БСЭ определяет маркетинг как «одну из систем управления капиталистическим предприятием, предполагающую тщательный учёт процессов, происходящих на рынке, для принятия хозяйственных решений». На практике же достаточно посмотреть на круг служебных обязанностей маркетолога, чтобы убедиться в том, что в «принятие хозяйственных решений» попадает и ответственность за «креатив». А это уже совсем плохо формализуемая область деятельности — полет творческой мысли не подлежит обязательной сертификации. И сегодня достаточно называться маркетологом, чтобы говорить дизайнеру: «Черный цвет — мрачный». Или: «От красного цвета повышается кровяное давление». Или еще какую-нибудь чушь, состоящую из безграмотных журналистских «открытий» и бытовых предрассудков.

03

Маркетолог (как всякая поставленная на конвейер специальность) сегодня готовится к жизни по принципу инфузории — перед ним ставится задача выполнять какую-нибудь одноклеточную функцию. Как правило, эта функция заключается в том, что маркетологу необходимо применять минимальный набор знаний и правил для выживания.

04

Хозяйке
на заметку
Инфузории (Infusoria), или наливочные животные — класс простейших, снабженных или жгутиками, или ресничками, служащими для движения. Одноклеточные организмы, более или менее постоянной формы, с ротовым и иногда анальным отверстием; пища из ротового отверстия проталкивается прямо во внутреннюю плазму (эндоплазма), где и происходит усвоение. Для выделения продуктов обмена веществ из тела И. служат так наз. сократительные вакуоли. Тело И. сокращается благодаря присутствию в наружном слое сократительных участков плазмы (так наз. мионем). Размножаются делением, которому иногда предшествует акт слияния 2 особей (конъюгация); последний процесс наступает только тогда, когда после ряда делений обнаруживаются признаки измельчания — вырождения особей; таким образом, конъюгация является процессом обновления или омоложения И. При неблагоприятных условиях И. превращаются в цисту (при наступлении засухи, холода) и в таком виде распространяются воздушными течениями. Живут И. в пресных и соленых водах (редко паразитически — в кишечнике и друг. органах некот. беспозвоночных, млекопитающих и человека). Питаются бактериями, а некоторые ведут хищнический образ жизни, то есть пожирают более мелких И. В систематическом отношении И. делят на 3 отряда: 1) жгутиковые И. или биченосцы (Flagellata), 2) ресничные (Ciliata), 3) сосущие (Suctoria).

Малый энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона

05

Основа выживания современного маркетолога — страховка. Главная задача — снять ответственность за принимаемое решение, прикрывшись, скажем, результатами исследований фокус-групп. Или применить какую-нибудь псевдонаучную методику Джоэля-Кентиггена, показывающую коэффициент увеличения лояльности к ювелирному бренду в результате ковыряния топ-моделью зубочисткой в ухе с бриллиантом.

06

Подарок для маркетолога — присланная из главного офиса концепция. В этом случае ничего делать не надо, индульгенция получена. Однако именно в таких случаях и случается большая маркетологическая глупость — БМГ.

07

Отличный пример БМГ — реклама компании Intel в России, прошедшая во всех крупных печатных изданиях и по телевидению. В Америке была запущена кампания «Yes.». Чтобы представительства на местах не устраивали самодеятельности, макет был прислан с Запада, и образ символизирующего микропроцессорные супертехнологии синего кружка со словом Yes должен был остаться неизменным. Однако слово Yes — не русское, а буквы Y и S вообще отсутствуют в современном русском алфавите. Чтобы разрешить это недоразумение, в композицию была добавлена звездочка-сноска. Внимательный читатель, разглядывающий рекламу в журнале или газете, увидел бы сбоку много-много мелкого-мелкого текста про зарегистрированность торговых марок корпорации Intel, а в самом конце шла собственно сноска: «*Да».
В Америке:



В России:



08

Это был перевод слова Yes для той части публики, которая в переводе нуждалась. Однако в данном случае мы имеем дело не просто с корпоративной глупостью. Звездочка совершенно зачеркивает все ценности графического образа и сводит на нет идеологическую основу акции. Жирный шрифт был выбран именно для подкрепления уверенности в сказанном, а точка в конце вообще не должна оставлять сомнений в непоколебимости утверждения. Семантически, сноска у слова «да» превращает его в «может быть» или «да, но не совсем». Не говоря уже о том, что в результате образуется двоеточие — знак, обозначающий наличие последующей расшифровки, чего в оригинале

не предусмотрено (да, и никаких «но»).
09

Большая часть маркетологов вообще не помнит, что «маркетинг» происходит от слова market, то есть «рынок». Это и не нужно — достаточно иметь под рукой пару умных фраз для прикрытия любых действий. Любой учебник по маркетингу (или по рекламе) долго расписывает научный подход, но на последней странице мелко будет написано, что на самом деле не вредно иметь мозги и быть удачливым. Это и есть та самая лазейка, которая позволяет положить на все правила и формулы.

10

Никто не знает, как заработать миллион или произвести популярный кетчуп. Но каждый, у кого получилось, знает, что это произошло не по-научному — в результате везения и применения мозгов. В создании сайтов мозги - самое главное.