

# ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Как превратить  
генерацию новых идей  
для управления эмоциями  
в технологию

Москва 2019 г

Делай  
Интересно



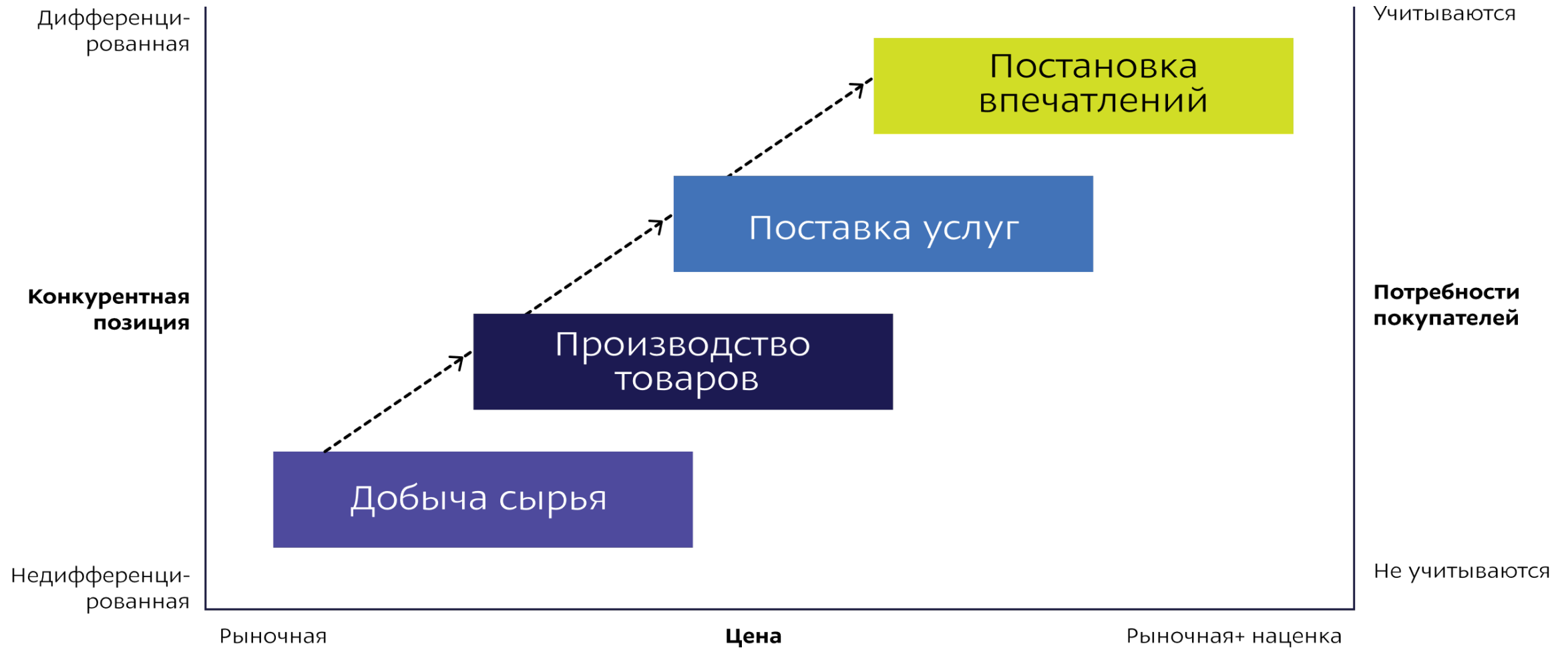




# Экономические различия

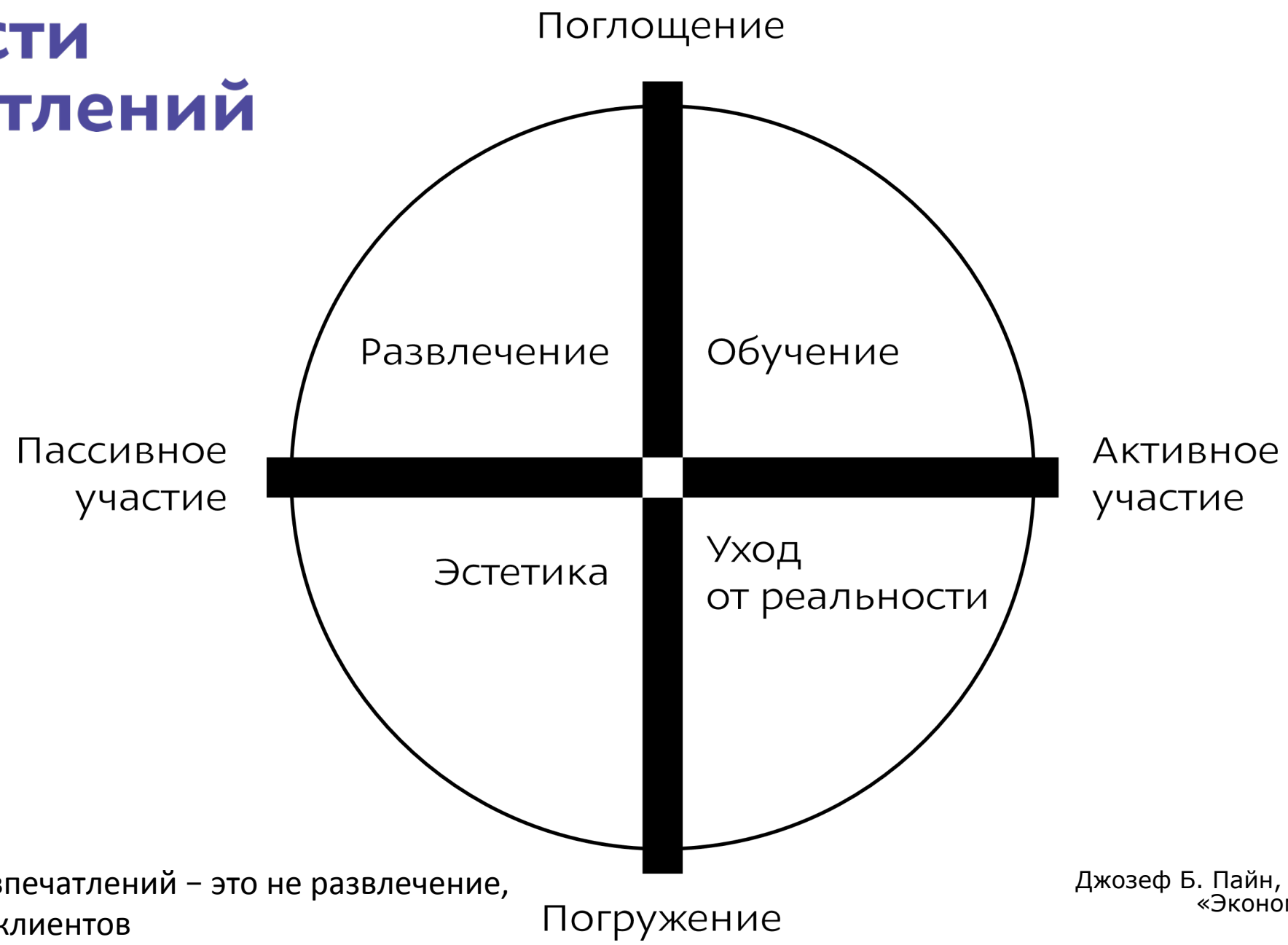
Экономическое предложение	Сырье	Товары	Услуги	Впечатления
Тип экономики	Аграрная	Промышленная	Услуг	Впечатлений
Экономическая задача	Добыча	Производство	Доставка	Представление
Суть предложения	Равноценное	Материальное	Нематериальное	Запоминающееся
Главное качество	Природное	Стандартизированное	Персонализированное	Личное
Характер поставок	На развес	По описи	По требованию	Проявляется с течением времени
Продавец	Торговец	Производитель	Поставщик	Режиссер
Покупатель	Рынок	Пользователь	Клиент	Гость
Факторы спроса	Свойства	Особенности	Льготы	Ощущения

# Эволюция потребительской ценности





# Области впечатлений



Организация впечатлений – это не развлечение, а вовлечение клиентов

Джозеф Б. Пайн, Джеймс Х. Гилморт  
«Экономика Впечатлений»



**ПРОБЛЕМЫ vs. РЕШЕНИЯ**















кофе и чай  
**ДАБЛБИ**  
КОРПОРАТИВНО

Animal Fantasy

ANTI-STRESS COLOURING BOOK



A rooftop garden with a wooden deck, green artificial turf, and various plants in white planters. In the background, there are colorful beanbag chairs and easels. A sign in the foreground reads "GOOD FEEL WILL" and "Touch, feel, think!".

GOOD

FEEL

WILL

Touch, feel, think!





















Мастер-класс «Секреты БД»  
**Управление первым впечатлением**  
20 апреля 19:00  
\*Спонсорство для гостей  
посещения мероприятия имеет  
Регистрация  
Event-Platform, 8 800 500 31 00, [openworldgroup.com](http://openworldgroup.com)

RD  
BOZANOV  
BYD  
orator.club  
MAYARD  
MAYARD  
MAYARD





# МОЗАИКА

Делай Интересно

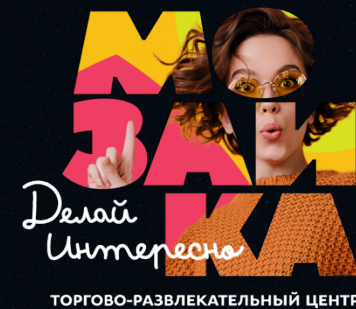
Разница между воспоминаниями о впечатлениях и наслаждением, испытанным в момент восприятия впечатления.

Люди запоминают, что они наслаждались впечатлением, даже если не смогут вспомнить их и объяснить почему.

Чем сильнее положительное воспоминание, чем дольше оно останется в памяти, тем больше будет созданная ценность



# Спектакли в NOL





# Фестивали в NOL

# МОЗАИКА

Делай Интересно



ВТОРОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ПОЭЗИИ

ВЫВУЧЮ





# NOL BAPKA





# МОЗАИКА

*Делай Интересно*

Рестораны и еда — чтобы отдохнуть и развлечься

Магазины привлекают  
с помощью развлекательных шоу и рекламных акций —  
shoppertainment «развлечение покупателей»

**Вовлечение покупателей  
в развивающее действие на личном уровне  
и сделать это событие незабываемым**



# gornostay

Moscow



— слалом  
в торговом  
центре

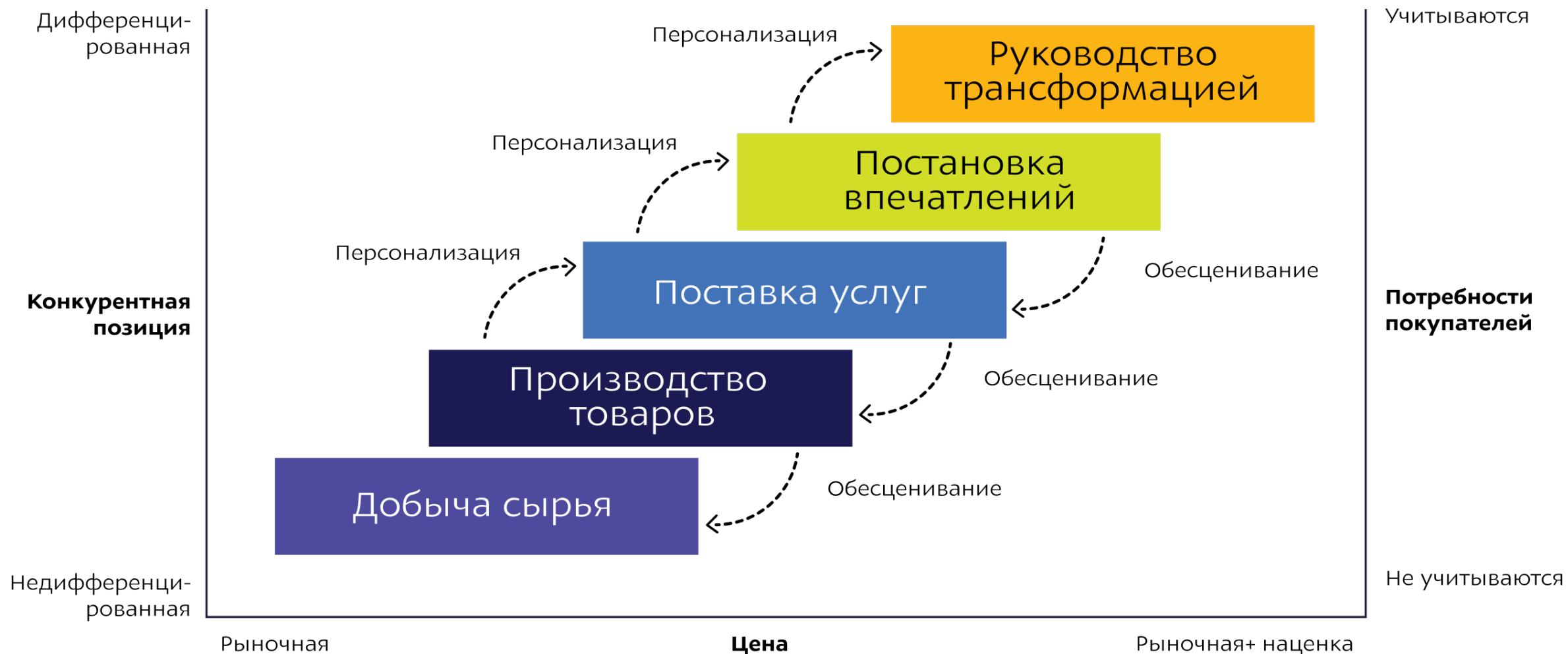








# Модель трансформации бизнеса







Retail  
school



# Словарик

**Edutainment** = обучение + развлечение

**Eduscapism** = обучение + уход от реальности (смена контекста)

**Edusthetic** = обучение + эстетика (прививание вкуса)

**Escasthetic** = уход от реальности + эстетика (изменение мировоззрения)

**Entersthetic** = развлечение + эстетика (привлечение внимания)

**Escatainment** = уход от реальности + развлечение (восстановление душевного равновесия)

**Edutailing** = преподавание + торговля

**Shopperscapism** = шоппинг + эскапизм

**Eatertainment** = еда + развлечение





Луиза Улановская  
Директор по стратегическому  
маркетингу

+7(906)033-94-03  
ulaluisa@gmail.com