

Бизнес в стиле шоу

Виды шоу

Старбакс как третье место

«Мы ставим своей главной целью не просто накормить клиентов. Наша цель – это достичь того, чтобы наши клиенты ощущали себя душевно комфортно внутри Starbucks», — с гордостью говорит Шульц.



Декларация миссии

НАША МИССИЯ

Вдохновлять и питать дух – каждого человека, с каждой чашкой кофе, каждый день, в любом месте.

НАШИ ЦЕННОСТИ

Наши партнеры, кофе и гости являются ядром, вокруг которого построены наши ценности.

- Мы создаем атмосферу теплоты и единения, где рады каждому.
- Мы действуем смело, критически оцениваем свои достижения и ищем новые пути развития компании и самих себя.
- Мы ведем бизнес открыто, с достоинством и уважением к другим.
- Мы показываем самое лучшее, на что способны, чем бы ни занимались, и признаем свою ответственность за результаты.

Мы повышаем производительность труда, оставаясь внимательными к человеку.

На каком впечатлении строится
реклама Старбакс?

<https://www.youtube.com/watch?v=19r4I70fZRU>

Магазин Бэнкси

Картину Бэнкси с обезьянами в парламенте на аукционе Sotheby's продали за 12 млн долларов.

В 2019 году Бэнкси открыл в Лондоне магазин предметов интерьера, в который нельзя зайти. Купить товары можно в интернет-магазине, цены там начинаются от 800 рублей.

<https://www.buro247.ua/culture/arts/banksy-gross-domestic-product-online-store.html>

Бэнкси отметил, что на месте купить представленные товары нельзя, но можно заказать их онлайн, а в течение двух недель посмотреть на них в кройдонской лавке.



В Кройдоне магазинчик Бэнкси уже выставил большую часть экспозиции



КУЛЬТУРА | ИСКУССТВО

Бэнкси открыл онлайн-магазин. Там можно купить искусство, товары для дома и разочарование

CrossDomesticProduct

Постиндустриальная экономика

- В 1996 году известная американская обозревательница Вирджиния Пострел писала: «...Нас всё больше и больше окружает нематериальная экономика, в которой самые крупные источники богатства и процветания не принадлежат миру физических предметов. Мы еще не привыкли к экономике, в которой красота, развлечение, внимание, обучение, удовольствие и даже духовное насыщение настолько же реальны и экономически ценны, как сталь или полупроводники».
- Валерий Пекар. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ ВПЕЧАТЛЕНИЙ.
<http://pekar.in.ua/ExperienceEconomics.htm>



Том Питерс

Писатель

Том Питерс — американский писатель, бизнес-гуру. [Википедия](#)

Родился: 7 ноября 1942 г. (возраст 77 лет), Балтимор, Мэриленд, США

Том Питерс

Источник
таблицы:
Валерий Пекар
ВВЕДЕНИЕ В
ЭКОНОМИКУ
ВПЕЧАТЛЕНИЙ

[http://pekar.in.ua/
ExperienceEconomics.htm](http://pekar.in.ua/ExperienceEconomics.htm)

Товар/услуга	Впечатление
Хорошее качество	«Просто кайф!»
Функциональность	«Это круто! Будет что вспомнить»
Удовлетворение клиента	Клиент как член клуба
«Это мне по карману»	«Это мне по душе»
«Это моя потребность»	«Это мой стиль»

Что такое бизнес в стиле шоу

Новый маркетинг: впечатления+новые технологии

Слоган: Вы продаете не только то, что вы произвели, но и то, кто вы есть

Бернд Шмитт: Бизнес в стиле шоу

Джозеф Пайн, Джеймс Гилмор: Экономика впечатлений

Шмитт Бернд. Книги онлайн



Бернд Шмитт (Bernd Schmitt) - доктор философских наук, профессор по международному бизнесу в Колумбийской Бизнес-школе в Нью-Йорке, где он также руководит Центром бренда глобального лидерства. Шмитт занимает должность исполнительного директора «The Ex Group», консалтинговой компании с упором на инновации и опыт клиентов.

Бернд Шмитт является автором и соавтором 7 книг, которые переведены на 16 языков, включая «Эмпирический маркетинг» (1999), «Опыт управления клиентами» (2003) и «Большая стратегия мышления» (2007).

Шмитт часто является ключевым докладчиком на конференциях по всему миру. Его клиенты - это ведущие компании из потребительской сферы, автомобильной промышленности, электроники, финансовых услуг, фармацевтики, косметологии, средств массовой информации.

Он частый гость на каналах «BBC», «CNBC», «CNBC-Asia», «CNN», «NHK», пишет статьи для «The New York Times», «The Asian Wall Street Journal», «Financial Times».

Что такое бизнес в стиле шоу

Характеристики:

Развлечение

Увлечательность

Разрушение стереотипов

Создание ценностей. Потребительская ценность: удовольствие, эмоциональный опыт, стиль жизни.

Что такое бизнес в стиле шоу

Причины появления

- Многообразиие каналов информации, информационный перегруз
- Интернет как новая среда для обмена мнениями, общение покупателей между собой
- Формирование экономики впечатлений: сырье, товары, услуги, впечатления

Что такое бизнес в стиле шоу

Цели

- Интерактивность и вовлечение:
формирование лояльного покупателя и «искренних отношений».
- Дифференциация бренда, конкурентность

Контент и формы

- Способы продвижения: творчество, юмор и игра
- Все сферы маркетинга: ажиотажный маркетинг, выпуск товаров на рынок, привлечение и удержание покупателей, внутренняя коммуникация и нетрадиционная реклама.

Задание

Подготовиться к семинару по разновидностям бизнеса в стиле шоу.

1. Сделать конспект четырех глав книги в виде таблицы (таблица копируется для редактирования). **Файл с таблицей выложить в группу в отдельное обсуждение.**

Бернд Шмитт, Дэвид Роджерс, Карен Вроцос. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений (Главы 1- 4).
Прикреплена во вложении без иллюстраций.

https://royallib.com/read/shmitt_bernd/biznes_v_stile_shou_marketing_v_kulture_vpechatleniy.html#81920

Вид шоу	Продукт (товар +впечатление)	Аудитория	Место	Способы создания и продвижения впечатлений (формы и жанры)	Сферы использования	Пример

2. Найти **АКТУАЛЬНЫЙ** пример бизнеса в стиле шоу.

Определить его вид. Рассказ о бизнесе (в соответствии с основными рубриками таблицы) оформить в электронной презентации – с фотографиями, видео или скриншотами (нужна визуализация).

Презентацию выложить в группу – в отдельное обсуждение.