



Консалтинговая группа  
представляет

**Пять шагов успешного  
проектирования  
В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

**РЫБАКОВА ЮЛИЯ**  
Директор региональных проектов

# «Экономика Впечатлений»

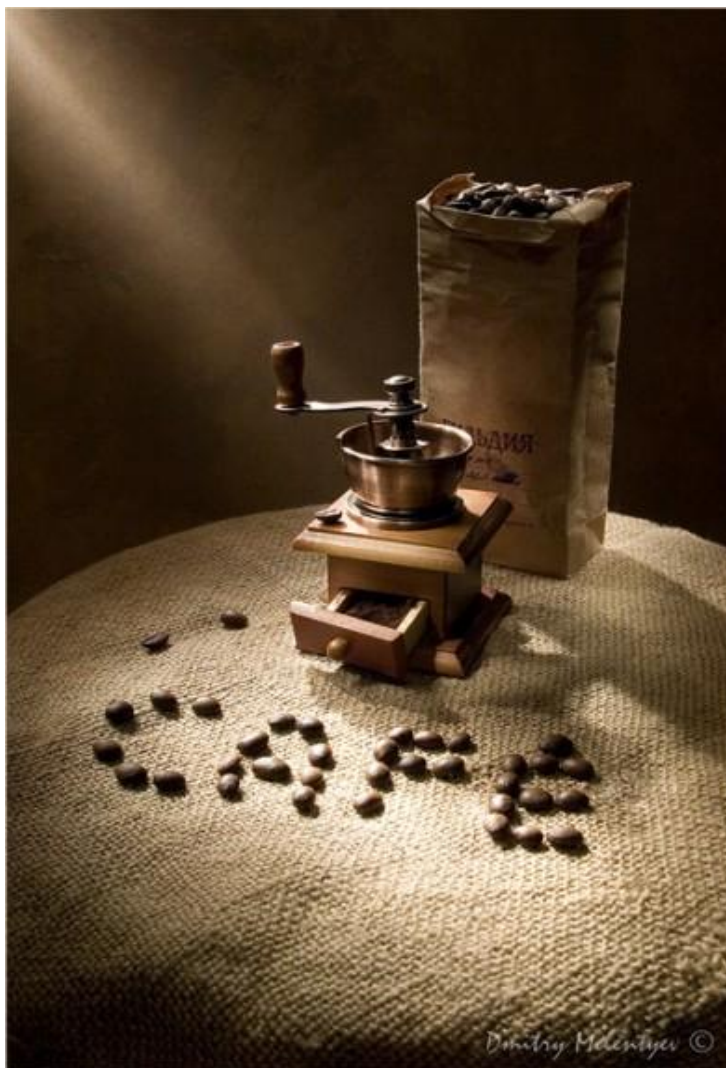


# СЫРЬЕ



<b>Экономическое предложение</b>	<b>Сырье</b>
<b>Тип экономики</b>	<b>Аграрная</b>
<b>Экономическая задача</b>	<b>Добыча</b>
<b>Суть предложения</b>	<b>Равноценное</b>
<b>Главное качество</b>	<b>Природное</b>
<b>Характер поставок</b>	<b>На развес</b>
<b>Продавец</b>	<b>Торговец</b>
<b>Покупатель</b>	<b>Рынок</b>
<b>Факторы спроса</b>	<b>Свойства</b>

# ТОВАР



**Экономическое предложение**

**Тип экономики**

**Экономическая задача**

**Суть предложения**

**Главное качество**

**Характер поставок**

**Продавец**

**Покупатель**

**Факторы спроса**

**Товары**

**Промышленная**

**Производство**

**Материальное**

**Стандартизированное**

**По описи**

**Производитель**

**Пользователь**

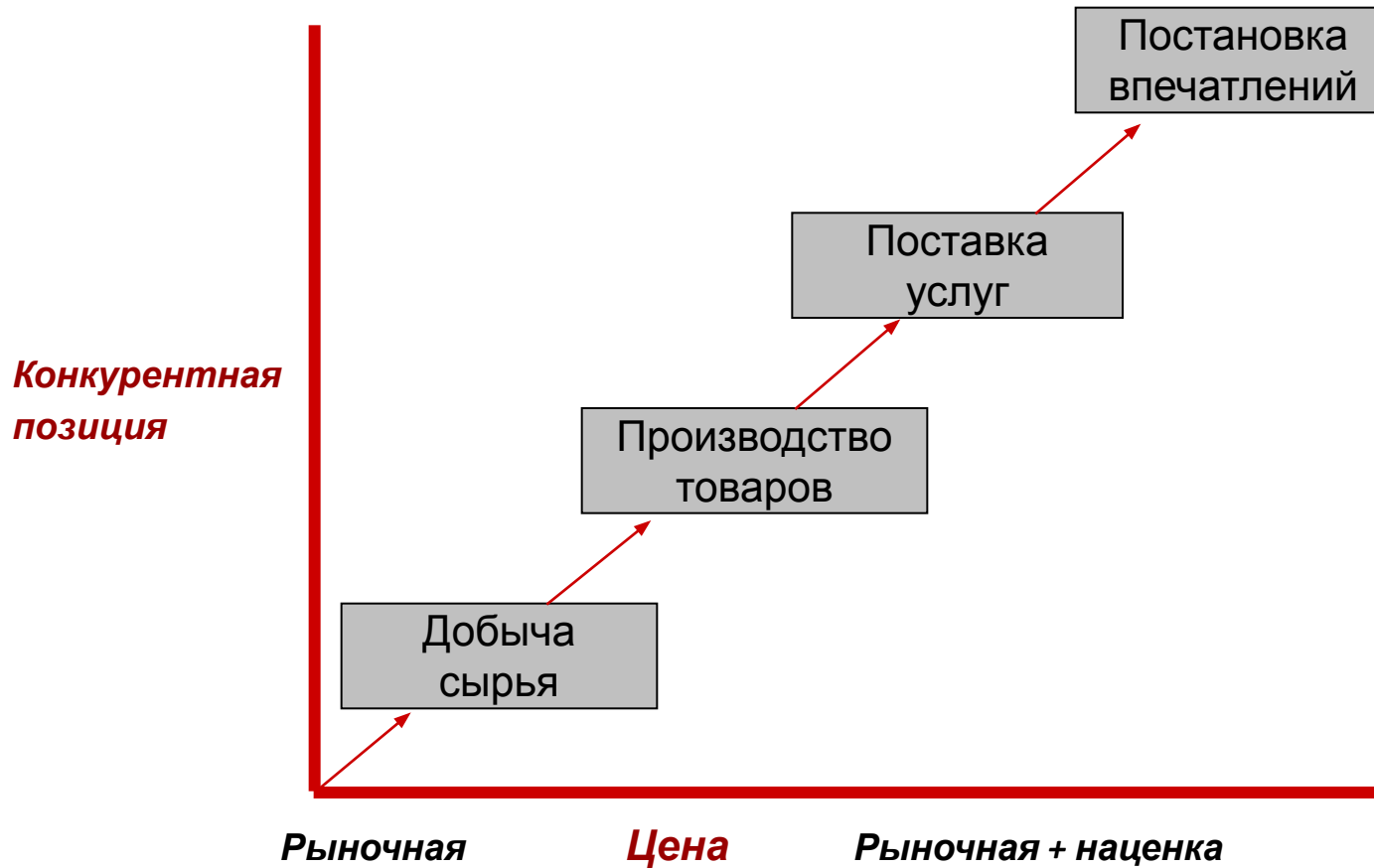
**Особенности**

# УСЛУГА



Экономическое предложение	Услуги
Тип экономики	<i>Экономика услуг</i>
Экономическая задача	<i>Доставка услуг</i>
Суть предложения	<i>Нематериальное</i>
Главное качество	<i>Персонализированное</i>
Характер поставок	<i>По требованию</i>
Продавец	<i>Поставщик услуг</i>
Покупатель	<i>Клиент</i>
Факторы спроса	<i>Льготы</i>

# Эволюция экономики





# Эволюция ценности



# ВПЕЧАТЛЕНИЕ

<b>Экономическое предложение</b>	<b>Впечатления</b>
<b>Тип экономики</b>	<i>Экономика Впечатлений</i>
<b>Экономическая задача</b>	<i>Представление</i>
<b>Суть предложения</b>	<i>Запоминающиеся впечатления</i>
<b>Главное качество</b>	<i>Личное</i>
<b>Характер поставок</b>	<i>Проявляется с течением времени</i>
<b>Продавец</b>	<i>Режиссер</i>
<b>Покупатель</b>	<i>Гость</i>
<b>Факторы спроса</b>	<i>Ощущения</i>





# II Закон Линуса Торвальдса (основателя LINUX)

*«Все что создала природа или изобрел человек, исторически проходит через три этапа:*

- 1. когда это используется для выживания,*
- 2. когда это становится частью общественного уклада и*
- 3. когда это используется для удовольствия.»*



# Изменения в восприятии потребителя

## ТОВАР или УСЛУГА

Хорошее качество

Функциональность

Удовлетворение клиента

«Это мне по карману»

«Это моя потребность»

## ВПЕЧАТЛЕНИЕ

«Просто кайф!»

«Будет что вспомнить!»

Клиент – член клуба

«Это мне по душе»

«Это мой стиль»

# ТУРИЗМ: новое поколение выбирает города

1. Городской туризм будет усиленно расти за счет развития логистики, привлекательных событий и делового сегмента. У малых исторических городов высокий потенциал.
2. Рекреационный туризм имеет перспективы с учетом тренда на «здоровье»
3. Сельский туризм и экотуризм – будут расти, но медленнее
4. Поколение Z (начало 2000-х – конец 2010-х) задаст форматы городского (а затем и прочего) туризма в России:
  - Видели мир, говорят по-английски
  - Пользуются глобальными сервисами, а не локальными ТИЦами
  - Сами организуют свои поездки



***«Самые лучшие вещи на земле – не вещи!»***

***Ребекка Пайн***

# ВПЕЧАТЛЕНИЕ как ПРОДУКТ

Без сомнения, проекты, ориентированные на создание продукта или услуги с учетом требований экономики впечатлений, более конкурентоспособны.

Выигрывают те территории, которые обладают компетенциями, позволяющими грамотно спроектировать, произвести и реализовать такой продукт, опираясь на требования, предъявляемые к продукту экономикой впечатлений и в соответствии с ожиданиями клиента.



1. Наличие амбиций
2. Осмысленность
3. Возможности для партнерства
4. Преимущество и вовлечение местного населения
5. Хорошая упаковка проекта



# 1. Проект должен демонстрировать амбиции территории!



Требования новой экономики

## 2. Проект должен быть осмысленным



Требования новой экономики

### 3. Преференции в извлечении выгод из проекта для местных сообществ – обязательны!



Требования новой экономики

## 4. Проект должен учитывать интересы партнеров и открывать возможности для позитивной синергии



Требования новой экономики

## 5. Впечатления должны быть защищены и упакованы



Требования новой экономики



# Что надо понимать?



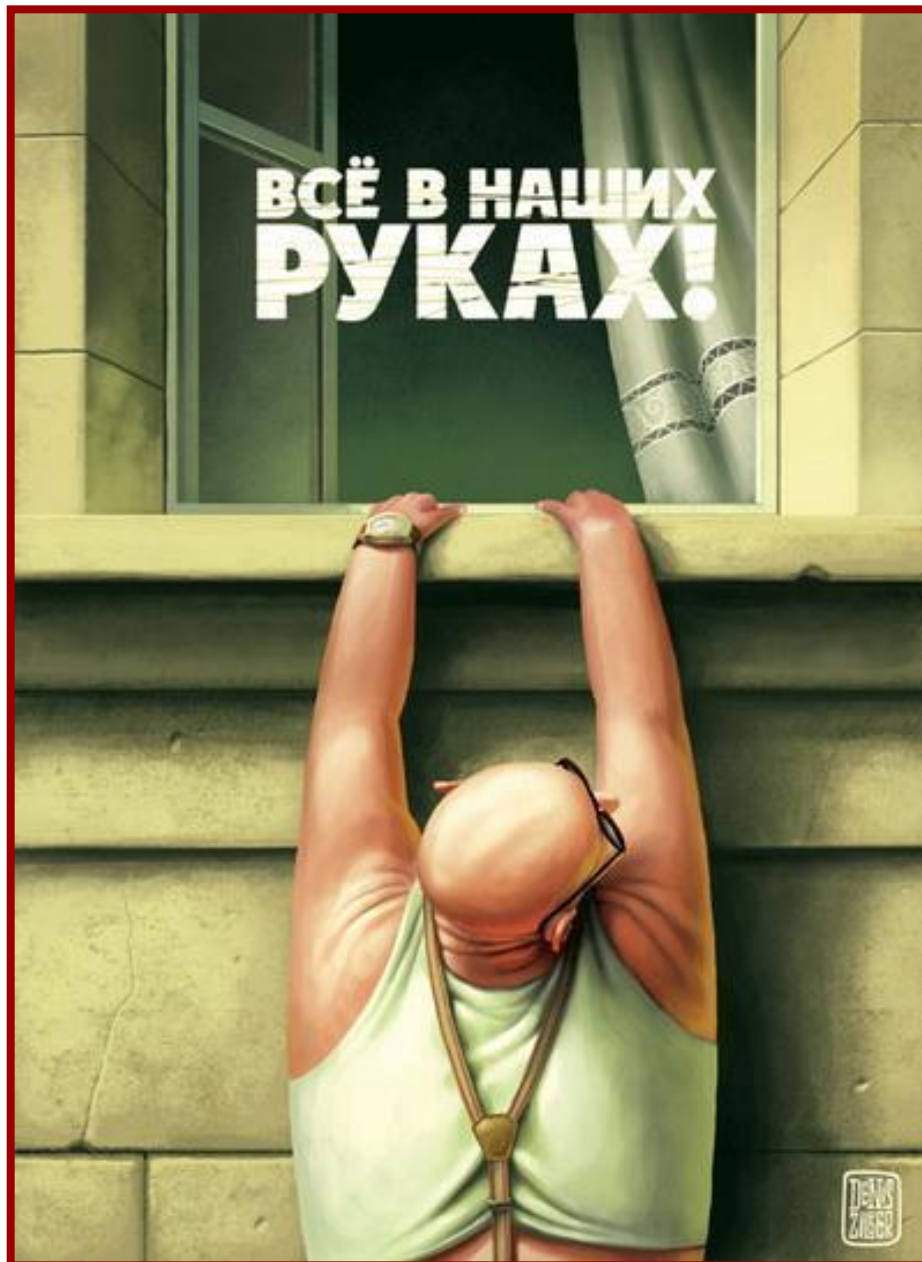
1. Закон спроса и предложения
2. Закон эластичности спроса
3. Закон Энгеля
4. Эффект сноба
5. Эффект Веблена
6. Эффект мультипликатора
7. Кривая безразличия



# Что надо читать?

1. Элвин Тоффлер «Третья волна», «Шок будущего».
2. Джозеф Пайн, Джеймс Гилмор «Экономика впечатлений».
3. Faith Popcorn "The Popcorn Report".
4. Том Питерс «Дизайн».
5. Адриан Сливотски «Миграция ценности».
6. Б.Шмитт, Д.Роджерс, К.Вроцос «Бизнес в стиле шоу».
7. Йонас Риддерстрале, Кьелл Нордстрём «Караоке-Капитализм».
8. Александр Барт и Ян Зодерквист «НЕТократия».
9. Джон Грант «12 тем: маркетинг 21 века».
10. Ролф Йенсен «Общество мечты».
11. Евгений Мачнев «Развлекучки».
12. Линус Торвальдс. «Just for fun. Рассказ нечаянного революционера».

**ВСЁ В НАШИХ  
РУКАХ!**



DEVS  
ZIGER