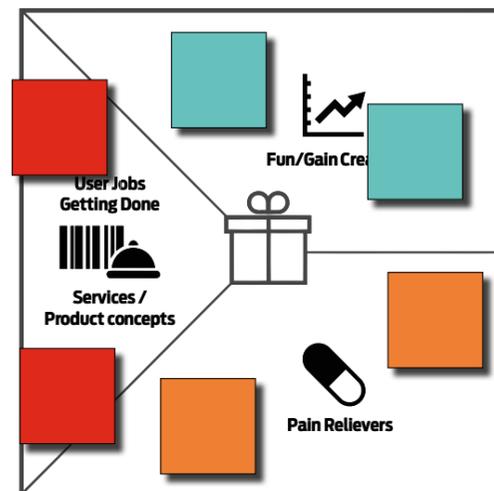
Каждый концерт — событие.

Каждый создается как отдельный маркетинговый продукт

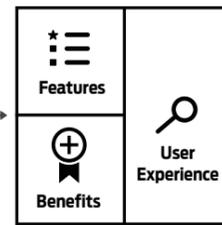


Смыслы

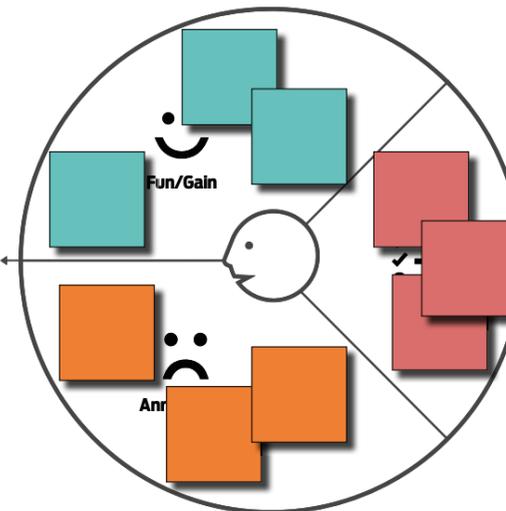
Value Proposition



Product



User Profile



Ценности

КАРТА ЭМПАТИИ



Исследования

Перрон: концерты



55 билетов x 300 грн x 20% маржа x 40% отчисления на рекламу = 1320 грн.

Цена
привлечения
через FB

313

грн.

Дороже
билета.

Соответственно,
наша цель — ориентация на LTV,
который достигается только
после перехода к живому, реальному
общению с гостями.



Вместо онлайн-касс — бесплатная доставка билетов дружелюбным курьером.

Вместо «чата на сайте» — 8-минутные душевные разговоры с по телефону с консультантом по досугу.

**Это окупается и увеличивает
продажи более чем вдвое.**

A photograph of a violinist in a white shirt performing in a restaurant. The violinist is in the foreground, playing a violin. In the background, several people are seated at tables, watching the performance. A woman in the middle ground is resting her head on her hand, and a man in the foreground is also resting his head on his hand, looking towards the musician. The setting appears to be a dining room with tables and chairs.

**Музыкант
не закуска!**

**В концертном зале нет столиков,
во время концерта не подают напитки или еду.**

**Но вы можете безлимитно кушать любые блюда
из тематического меню за 200-300 грн.**

До концерта, в антракте или после.

Музыка и общение — в центре внимания.

A watercolor painting of a courtyard. In the center, a small circular fountain with a blue basin and a white spout is surrounded by green grass. To the left, a large, dark tree trunk stands prominently. In the background, a building with several arched windows and doorways is visible, rendered in soft, muted colors. The overall style is soft and painterly, with visible brushstrokes and a gentle color palette.

ДВОР
КУЛЬТУРЫ

ОДЕССА

Приезжайте
в Одессу