

Модуль «Маркетинг».

Маркетинговые коммуникации: работа с сообщением и креативом.

Миша Чернышев

КТО Я?

14

8

4

Наши простые правила

1. Мобильные телефоны – на бесшумный/вибро режим
2. Если срочный звонок – выходим и разговариваем вне аудитории
3. Если вы хотите что-то рассказать, то расскажите об этом всей аудитории, а не только соседу :)
4. Перебивать можно и нужно – любые вопросы приветствуются!
5. Получаем удовольствие и участвуем в процессе – активное участие в заданиях КАЖДОГО!
6. Время на перерывы и обед – без опозданий!

О чем мы будем
говорить?

План на сегодняшний день

1. Что такое коммуникации?
2. Краткая история коммуникации
3. Парадигмы коммуникации
4. Фундаментальная модель определения «выгоды» для коммуникации.
Модель «а-п-в»
 - Практическое задание
5. 3-х уровневая коммуникация

Кейс– Классика ИМК: от продуктовой инновации к интегрированным коммуникациям

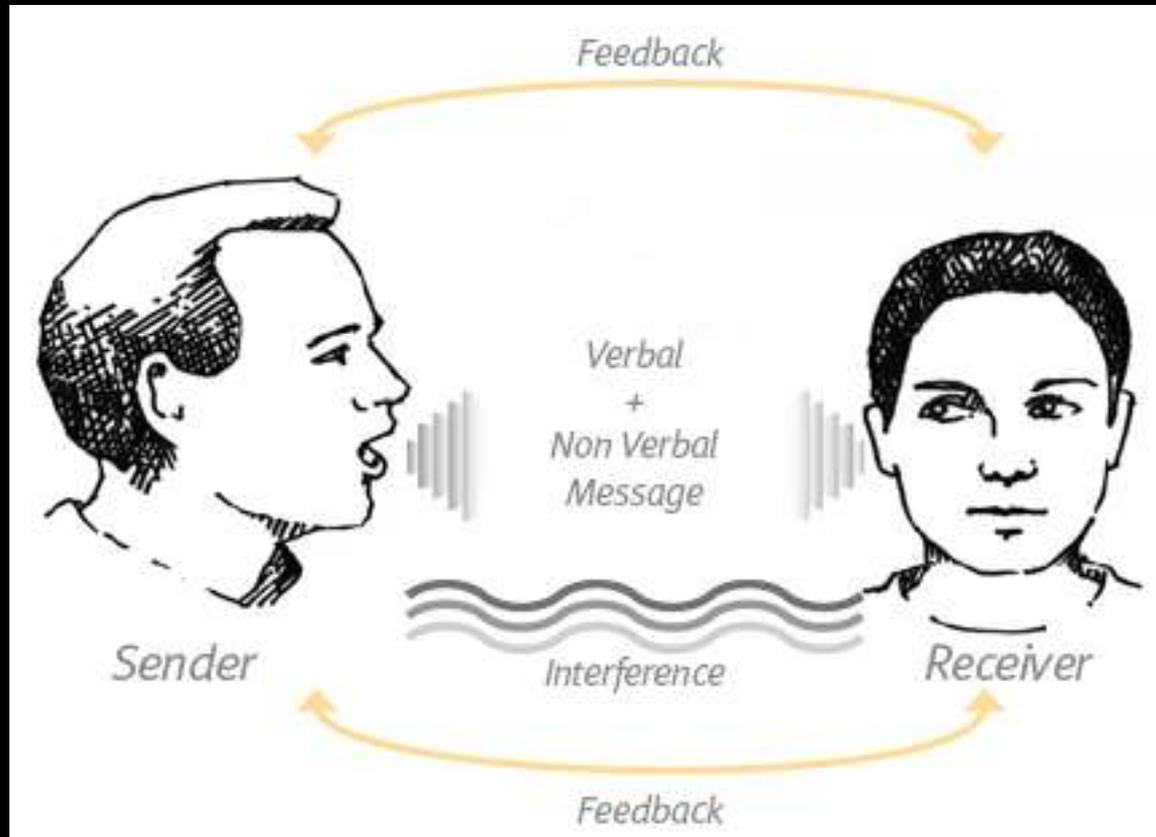
Готовы? Поехали!

T H E R E I S
B E A U T Y I N
S I M P L I C I T Y

Начнем с простых вопросов

ЧТО ТАКОЕ КОММУНИКАЦИЯ?

Коммуникация



5 каналов восприятия КОММУНИКАЦИИ



ЧТО ТАКОЕ МАРКЕТИНГОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ?



Kodak

DEADWOOD

THE MENTALIST

EVENT

FISBC

Advertisement with blue and white background

Advertisement with red and white background

Marriott

Bank of America

STOMP

Marketing One

?





ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ

?



Москва. 15 февраля. INTERFAX.RU - Турпоток в Челябинскую область, где в пятницу произошло падение метеорита, может вырасти, сообщил portalу "Интерфакс-Туризм" главный врач крупнейшего на Южном Урале санатория "Кисегач" Валерий Сорокун.

По его словам, редкое природное явление может привлечь в регион туристов, что было бы замечательно для местной туристической индустрии.

"Это событие повлияет на сближение с природой, на мироздание, духовное развитие. Будут и те, кто захочет побывать в этих местах. Мы готовы поделиться этой красотой. Мы ориентированы на добро и духовность. Природа Южного Урала очень красивая, здесь цепочка озер", - рассказал он.

Коммуникация? Пост в Facebook

Воскресенье. Начало одиннадцатого вечера. Стою в очереди в кассу, в Зеленом перекрестке, поскольку это единственный приличный магазин, работающий круглосуточно на Шмитовском. Место блатное, в доме над магазином элитное жилье.

Очередь 4 человека. Первой стоит бабушка, вытаскивающая из кошелька последнюю мелочь на 2 апельсина по акции за 29 рублей\кг. Следующая парочка - спортивное дерьмо от Армани, мужик с силиконовой девицей, следом молодой парень очень скромно одетый. И соответственно, я. Бабушка ковыряется, руки трясутся, волнуется, задерживает своими копаниями почтенную публику. Парочка начинает шикать, демонстративно закатывая глаза. Кассирша, молодая азиатская женщина, также всем своим видом демонстрирует пренебрежение... Наконец бабушка наскребла свои 17 рублей.

На кассе лежат бесплатные пакеты, упаковщица сразу переключилась на корзинку парочки от Армани, а бабушкины апельсины задвинула. Бабушка скрюченными пальцами пытается раскрыть пакет, и положить туда 2 апельсина. Я прошу упаковщицу помочь человеку, это ровно 2 секунды.

Терпение девицы лопается. Она начинает бухтеть, что в тааакие магазины пускать нужно только через фейсконтроль, и ниже определенного социального уровня не пускать!... Кассирша начинает поддакивать, что после того как магазин включился в программу поддержки ветеранов к 9 мая и снизил цены на какие-то товары они "Замучились с этими инвалидами, все им не так"!

Я говорю, что вы поедете в свою республику и там будете разговаривать так о своих стариках. И потом обсуждение клиентов это мягко говоря не этично, о профессионализме умолчу. И потом есть справедливость, и вы тоже не будете вечно молодыми. Мне на это отвечают, что у них маленькие зарплаты, и вообще.... справедливости нет. Короче происходит обмен любезностями. Все это время скромно одетый парень стоит и внимательно слушает. Подходит его очередь. Парочке упаковали их пакеты, бабушка пытается убрать социальную карту в кошелек и уйти, парень просит ее задержаться.

Подзывает охранника, вызывает администратора. Все стоят, смотрят. Парень представляется. Оказался генеральным управляющим всей сети перекресток. Кассиршу оштрафовал на 5 т.р. Администратора и упаковщицу на 3.5. Попросил бабушку пройти с охранником, взять тележку и купить все, что ей необходимо. За счет оштрафованных.))) А потом попросил сотрудника довести бабушку с покупками до дома. Пока он будет в соседнем кафе пить кофе, к нему придет администратор с номером ФИО и контактами бабушки, которой каждую неделю в течении месяца будут приносить продукты на 2000 р.))) Повернулся ко мне, улыбнулся и сказал спасибо. Я спрашиваю за что? Он сказал, за неравнодушие и активную гражданскую позицию.))) Все три очереди в кассы просто прослезилась...))) А справедливость есть!

Коммуникация?

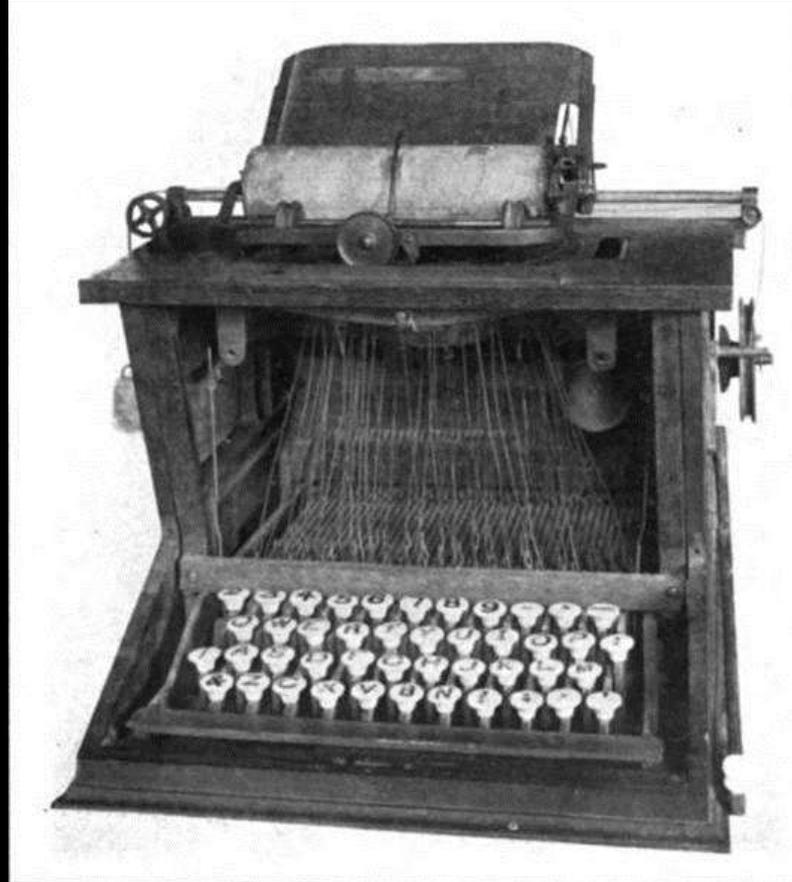


КАК ДАВНО СУЩЕСТВУЕТ
МАРКЕТИНГОВАЯ
КОММУНИКАЦИЯ?

1890



1850s



1730s



«Обещание, большое обещание – ядро любой рекламы»

Самуэл Джонсон
автор первого словаря

1709

NUMB. 1

The TATLER.

By Isaac Bickerstaff Esq;

Quicquid agunt Homines nostri Farrago Libelli.

Tuesday, April 12. 1709.

THOUGH the other Papers which are publish'd for the Use of the good People of England have certainly very wholesome Effects, and are laudable in their particular Kinds, they do not seem to come up to the main Design of such Narrations, which, I humbly presume, should be principally intended for the Use of Politick Persons, who are so publick-spirited as to neglect their own Affairs to look into Transactions of State. Now they, Gentlemen, for the most Part, being Persons of strong Zeal and weak Intelleits, it is but a Cha-

The Publick Adviser,

WEEKLY

Communicating unto the whole

Nation the several Occasions of all persons that are any way concerned in matter of Buying and Selling, or in any kind of Employment, or dealings whatsoever, according to the intent of the OFFICE OF PUBLICK ADVICE newly set up in several places, in and about *London* and *Westminster*.

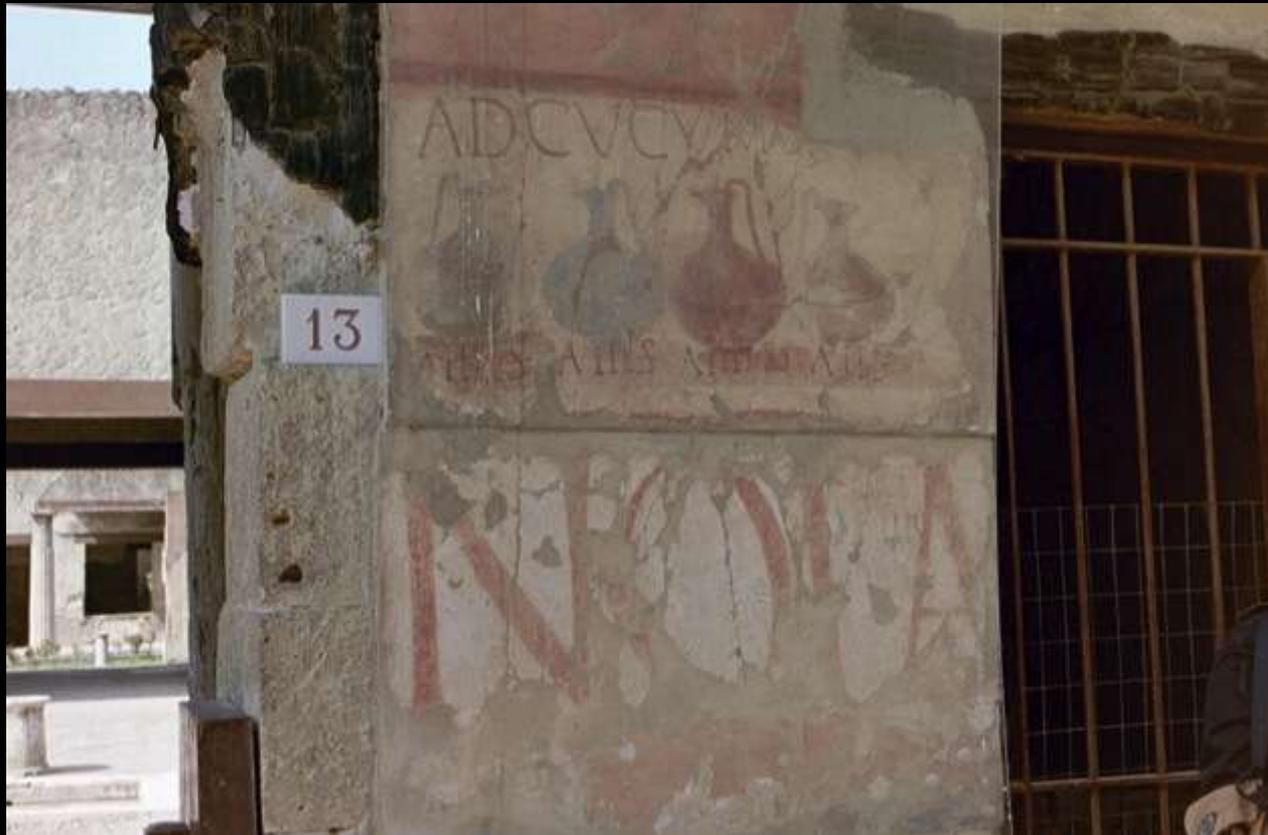
For the better Accommodation and Ease of the People, and the Universal Benefit of the Commonwealth, in point of

PUBLICK INTERCOURSE.

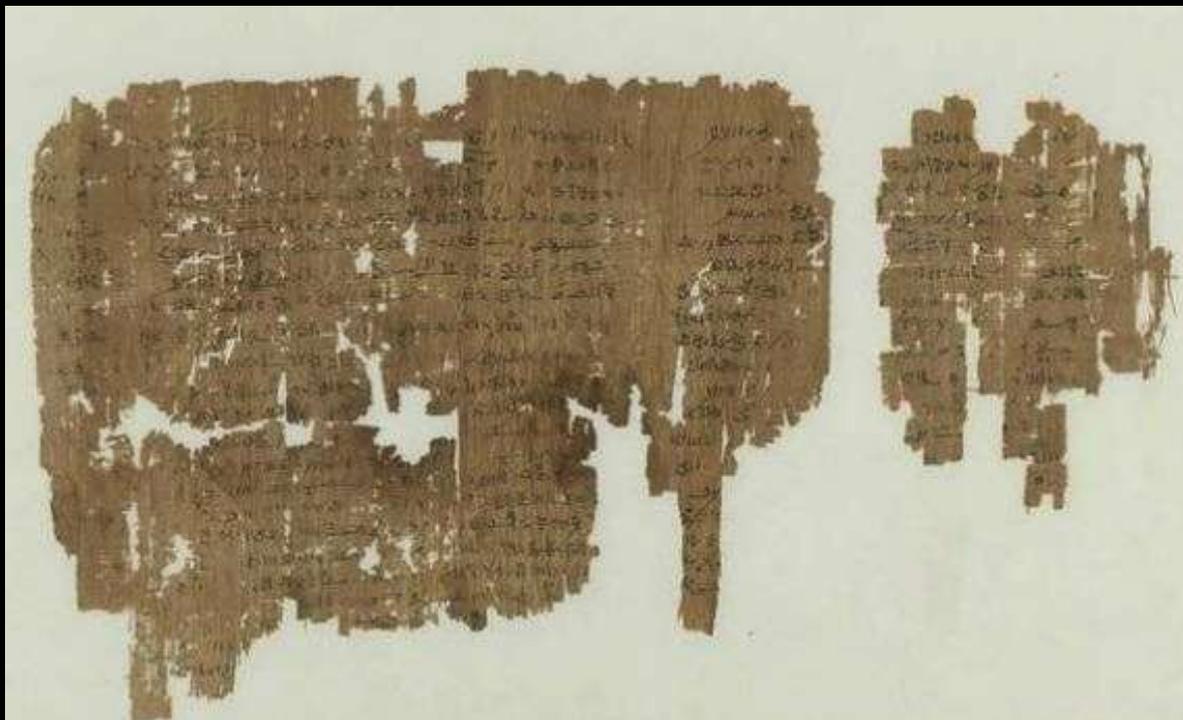
From Tuesday May 19 to Tuesday May 26.

In *Bartholomew Lane* on the back side of the Old Exchange, the drink called *Coffee*, (which is a very wholesome and Physical drink, having many excellent vertues, closes the Orifice of the Stomack, fortifies the heat within, helpeth Digestion, quickneth the Spirits, maketh the heart lightsom, is good against Eye-sores, Coughs, or Colds, Rhumes, Consumptions, Head-ach, Dropsie, Gout, Scurvy, Kings Evil, and many others) is to be sold both in the morning, and at three of the clock in the afternoon.

Когда-то до нашей эры



2200 лет д.н.э.



Совсем-совсем давно



Возвращение к истокам? :)



30 тысяч лет «настенной» формы передачи информации

Сегодня потребитель контролирует «поток» историй – задача «войти в поток»

Давайте посмотрим
внимательнее на
последние 100 лет
маркетинговых
коммуникаций...

Развитие рекламы в последние 100 лет: сжатие «системы»

Распалась связь времен

На уроках истории многие школьники недоумевают: почему исторические периоды становятся со временем короче и короче? Верхний палеолит продолжался около миллиона лет, а на всю остальную человеческую историю осталось всего полмиллиона. Средние века – тысяча лет, остается всего пятьсот. От верхнего палеолита до средневековья история, похоже, ускорилась в тысячу раз.

Это явление хорошо известно историкам и философам. Историческая периодизация следует не астрономическому времени, текущему равномерно и независимо от человеческой истории, а собственному времени системы. Собственное же время следует той же зависимости, что и потребление энергии или прирост населения: оно течет тем быстрее, чем выше сложность нашей системы, то есть чем больше людей живет на Земле.



Сергей Капица

1910

1990

2013

2050?

Маркетинг 1.0

Маркетинг 2.0

Маркетинг 3.0

Маркетинг 4.0



Маркетинг 1.0. Эпоха классики

Маркетинг 1.0. – ретро-классика

Маркетинг монолога. Массовый маркетинг.
Маркетинг от продукта. Базовая интеграция.



Маркетинг 1.0.



Классику нужно знать



Сериал [“Mad Men”](#) / “Безумцы”

Классику нужно знать



Книга – “Огилви о рекламе”

Маркетинг 2.0.

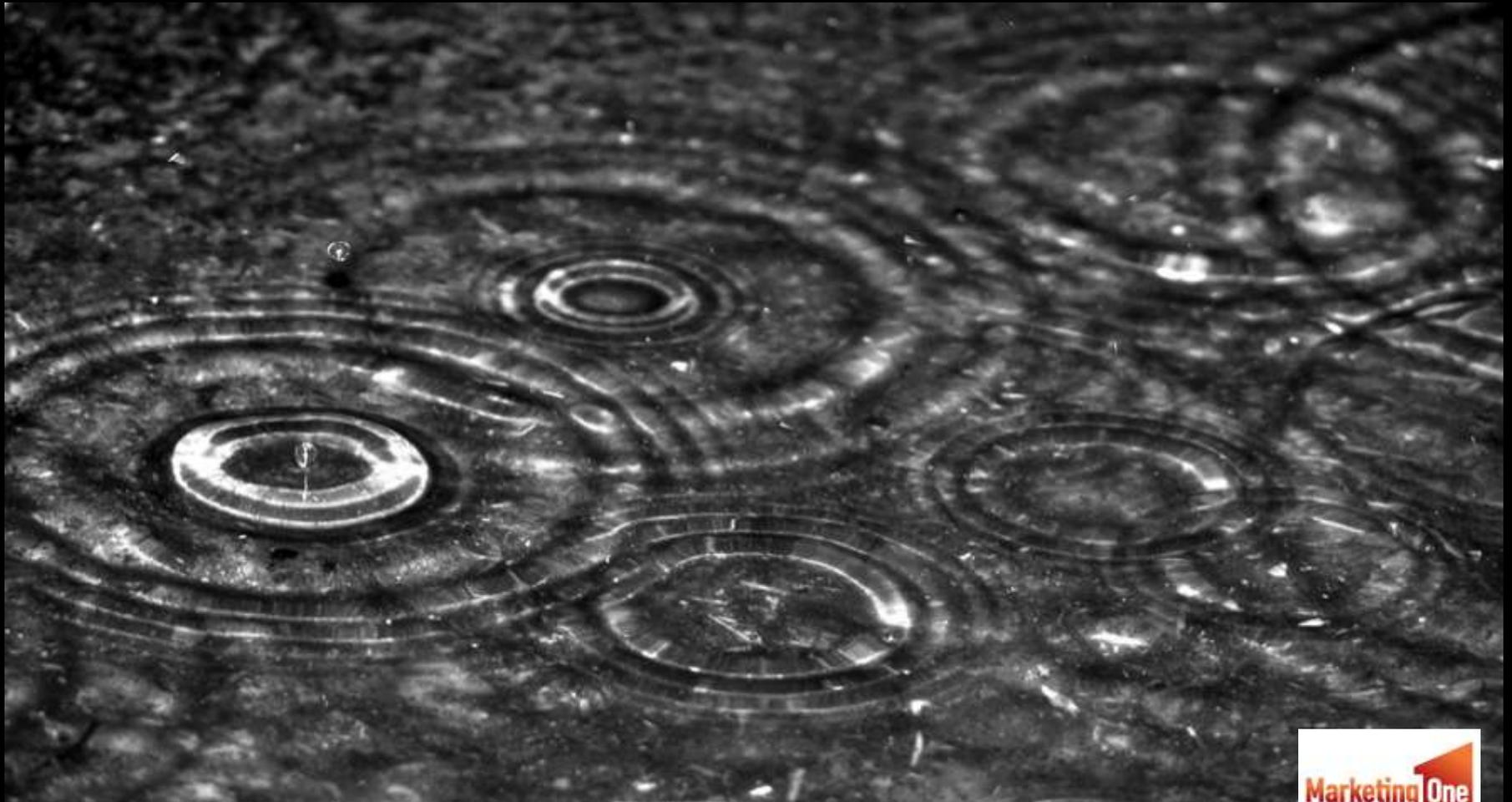
Маркетинг от потребителя

Маркетинг 2.0.

Маркетинг диалога. Маркетинг от потребителя. Интеграция 360 градусов.



Маркетинг 2.0. интеграция 360 градусов



Роджер Бест – is the best! :)



Маркетинг 3.0.
All We Need Is Love!

Маркетинг 3.0.

Маркетинг отношений. Маркетинг от поведения. Интеграция 365 дней в году.



Маркетинг 3.0.



«Потребители хотят общаться, хотят диалога,
Желают принимать участие и контролировать ситуацию
Мы движемся от одномерного, продуктоориентированного маркетинга
к трехмерному маркетингу, который:
предоставляет лучшие **решения**
более приятные **впечатления**
и возможности для продолжительных **отношений**»

Алан Лэфли, Президент «Проктер Энд Гэмбл»

Маркетинг 3.0. Интеграция 365 дней в году



Маркетинг 4.0.
Будущее уже здесь :)

Маркетинг 4.0.

Маркетинг отношений между людьми и машинами (M2M, P2P, P2M). Маркетинг интеграции с дополненной реальностью.



Мы уже в 4.0



В какой парадигме?

Сегодня маркетинговые коммуникации находятся в парадигме 2 и 3.0. (360 градусов и 365 дней в году)

В ней мы и будем «летать».

Слегка «цепляя» стратосферу 4.0. (маркетинг между человеком и машинами, и маркетинг между машинами)

Зачем нужна маркетинговая
коммуникация?

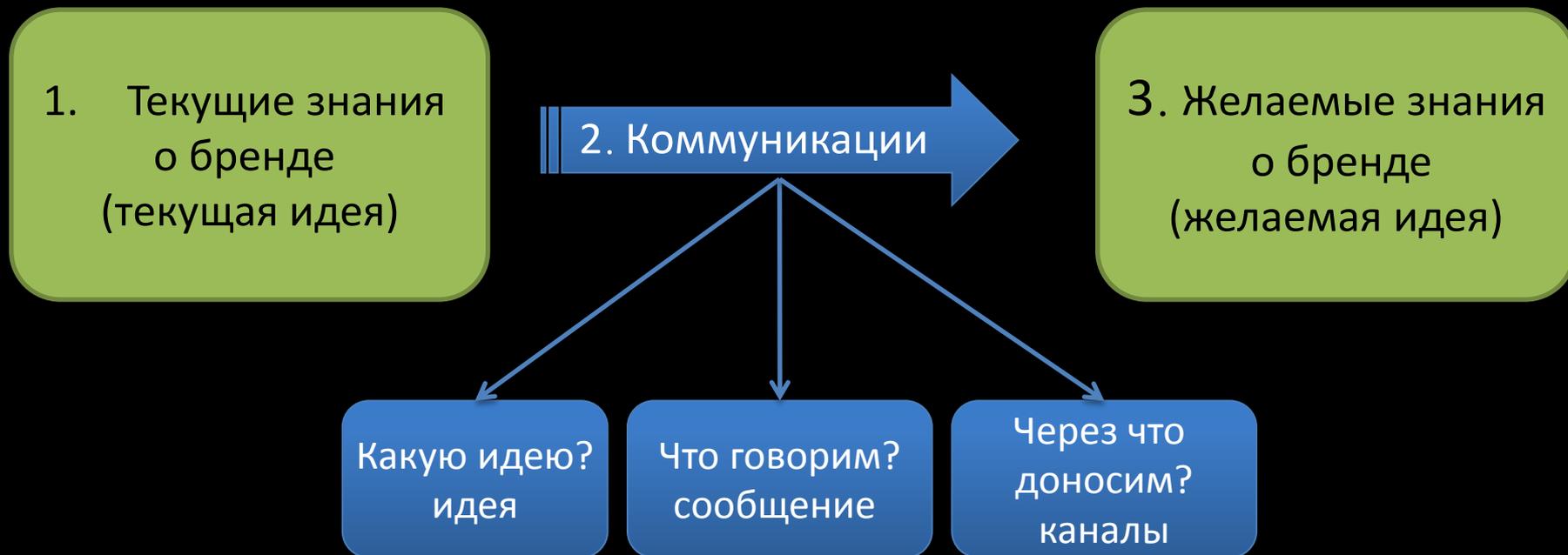
Зачем коммуникации?

1. Текущие знания
о бренде
(текущая идея)

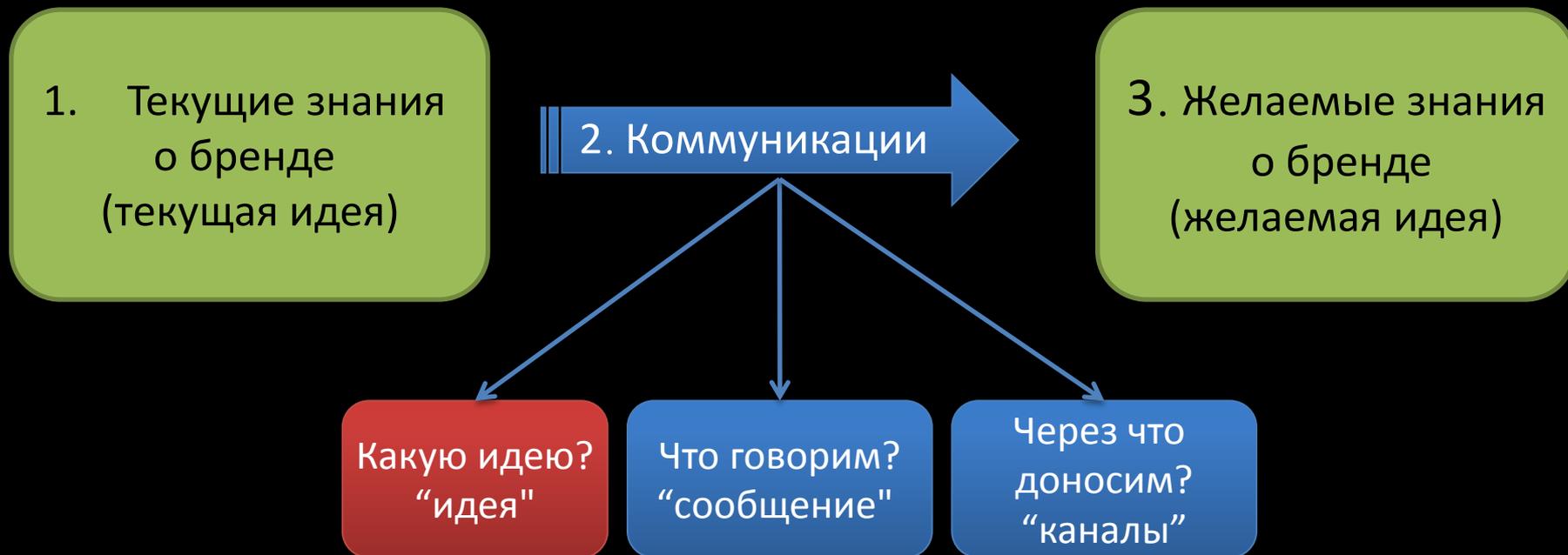
2. Коммуникации

3. Желаемые знания
о бренде
(желаемая идея)

Зачем коммуникации?



Зачем рекламные коммуникации?



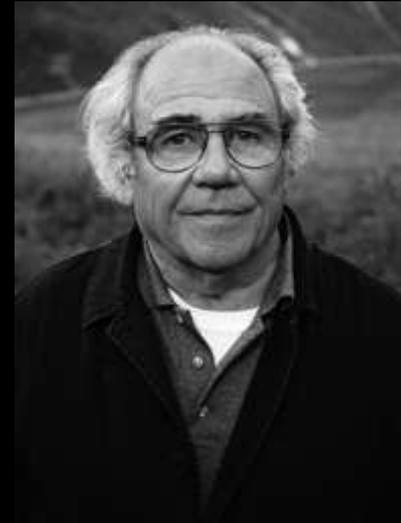
Какую идею мы доносим?

Что и как мы покупаем?

Что мы покупаем?

«Чтобы стать объектом потребления, вещь должна сделаться знаком»

Жан Бодрийяр



Барьер между продуктом и покупателем...

Компания создает продукт, который обладает группой конкретных атрибутов

MP3
GPRS,
Touchscreen
Hands-free
Black
Video
MMS



...
...
...



Потребитель же, привносит в свою жизнь не атрибуты, а ценности и выгоду, которые дает ему тот или иной продукт или услуга



У меня мало времени, мне нужна простота...
Мне хочется, чтобы меня воспринимали как «крутого парня»
Я хочу, чтобы моя семья была счастлива

Что мы покупаем?



Charls Revson

REVLON®



“На заводе мы производим косметику
На рынке мы продаем надежду”

Что мы покупаем?

Специалист компании Harley Davidson

“Мы продаем сорокатрехлетнему бухгалтеру возможность натянуть на себя «черную кожу» и проехаться по деревушкам распугивая местное население.»

Как преодолеть этот барьер?

Данный разрыв может быть преодолен с помощью модели, которая сможет объединить...

ОБЪЕКТИВНОЕ

СУБЪЕКТИВНОЕ

То, что является конкретным

То, что является абстрактным

МЫ

**Наш продукт*



ОН

**Его жизненные ценности*



Основные компоненты модели: Атрибуты - Выгода

Компоненты модели [Гутман]:

- Потребность – отсутствие чего-либо, выражающееся в поведенческой движущей силе*
- Атрибут – один из нескольких субъективно воспринимаемых свойств определенного объекта [также может называться «характеристика», «свойство»]*
- Преимущество – тип и уровень удовлетворения потребности, который мы получаем от определенного атрибута объекта потребления*
- Выгода – «ценность», которую мы получаем в результате обладания, или употребления товара или услуги. Тесно связана с «отсутствием чего-либо» и в выраженном «поведении».*

Автор модели: Гутман



Модель

УРОВЕНЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ



отсутствие чего-либо -> цель -> поведение (напр. покупка)

атрибуты

->

преимущества

->

выгода(ы)

<создание
продукта>

<воздействие ценностей>

УРОВЕНЬ КОМПАНИИ

Примеры: Соса-Сола



*жизнь слишком коротка,
чтобы отказывать себе
в «маленьких радостях»*

Покупка маленького «наслаждения»

отсутствие чего-либо -> цель -> поведение (напр. покупка)

атрибуты

*Красная банка
Бутылка
Секретная формула
CO2
Кофеин*

->

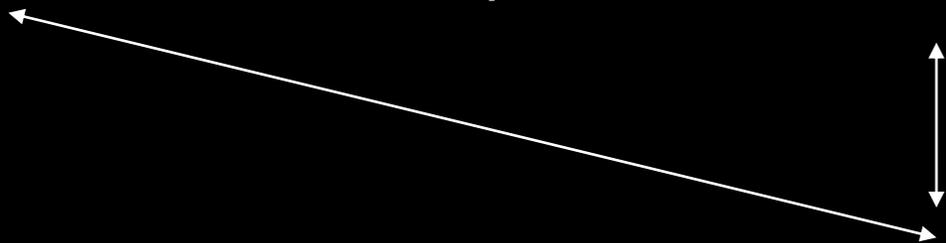
преимущества

*Яркая, узнаваемая упаковка
«уникальный» вкус
Освежает
Бодрит*

->

выгода(ы)

*Наслаждение жизнью =
Enjoy coca-cola*



Примеры: TELE2



В жизни выигрывает тот, кто правильно (умнее) распоряжается деньгами

Покупка «правильных» для меня услуг и продуктов по наилучшей цене

отсутствие чего-либо -> цель -> поведение (напр. покупка)

атрибуты

->

преимущества

->

выгода(ы)

Сим-карта

Тариф 5 копеек на все звонки (дешевле чем у конкурентов)

Зона охвата в «моем» регионе

*Я могу говорить больше за те же деньги
Я экономлю, если говорю столько же.*

Я «умный» покупатель



Примеры: Bang & Olufsen



*Успех это когда ты
окружен красотой...*

*Покупка произведений искусств.
Даже в технике.*

отсутствие чего-либо -> цель -> поведение (напр. покупка)

атрибуты

->

преимущества

->

выгода(ы)

*ТВ, Видео, Колонки,
Hi-Fi.*

*Черный цвет, металл,
Тяжелый пульт д.у.*

Нестандартные формы

Обтекаемый дизайн

*Luxury техника для домашнего
развлечения*

Неповторимый дизайн

Современное искусство

Я артохолик!

(нереально крут!) :)

Примеры: Лас Вегас

Воздержание

“Hangover” (Мальчишник в Вегасе)

отсутствие чего-либо -> цель -> поведение (напр. покупка)

атрибуты

->

преимущества

->

выгода(ы)

казино, отели,
рестораны,
много веселья, туристов,
шоу, вечеринки, алкоголь,
секс, наркотики, рокн-ролл,
такси и лояльная полиция

Развлечение на любой вкус!

Можно оторваться по-полной!
(и не думать о последствиях)

КАКОЙ БРЕНД?

Какой бренд?

БЕЗОПАСНОСТЬ

Какой бренд?

КОВБОЙ

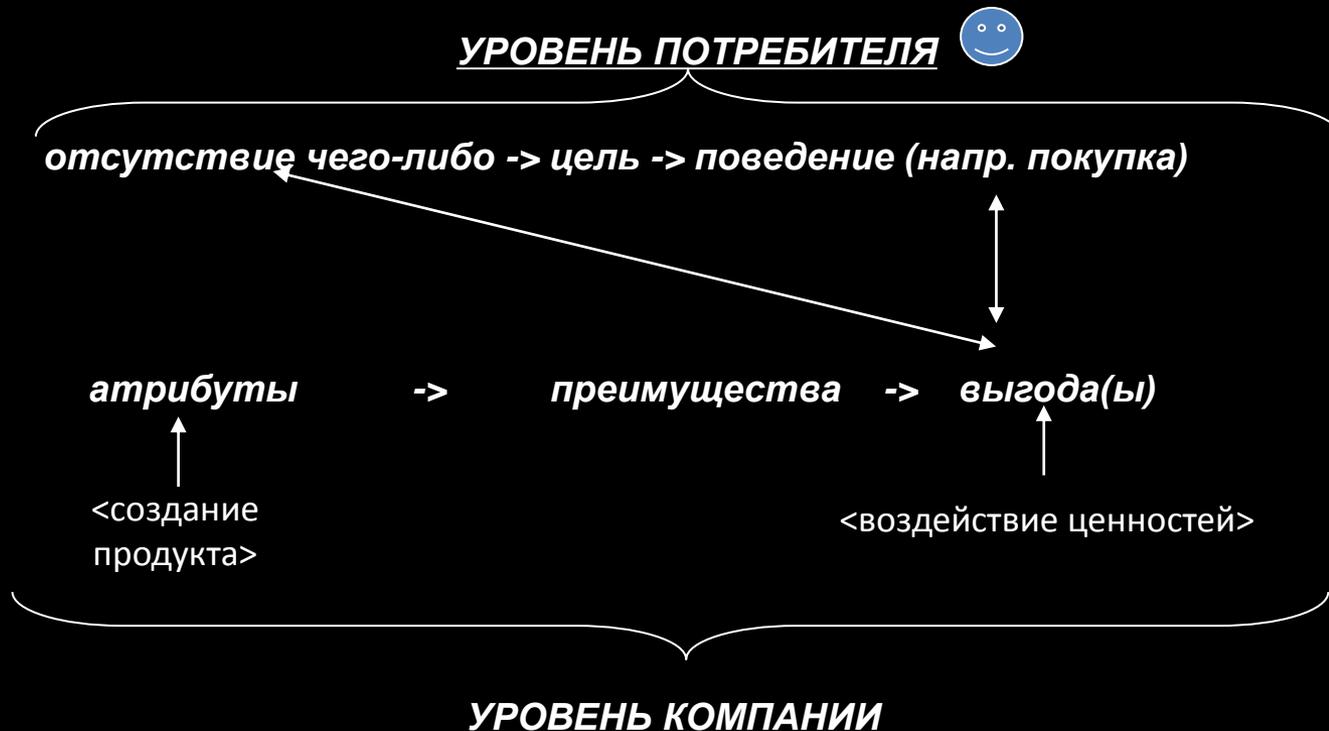
А почему

КОВБОЙ?

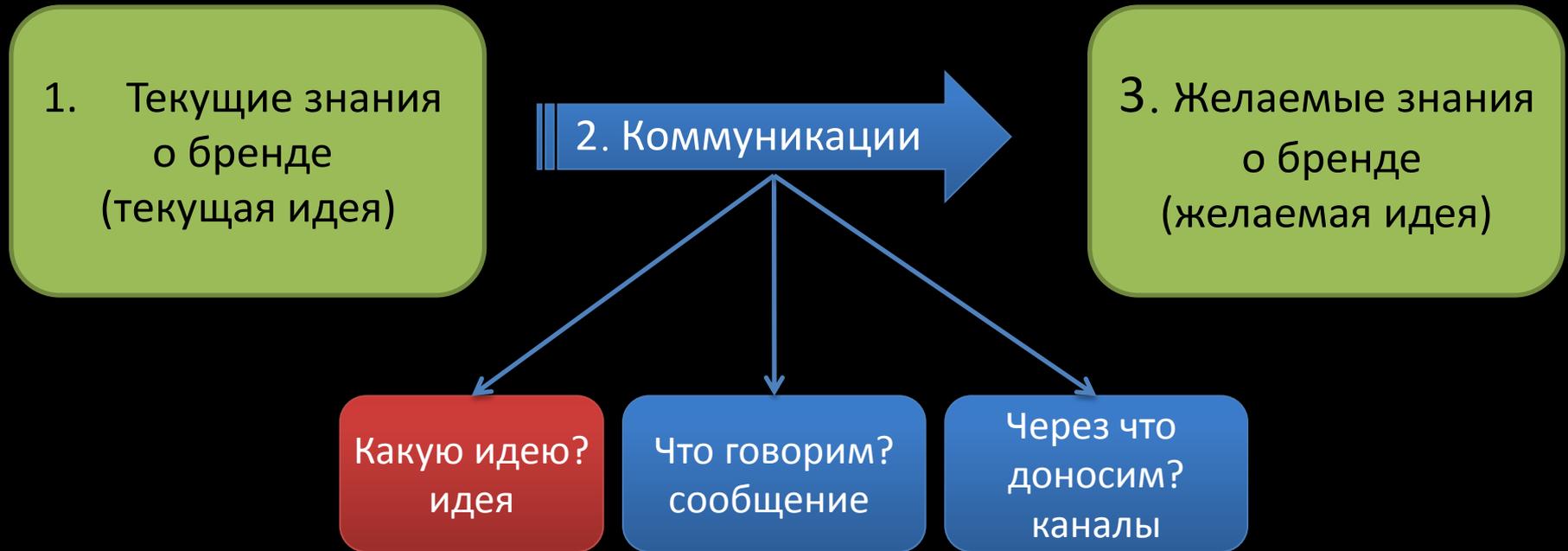


Задание №1

Используя данную модель, постройте пример в ваших группах для вашего бренда



Зачем коммуникации?



Зачем рекламные коммуникации?



3 УРОВНЯ КОММУНИКАЦИИ «ЧТО ГОВОРИМ»

3х уровневая иерархия КОММУНИКАЦИЙ

Уровень 1
(бренд)

Кампании по
продвижению
бренда

Уровень 2
(продукт/услуга)

Продуктовая
кампания

Продуктовая
кампания

Уровень 3
(промо)

Промо
кампания

Промо
кампания

Промо
кампания

3х уровневая иерархия КОММУНИКАЦИЙ

Уровень 1
(бренд)

Кампании по
продвижению
бренда



Уровень 2
(продукт/услуга)

Продуктовая
кампания

Продуктовая
кампания



Уровень 3
(промо)

Промо
кампания

Промо
кампания

Промо
кампания



3х уровневая иерархия КОММУНИКАЦИЙ

Уровень 1
(бренд)

Кампании по
продвижению
бренда

Уровень 2
(продукт/услуга)

Продуктовая
кампания

Продуктовая
кампания

Уровень 3
(промо)

Промо
кампания

Промо
кампания

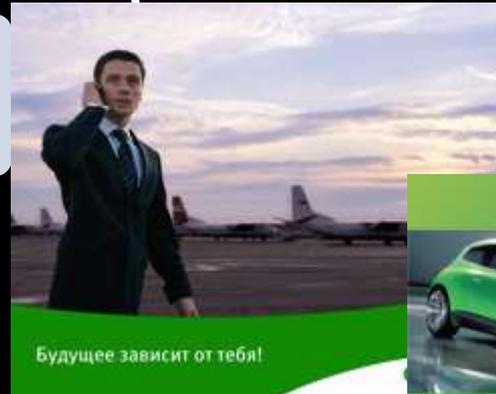
Промо
кампания



3х уровневая иерархия КОММУНИКАЦИЙ

Уровень 1
(бренд)

Кампании по
продвижению
бренда



Уровень 2
(продукт/услуга)

Продуктовая
кампания

Продуктовая
кампания



Уровень 3
(промо)

Промо
кампания

Промо
кампания

Промо
кампания



3х уровневая иерархия КОММУНИКАЦИЙ

Уровень 1
(бренд)

Кампании по
продвижению
бренда

Ваша общая бренд –
коммуникация
(выгода)

Уровень 2
(продукт/услуга)

Продуктовая
кампания

Продуктовая
кампания

Ваша продуктовая
коммуникация
(преимущества)

Уровень 3
(промо)

Промо
кампания

Промо
кампания

Промо
кампания

Стимулирование
продаж / Пробные
покупки / Сезонные
коммуникации

Кейс

«Прозрачные манипуляции или
интеграция снизу вверх!»

«Верхи не могут, низы не хотят»

или

РЕВОЛЮСИЈА







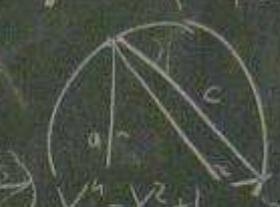
$\Psi(g) = g$ $g = D \log f_u$

$\Leftrightarrow \uparrow \mid \mathcal{L}_E(\rho)$ $M = X(E \mid F_\infty)$

$x^2 + ax + b$ $x^2 + x + 1$

$x^2 + x + 1 = 0$ $x^2 + x + 1 = 0$

$S_1 \rightarrow S_2 = S$ $S_1 = \theta \rightarrow \theta^2$



$f(T) = F$ $N f_u = f_u$

$D = (1+T) \frac{d}{dT}$

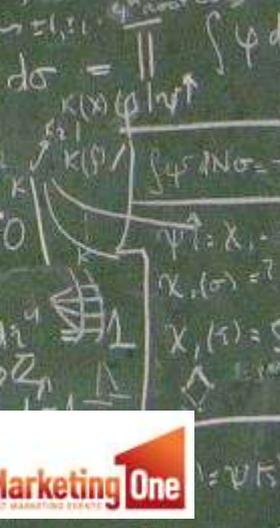
$x = x+1$ $x^2 + 2x$ $\alpha^2 + 2\alpha$



$\Psi(f) = (1+T) \dots$

$\alpha^2 + 2\alpha$ $\alpha^2 + 2\alpha$

$\int \psi dN \sigma = \dots$ $\int \psi dN \sigma = \dots$



4G

Prva u Hrvatskoj

Jeste li spremni za izazove budućnosti?
Stigao je najbrži mobilni internet

1200 kn



Jedna tarifa, jedna cijena, koliko god pričao cijena se ne mijenja!

1 najduži razgovor

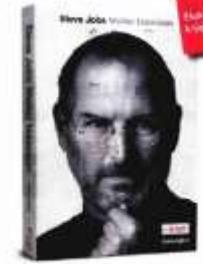
0,29 kn

Cijena je uvijek ista!

MultiPlus mobile



Uz iPhone darujemo vam biografiju Stevea Jobsa



Steve Jobs



Huawei UB650
695 kn

+ Smart opcija



Pričajte neograničeno...
...prema svim našim tarifnim opcijama mobilnim korisnicima bez dodatne naknade
SAZNAJTE VIŠE...



SMS-aj for FREE do 2020.

bon bon



0,29 kn



...pobjeda do besplatnih poruka
i BlackBerry® Messenger

Priča se posvuda...
o pogodnostima novih tarifa
Pričaj i šalji & surfaj bez obzira na bon...
nadon... kojim



Nove tarife!

Ho-Ho-Hoćeš 1.000 SMS poruka i 1.000 MB mjesečno idućih godinu dana?

Simp

Simp SIM

Brutalno jeftino!

55 kn mjesečno

Samo do 30.4.

BESPLATNIH 1.000 SMS-ova prema svima

Vip mobilni internet tarife!

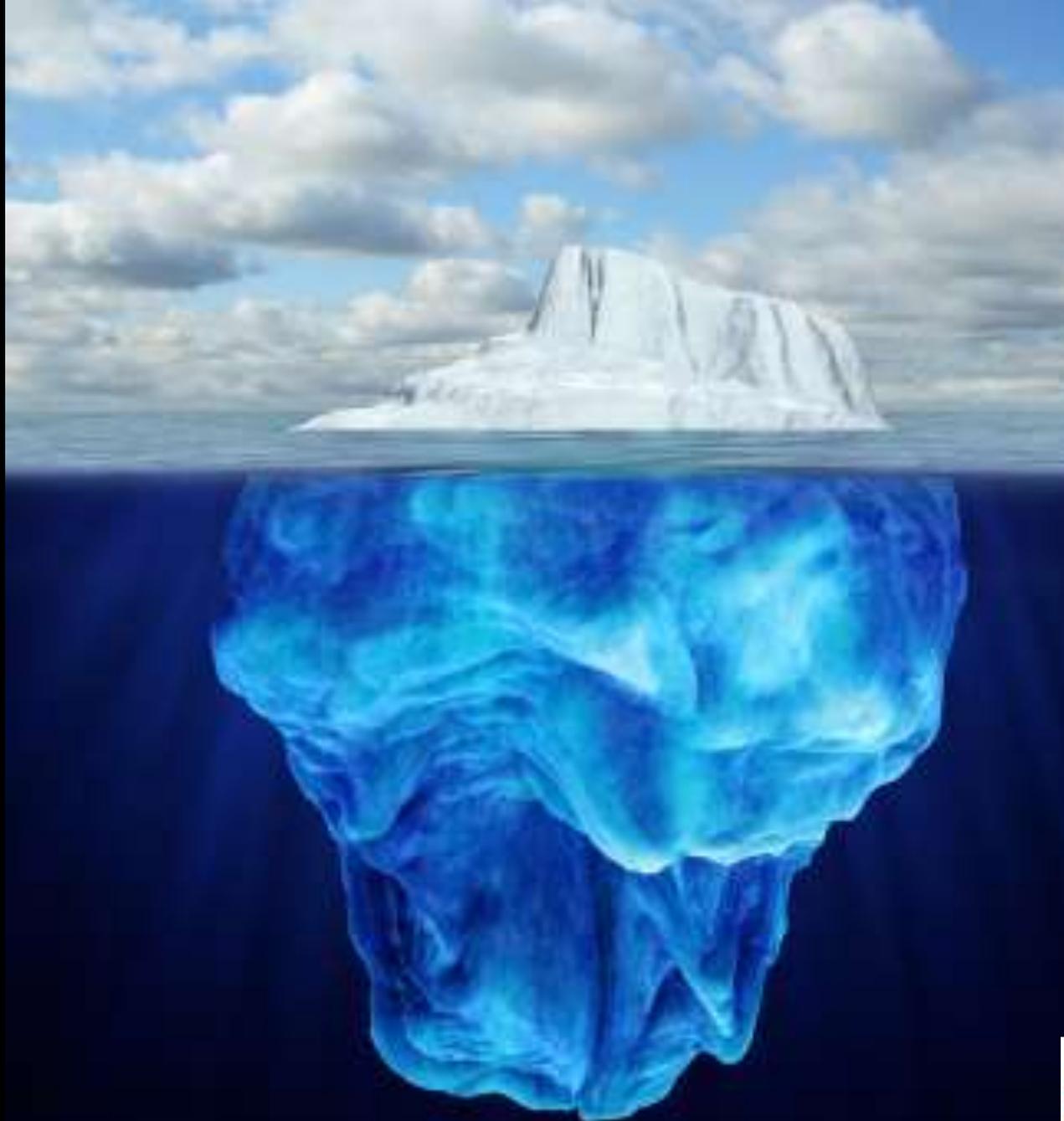
Neograničen internet, uvijek isti račun

50 kn mjesečno zauvijek

Prijenos broja

Iskombinirajte Vip Kombi paket i iPhone 4

vip iPhone 4



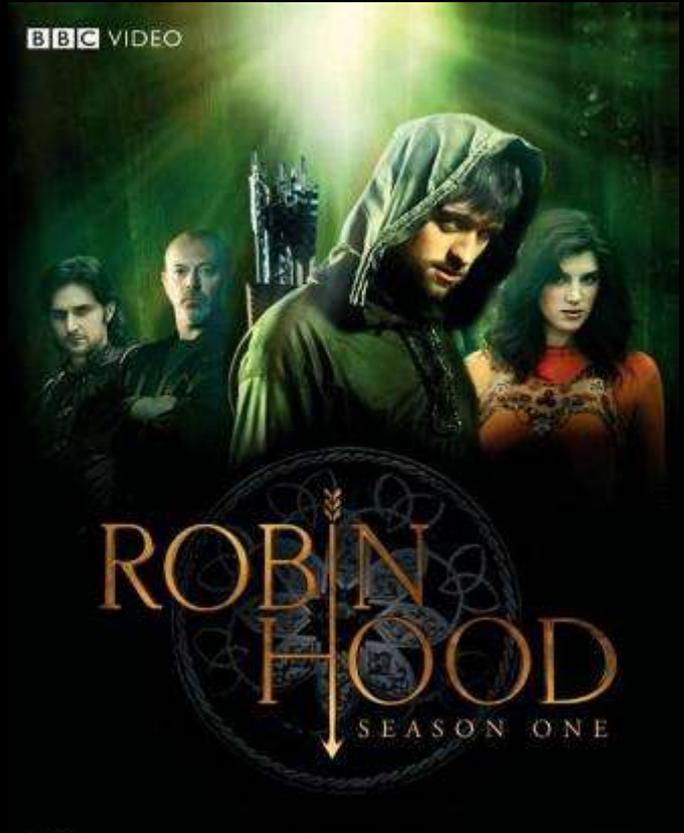


TELECOM: TRUST IS CRACKING





BBC VIDEO



DVD VIDEO

AS SEEN ON BBC AMERICA

8 DISC SET



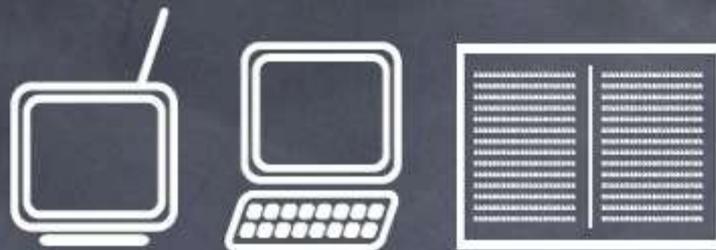
Проблемы:

1. Сложность, непрозрачность и “шумность” категории.
2. Отсутствие доверия к ЛЮБОЙ продуктовой коммуникации.
3. Невозможность рационализировать выбор оператора или тариф.

«Они все одинаковые кровососы!»

Как общаться с людьми, которые
не слышат, не доверяют и
инертны*?

Маркетинг снизу вверх



Шаг3: движение приводит к созданию продукта, который отвечает требованиям протестующих, и переходит в рекламное сообщение-ответ на протесты



Шаг2: Онлайн и традиционные медиа подхватывают протесты и создают большой информационный шум



Шаг1: «Революция» начинает свой путь через акты публичных протестов против всех мобильных операторов, которые обманывают своих клиентов.

Почему социальный протест?



Вступление на terra incognita социальных протестов



Этап 1: Актуализация проблемы через социальный проест



манифест и петиција

PRIDRUŽITE NAM SE!

Potpišite peticiju protiv izrabljivačkih mobilnih operatera koju ćemo uputiti svim mobilnim operaterima i hrvatskoj vladi

DOSTA JE!

DOSTA JE VISOKIH CIJENA!

MOBILNI OPERATERI U HRVATSKOJ SU NAJSKUPLJI U CIELOJ EUROPI, A NAŠ STANDARD JEDAN OD NAJNIŽIH. SRAMOTNO JE DA TO PROLAZI I DA NITKO NE PODOŽIMA NIŠTA PO TOM PITANJU!

EVO KOLIKO SU ZARADILI NA NAŠOJ GRBAČI PROŠLE GODINE!

T-HT - 487 milijuna eura
Vipnet - 134,5 milijuna eura
Tele2 - 8,6 milijuna eura

Dosta je velikih i mutnih računa na kraju svakog mjeseca!

Dosta je ugovora koji nas pretvaraju u robove na nekoliko godina! Trebamo slobodu odlaska od operatera, ako to želimo!

Dosta je sitnih tekstova, raznih zvjezdica i naknada pomoću kojih se krije prava istina o cijenama i ponudama.

tražimo:

- Spustite cijene!

ONI KOJI NAJVIŠE ZARADUJU TREBAJU SUOJELOVATI U TERETU KRIZE, UMJESTO DA GOMILAJU BOGATSTVO NA NAŠOJ GRBAČI.

- Prestanite muljati - ukinite naknade za uspostavu poziva!

DOSTA JE MASKIRANJA ISTINE. IMAMO PRAVO NA JASNE I POTPUNE INFORMACIJE O VAŠIM PONUDAMA.

- Dajte nam jasne i čiste račune!

ŽELIMO ZNATI KOLIKI ĆE BITI RAČUN NA KRAJU MJESECA.

Potpišite peticiju na našim štandovima ili na www.facebook.com/MrzimMobilneOperatere



PETICIJA PROTIV IZRABLJIVAČKIH OPERATERA

tražimo:

- Spustite cijene!

ONI KOJI NAJVIŠE ZARADUJU TREBAJU SUOJELOVATI U TERETU KRIZE, UMJESTO DA GOMILAJU BOGATSTVO NA NAŠOJ GRBAČI.

- Prestanite muljati - ukinite naknade za uspostavu poziva!

DOSTA JE MASKIRANJA ISTINE. IMAMO PRAVO NA JASNE I POTPUNE INFORMACIJE O VAŠIM PONUDAMA.

- Dajte nam jasne i čiste račune!

ŽELIMO ZNATI KOLIKI ĆE BITI RAČUN NA KRAJU MJESECA.

Peticiju upućujemo svim mobilnim operaterima i hrvatskoj vladi.

Potpišite peticiju ovdje ili na www.facebook.com/MrzimMobilneOperatere





ULICA
LJUBKA GAZD
1000000

SAVSKA
1000000

**POTRUBI ZA
NIŽE CIJENE
TELEOPERATERA !**

**NE MOJ BITI
TRUBA
JA SKUPO
PLAĆA !!!**



FRANJIN Split, Znan, 21. - 25. ožujka 2012.
Dobrodošli

Sajam **GAST**
www.gastfair.hr

Sve zbog nas
BNV





Ni novce
ni kurac
od ovce



umjesto da ulažete,
samo nas
LAŽETE!

Profit u 2011.:
HT 487 milijuna eura
et 134,5 milijuna eura
2 8,6 milijuna eura
vam DOSTA ???

PETICIJA PROTIV
IZRABLJIVAČKIH
OPERATERA

IGOVORNA
OBVEZA



STOP
krivenim
škovima!



STOP
ovlasničkim
govorima !

PETICIJA PROTIV
PUBLIČNIH
OPERATERA

tražimo:

- **Spustite cijene!**
Spustite cijene za usluge mobilne komunikacije i usluge interneta na razini javnih usluga.
 - **Prekrajite monopol - uključite konkurenciju**
Uključite konkurenciju u pružanje usluga mobilne komunikacije i usluga interneta.
 - **Spusti nam brzina i dajte internet!**
Spusti nam brzina i dajte internet!
- Peticiju upućujemo svim mobilnim operaterima i hrvatskoj vladi.



STOP
robotovlasničkim
ugovorima!

PETICIJA PROTIV
IZRABLJIVAČKIH
OPERATERA



Mrzim mobilne operatere

Timeline

Joined Facebook

Posts by Page

Like



Mrzim mobilne operatere shared a link.

March 15

val akcija se širi! ekipa, idemo dalje!

<http://danas.net.hr/hrvatska/ivica-mudrnic-gradjanska-akcija-t-com-ht-prosvjed>

See Translation

**'Mudrnić potkrada svoje korisnike visokim cijenama'**

danas.net.hr

Aktivisti su ponovno izašli na ulice Zagreba. Ovog puta prosvjedna akcija održana je ispred zgrade T-coma u

Like · Comment · Share

9 1



Mrzim mobilne operatere shared a link.

March 14

Pozdrav svima u grupi: evo malo zajebancije na temu koja nas ovdje okuplja! Jedan veliki srednji svoj toj telekom bagri! Lajkajte i šalžite dalje, znanima i neznanima!

<http://youtu.be/G2qzKTSD3o>

See Translation

**Teleoperateri**

youtu.be

by
www.facebook.com/MrzimMobilneOperatere

Ni podatkovni promet ne nudite.

Idemo dalje, zajedno smo jači! Borba protiv mobilnih operatera se nastavlja.

Dajte svoj glas i potpišite protestnu peticiju koju ćemo uputiti na adrese teleoperatera ali i Vladu Republike Hrvatske.

Potpisivanje peticije počinje danas u podne na Trgu Bana Jelačića u Zagrebu, a možete ju potpisati i online na:

<http://www.gopetition.com/petitions/mrzim-mobilne-operatere.html>

See Translation

**Mrzim mobilne operatere**

www.gopetition.com

PETICIJA PROTIV IZRABLJIVAČKIH OPERATERA tražimo: - Spustite cijene!...

Like · Comment · Share

16 1



Mrzim mobilne operatere shared a link.

March 14

evo jedan zgodan video. zar nije istinit?

<http://youtu.be/G2qzKTSD3o>

See Translation

**Teleoperateri**

youtu.be

by
www.facebook.com/MrzimMobilneOperatere

Ni podatkovni promet ne nudite.

March 28th
Glas Istre
Headline: Petition against mobile operators

Peticija protiv
mobilnih
operatera

RIJEKA - Jučer je u Rijeci potpisivana peticija protiv "izrabljivačkih mobilnih operatera". Organizatori članovi udruge "Mrzim mobilne operateri" udruženi preko Facebooka ističu da će peticiju poslati svim mobilnim operaterima i

Vladu, te se nadaju da će na ovaj način uspeti spriječiti cijene usluga mobilne komunikacije. Peticija je do sada potpisivana u Zagrebu, a bili su organizirani i mini-prosvjedi ispred uprava hrvatskih mobilnih operatera, (N.L.)



Zagrepcani protiv skupih mobilnih operatera: Dosta je bilo laži i besramnog potkradanja naroda!

Mrzim Mobilne Operateri
104 likes



VIŠE od tisuću građana podržalo je današnju inicijativu zagrebačkih studenata protiv skupih mobilnih operatera u Hrvatskoj. Na zagrebačkom Trgu bana Josipa Jelačića njihovu je peticiju u prvih tri sata akcije potpisalo više od 1.500 nezadovoljnih građana.

Možda mobilni operateri još čekaju u vijesti Europi, a mi standardi ostaju isti. Jedan od najbržih, kaže grupa studenata koja je pokrenula inicijativu. Akcija je organizirana putem Facebooka, a inicijativa se naziva pokret građana koji je "odlučio stati na kraj beskulturnim Hrvatskoj, koji već godinama pohvaćuju narod".

Iz inicijative zahtijevaju da se operateri prestanu nametati lagali, uklanjanje naknada za uspostavu poziva te uklanjanje "in-teslu" kako su mobilni operateri u Hrvatskoj napakovali u Europi. Najveći su organiziranje prosvjeda u Rijeci i Osijeku. Petički

Kućički Plakati
- Prosvjedi u Zagrebu protiv mobilnih operatera
- U tri sata prikupljeno više od 1000 potpisa



VEZANO
VJESTI I TABOVI
19.03.2012. 11:45
Baničari protivno na prosvjedi: Dosta je bilo! Prosvjedi alternativni za rješavanje i socijalni pravdu.
19.03.2012. 10:30
Učionice opredjelile Milanović i Koser-Mlykarcima se dogovore "nađevstva"
19.03.2012. 11:24
Srbija hvataje stvarnost: Prosvjedi ratnika u Zagrebu i Splitu

March 27th
Index.hr
Opponents of the mobile operators were burning post of the high prices!

Protivnici mobilnih operatera palili pretplatničke ugovore i račune: Dosta je bilo visokih cijena!

Prosvjedi protiv skupih mobilnih operatera u Zagrebu
19.03.2012. 10:30
Foto: N.L.



INICIJATIVA "Mrzim mobilne operateri" dana je u Zagrebu organizirala spaljivanje pretplatničkih ugovora i računa pretplatnika domaćih mobilnih operatera. Podjednako je to u sata akcija koju su organizatori dijelom Hrvatskoj, tako bi skrenuli pozornost na pokretanje protiv skupih mobilnih operatera koji građanima nameću ogromne račune, naplaćuju naknadu za uspostavu poziva i nameću nerazumne pretplatničke ugovore. Inicijativa je tijekom prosvjeda dva sata prikupljala potpise građana u obliku petičke liste. U sata, predali Vladu Hrvatske, ali i najvećim mobilnim operaterima T-com.hr, Tel2.hr i Vipnet.hr. Na svojoj je Facebook stranici naglasili da prikupljaju potpise svugdje od koga dana u Rijeci, Splitu i Zagrebu, a otkad je prikupljeno gotovo 10.000 potpisa. Podjednako, inicijativa je pokrenula zbog "čestitice" da su mobilni operateri u Hrvatskoj napakovali

www.vecernji.hr/zagreb/

vecernji.hr

AKTUALNO BIZNIS SPORTAL KULTURA SCENA ŽIVOT

Zagreb

Devetero radnika ozlijeđeno u požaru koji je buknuo u Plivki
Donajemo da su dvojica radnika teže ozlijeđena, jedan je zadobio

Jakuševićani: Doda li do eksplozije odlagališta, ode Zagreb u zrak!
Ali ne dođe do pravnih akcija kriminalne, čaši čaši kriminalne na ulice, potpuno je...

U tri sata do 1000 potpisa protiv visokih cijena mobilnih operatera
Na glavnom trgu u Zagrebu prosvjeduju protivnički peticija protiv izrabljivačkih mobilnih...

Osam studenata u potrazi za najboljom kavom u Zagrebu
Odgina kvadrata kave, usluga, te obje su u našem kafiću odmah se stavila na Facebook

PROJEKCIJA CD i DVD izdanja po cijenama u kina

U tri sata do 1000 potpisa protiv visokih cijena mobilnih operatera
Mobilni operateri u Hrvatskoj su napakovali u cijeloj Europi, a mi standardi ostaju isti. Jedan od najbržih, kaže grupa studenata koja je pokrenula inicijativu. Dosta su stajali na glavnom gradskom trgu u Hrvatskoj. Standardi za operaterima peticije. Peticija se može potpisati na www.facebook.com/MrzimMobilneOperateri. Od 12 do 15 sati skupili su više od tisuću potpisa.

Sve što nas povezuje.

Mrzim Mobilne Operateri

104 likes

VIŠE od tisuću građana podržalo je današnju inicijativu zagrebačkih studenata protiv skupih mobilnih operatera u Hrvatskoj. Na zagrebačkom Trgu bana Josipa Jelačića njihovu je peticiju u prvih tri sata akcije potpisalo više od 1.500 nezadovoljnih građana.

Možda mobilni operateri još čekaju u vijesti Europi, a mi standardi ostaju isti. Jedan od najbržih, kaže grupa studenata koja je pokrenula inicijativu. Akcija je organizirana putem Facebooka, a inicijativa se naziva pokret građana koji je "odlučio stati na kraj beskulturnim Hrvatskoj, koji već godinama pohvaćuju narod".

Iz inicijative zahtijevaju da se operateri prestanu nametati lagali, uklanjanje naknada za uspostavu poziva te uklanjanje "in-teslu" kako su mobilni operateri u Hrvatskoj napakovali u Europi. Najveći su organiziranje prosvjeda u Rijeci i Osijeku. Petički

Uvodna...
Inicijativa 'Mrzim mobilne operatore' sutra prosvjeduje ispred uprava HT-a, Vipneta i Tele2a

Nemoj!
 besplatni saopćenje Business.hr
 lutalci do 30%
 Nazovite
0800 8567

Inicijativa 'Mrzim mobilne operatore' sutra organizira prosvjed

Inicijativa "Mrzim mobilne operatore", nakon što je u tri sata prvog dana petnice prikupila više od tisuću potpisa, sutra u 11 sati borbu na rizičnu cijenu mobilnih usluga. Pred građanima bit će mobilnih operatera sutra organiziraju, prvi prosvjed. "Našim smjerenje cijena telekomunikacijskih usluga, koje su u Hrvatskoj mnogo veće nego u Europi", ponudili su organizatori. Čekajući se u 8,30 sati ispred zgrade T-Coma na Gavrilović, a od 11,30 do 12,30 sati prosvjednici će ispred Vipneta, a Business.hr

Preporučite...
 March 17th
 Večernji list

Headline: Students were collecting signatures for the cheaper mobile telephony

Na Trgu
Studenti skupljali potpise za jeftiniju mobilnu telefoniju

Dosta je visokih cijena mobilnih operatera - poručili su jučer u podne na Trgu bana Jelačića pokretači peticije "protiv izrabljivačkih mobilnih operatera" koja će uputiti mobilnim operatorima i hrvatskoj Vladi.
 - Mobilni operatori u Hrvatskoj su najskuplji u cijeloj Europi, a naš standard jedan je od najnižih - kaže

grupa studenata koja je pokrenula inicijativu kojom među ostalim traže ukidanje naknade za uspostavu poziva.
 Na glavnom gradskom trgu osvanuli su sa transparentima i štandom za potpisivanje peticije. Od podneva do 15 sati, kako tvrde, prikupili su više od tisuća potpisa građana. (mšk/vlm)



March 16th
 Net.hr

Headline: Initiators of the "I hate mobile operators" have organized the petition

TRG BANA JELAČIĆA

Mrzim mobilne operatore' organizirali peticiju



Inicijativa 'Mrzim mobilne teleoperatore' poziva na potpisivanje peticije protiv mobilnih operatera. Potpisivanje će biti održano u petak i subotu na Trgu bana Jelačića.

Ne volite mobilne operatore i mislite da vas potkiraju? Svoj potpis protiv "telekom lihvara" možete staviti u petak, 16. ožujka, u Zagrebu na trgu Bana Jelačića od 12 do 19 sati i subotu, 17. ožujka, od 9 do 13 sati na istoj lokaciji.

Peticiju će uputiti na adrese T-mobilea, Vipneta i Tele2 te Vladi Republike Hrvatske.

Podsjetimo, u četvrtak su članovi Građanske akcije posjetili Ivicu Mudriću te su ispred zgrade T-Coma razvukli veliki transparent: "Mudriću, DTK mreža pripada građanima".

Mudriću i vlasnika Agrokora Ivicu Todoriću koji je najavio pokretanje svoje mobilne mreže, optužili su da pokušavaju prevariti građane Hrvatske.

March 20th
Business.hr

Headline: Initiative "I hate mobile operators" will protest tomorrow in front of HT, Vipnet and Tele2

Inicijativa 'Mrzim mobilne opetarere' sutra prosvjeduje ispred uprava HT-a, Vipneta i Tele2

Autor: Business.hr | 15:55, 20.03.2012.



Inicijativa "Mrzim mobilne operatere", nakon što je u svjega tri sata prvog dana peticije prikupila više od tisuću potpisa, kreće u novu borbu za niže cijene mobilnih usluga.

Pred zgradama triju mobilnih operatera sutra organiziraju mimii prosvjed. "Tražimo snižavanje cijena telekomunikacijskih usluga, koje su u Hrvatskoj mnoge veće nego u Europi", poručili su organizatori prosvjeda.

Okupljaju se u 8,30 sati ispred zgrade T-Coma na Savačkoj, sat i pol kasnije doći će pred upravu Tele2 na Radničkoj cesti, a od 11,30 do 12,30 sati prosvjedovat će ispred Vipneta, na adresi Vitrni put 1.

Slobodna Dalmacija

Headline: Five thousand signatures against mobile operators



PETICIJA

Pet tisuća potpisa 'mrzitelja' mobilnih operatera

Gotovo 5000 građana do sada je potpisalo peticiju koju je organizirala inicijativa Mrzim mobilne operatere. U nedjelju su potpisi prikupljeni i u Osijeku i Splitu.

"Borimo se za jasne cijene tarifa, bez skrivenih caka, tražimo ukidanje naknade za uspostavu poziva i ukidanje robovlasničkih ugovora za pretplatnike. Potpise nastavljamo skupljati, a peticiju ćemo dostaviti Vladi RH i predstavnicima T-mobilea, Vipneta i Tele2.", najavljuju 'mrzitelji'.

March 27th

TV station: Kanal RI
Headline: News (Vijesti)

Кульминация протеста

Более 10 ТЫСЯЧ подписей

Копии подписанных петиций были отправлены :

- Мобильным операторам: T-Mobile, Vipnet, Tele2
- Правительство Хорватии



Этап 2: Раскрытие и ответ протестующим

Грегор – спикер от Tele2

Кто это?

Грегор – топ-менеджер Tele2, хорват. Получил диплом MBA в Европе, много путешествовал и пробовал себя в разных активностях, но везде чувствовал себя «белой вороной» (или «черной овцой» по-хорватски). До тех пор, пока не попал в Tele2, компанию где всё делается по-другому.

Грегор уже год является основным бренд-спикером Tele2-Хорватия





Kože pristaju
na sve



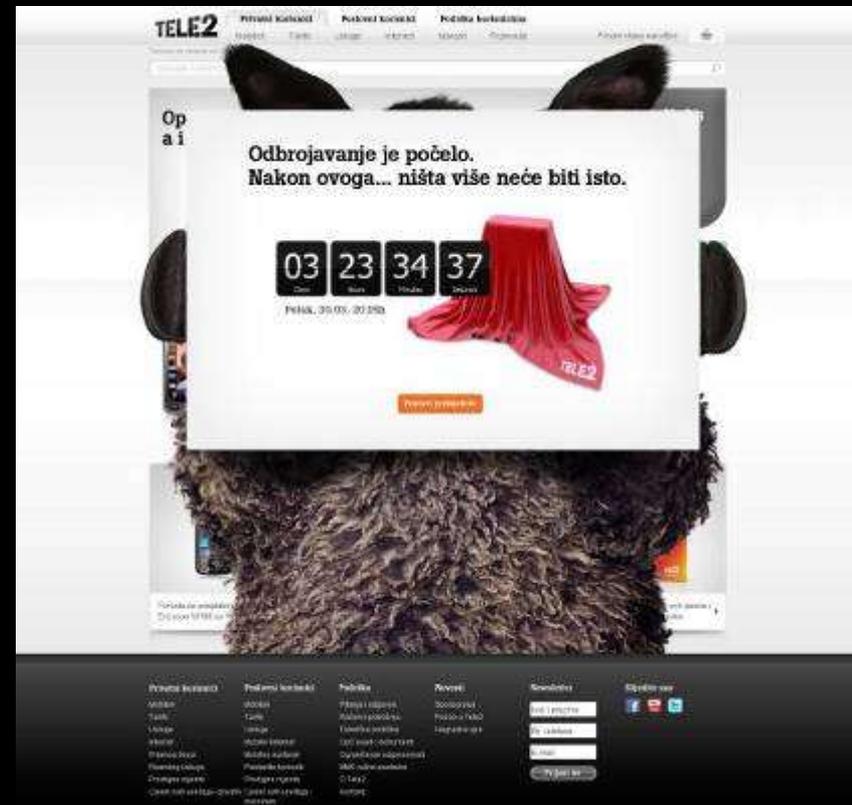
www.cesaoevca.hr



Jednodijelni
kupaći kostim
99,90 kn

Пятница, 30 марта 2012, 20-15

- Пресс-конференция в онлайн, оффлайне с трансляцией по ТВ



Оффлайн пресс-конференция



Онлайн и ТВ пресс-конференция



<http://www.youtube.com/watch?v=K-MmxrSlqS8>



naslovi

plati 2 knjige
Tisak medij

PP

TELE2



Hoćeš 90
potpuno bes
komunik
bez obve

Budi ovdje 30. 3.
Samo prvih 100

P.S. Novčanik ostav



REVOLUCIJA

OPREMI SE PRAVOM TA...

PROKARI SVOJ MORTEL

REV
OLU
CIJA

Revolucija i u
komunikaciji
i u cijeni
pametnog
telefona

200kn
mjesечно

Revolucija i u
komunikaciji
i u cijeni
pametnog
telefona

200kn
mjesечно

JutarnjiLIST

REV OLU CIJA

TELE2
1 ovce 1 novac

"neću
██████████
ugovor"

"pun mi je ██████████
zbrajanja koliko, kada,
gdje i s kim pričam"

"i dosta s tom
██████████
naplatom
uspostave
poziva"

"s kim god i koliko
god pričao, neću
plaćati ██████████
bogatstvo"

"dosta mi je
robovlasničkih
ugovora"

"te ██████████ ugovore
si nosite znate kamo"

"odbijam plaćati
██████████ naplatu
uspostave poziva"

ODOBRENO!

- neograničeni pozivi prema svim brojevima
- neograničene SMS poruke prema svim brojevima
- 500 MB besplatnog interneta
- bez naknade za uspostavu poziva
- bez ugovornih obveza
- bez iznosa davanja na kraju mjeseca

JutarnjiLIST

REV OLU CIJA

TELE2
1 ovce 1 novac

150 kn

Neograničeni pozivi i SMS poruke prema svim brojevima + 500 MB

Bez ugovornih obveza na kraju mjeseca

ТВ – ролик 1 «Веселый Газ»



<http://www.youtube.com/watch?v=-2AXznkKkB8>

ТВ – ролик 2 «ПЗС»



<http://www.youtube.com/watch?v=ZtM5RWknIhQ>





ODOBRENO!

- neograničeni pozivi
- neograničeni broj poruka
- bez naplate uspostave poziva
- bez iznenađenja na kraju mjeseca
- 500 MB besplatno



REV OLU CIJA

150 kn

neograničeni pozivi i 500 MB besplatno

bez iznenađenja na kraju mjeseca

TELE2
I ovce i novce

zagreb

"neću
[redacted]
ugovor!"

odobreno!

tile2.hr

REV
OLU
CIJA

150 kn

Revolutio
narna
ponuda
od 1.10.2008
za korisnike
u odabranim
gradovima

TILE2
KORISNICIMA



TISAK

Kupi ovdje

vip

"s kim god i koliko
god pričao, neću
plaćati [REDACTED]
bogatstvo"

ok!

REV OLU CIJA

150 kn

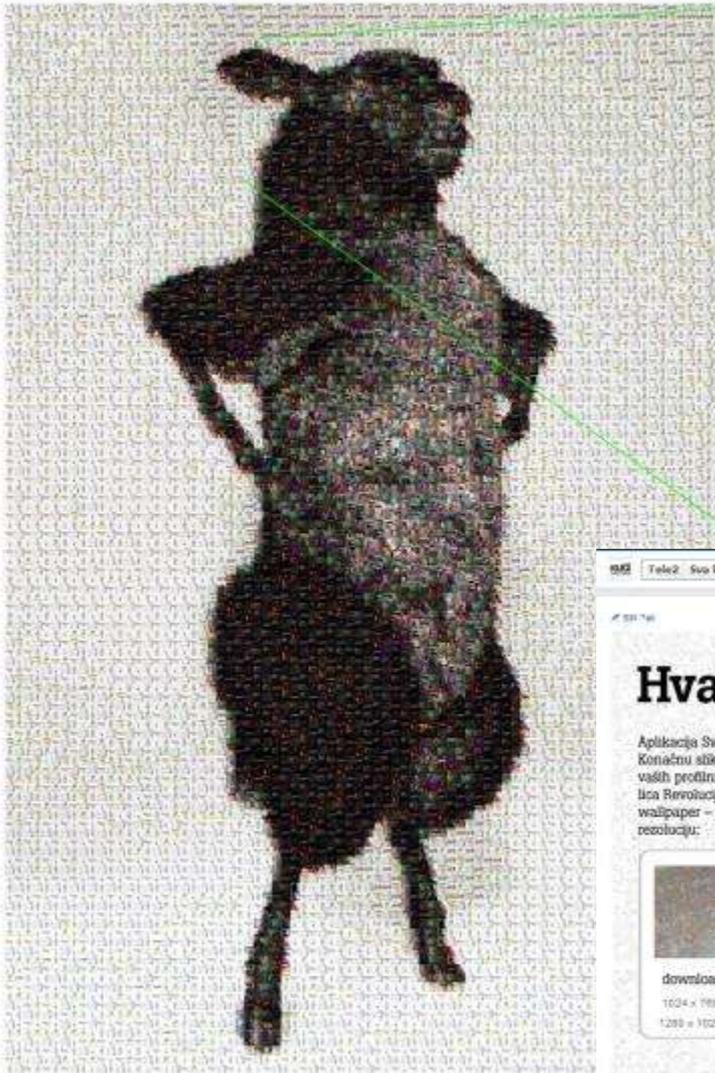
TELE2



11.04.2012. 12:52:25







Tele2 Sva lica Revolucije = Likeš

Hvala na sudjelovanju!

Aplikacija Sva lica Revolucije je gotova. Konačnu sliku sačinjava točno 1600 vaših prethodnih fotografija! Mosaic Sva lica Revolucije možete sada skinuti i kao wallpaper – jednostavno odaberite svoju rezoluciju:


download wallpaper
1024 x 768 1440 x 960
1280 x 1024 1920 x 1200

TELE2

Stats:

- 4500 visitors
- 1600 photo uploads
- 1500 new Tele2 fans

Результаты кампании

Результаты кампании

1. Самый высокий TOM Ad Awareness за последние 5 лет в категории
2. Лидерство с огромным разрывом от конкурентов по основным бренд-атрибутам
3. Самый высокий AdLiking за последние 2 года в категории (dislike тоже один из самых высоких в категории)
– 60/20 like/dislike

Результаты кампании

1. Consideration (количество людей, рассматривающих Tele2 как оператора для переключения) вырос в 4 раза. Компания стала лидером на рынке по этому показателю.
2. Продажи выросли в 4 раза и находятся на этом уровне до сих пор.
3. Значительно выросла доля рынка

И опять – награда за риск!



Провокации в коммуникациях – всегда риск!

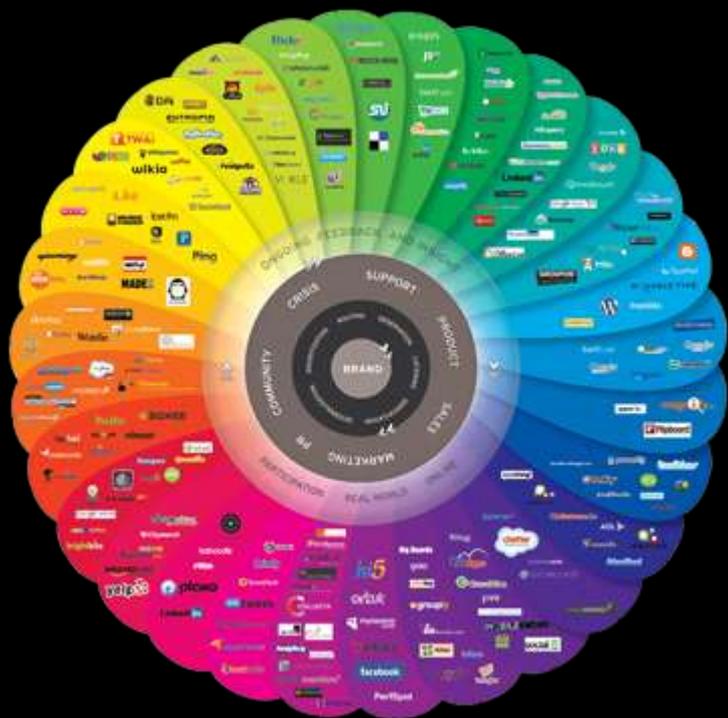


Выбирайте свой путь и ингредиенты



ATL	BTL	Digital	Провокации
ТВ	Уличный маркетинг - промо на улицах, раздачи листовок, промо-театр	Онлайн реклама (баннеры, видео реклама)	PR-stunts (Пиар трюки) Хулиганский сторителлинг
ООН (out-of-home) - наружка	Прямые рассылки, рассылки по базам данных, купоны	SEO/SEM - маркетинг в поисковых системах	Shockvertising (шоковая реклама), Sexvertising (секс-маркетинг), Провокационный маркетинг
Радио	Маркетинг событий - выставки, ярмарки, фестивали, демонстрации продуктов, сэмплинг,	SMM – маркетинг в социальных медиа	Троллоло-маркетинг (провокационное соседство, провокационный нейминг и т.п.)
Пресса	Спонсорства, Сторителлинг (часть BTL и PR)	Apps – маркетинг приложений	Ambush-маркетинг («захват» чужого события)
Кинотеатры (стандартные размещения)	Раздача «подарков» (майки, значки, бейсболки, календари, и т.п.). Fremiums, кар	Мобильный маркетинг	Флеш-мобы, experience-marketing
	Ambient – средовой маркетинг (уличные инсталляции, шары, памятники, городские объекты, воздушные баннеры)	Онлайн игры	Граффити (11 видов), современное уличное искусство.
	Трейдмаркетинг (маркетинг в местах продаж)		Mem-marketing (Gangam style, Harlem shake) , Memjacking («угон» мемов!)

Интегрируйте, интегрируйте, интегрируйте!



360 градусов

365 DAYS

365 дней в году



Сверху вниз
или снизу вверх

Успехов, вдохновения и интересных проектов!



Миша Чернышев



@exegic



/in/mchernyshev



/mchernyshev



www.marketing20.ru