

Персональный брендинг

Персональный брендинг. Технологии достижения личной популярности.



Высокая популярность стала товаром, имеющим большую коммерческую ценность во всем мире. Как превратить людей, жаждущих популярности, в бренды? Как сохранить высокую популярность? Авторы рассказывают, как представители шоу-бизнеса, пластические хирурги, политики, учёные, спортсмены могут использовать различные каналы - веб-сайты, блоги, телевидение, печатные СМИ, - чтобы коммуницировать свой имидж различным целевым аудиториям.

Компания Pepsi извинилась за рекламу с изображающей Роналду куклой вуду



Pepsi - один из спонсоров каталонской "Барселоны", которая является главным соперником "Реала".

В преддверии стыковых матчей между сборными Португалии и Швеции в этой скандинавской стране была запущена кампания, в ходе которой в интернете появились изображения куклы в футболке португальской сборной под номером семь. На одном из изображений кукла лежит на железнодорожных рельсах, на другом в неё воткнуты иголки.

Компания Pepsi принесла свои извинения Криштиану Роналду за рекламную кампанию, в которой использовали кукол вуду, изображающих футболиста португальской сборной.

"Мы не хотели представить спорт и дух соперничества в негативном свете. Сожалеем, если кого-то обидели эти изображения. Мы сразу же их убрали, когда начали получать жалобы. Приносим свои извинения всем, кого затронула эта ситуация", - сказал представитель Pepsi.

P Kotler

Филипп Котлер (р. 1931)

прима-автор книги «Персональный брендинг»

Семинар "Маркетинг 3.0" в Москве

12 ноября 2011 г.

9.00-18.00

Киноконцертный зал "Пушкинский" (Самый большой кинозал Европы на две с половиной тысячи посадочных мест).

Билет обычный: - 20 000 рублей:

В стоимость входит раздаточный материал.

Билет ВИП: - 40 000 рублей:

Место в первых рядах, первоочередной проход на мероприятие, питание.

В стоимость входит раздаточный материал.

В стоимость входит синхронный перевод на русский язык.



KOTLER MARKETING GROUP

ABOUT US

SERVICES

INDUSTRIES

THOUGHT LEADERSHIP

Dr. Philip Kotler 2013 Speaking Schedule

For further information about the scheduled appearances listed below, [contact Dr. Kotler](#). (Dates and locations are subject to change.)

2013 Dates	Locations
February 15	Las Vegas (AMA Winter Meeting)
March 6	Bangkok
March 9-10	Chennai
March 14	Delhi (JRE - www.philipkotlerinindia.com)
March 16	Mumbai (Mumbai Management Institute)
March 18	Jakarta
April 18	Philadelphia (Wharton)
April 21-22	Toronto
April 23	Iceland
May 6-8	Bogota
June 17	Tokyo
June 25	Mexico City (World Marketing Forum 2013)
November 5-7	Sao Paulo (World Marketing Expo 2013)

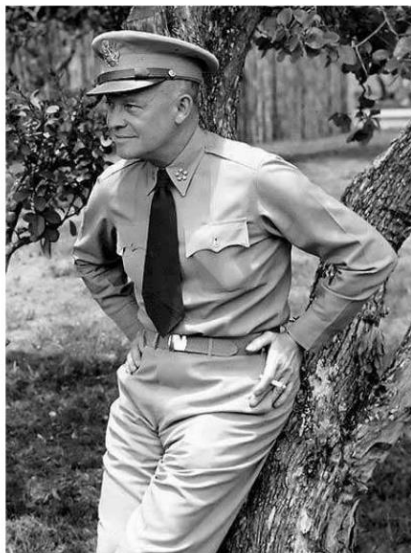


Resources

[Selected Book List](#)

[Dr. Kotler Answers your Marketing Questions](#)

Эксперт по рекламе Россер Ривз одним из первых использовал идею маркетинга отдельных людей как брендов. В 1952 г. он применил свой опыт реализации лекарственного препарата «Анацин» для «продажи» кандидата в президенты Дуайта Эйзенхауэра.



Ривз использовал грамотно составленные джинглы, постановочные уличные интервью и изобилующие повторениями слоганы, для того чтобы создать яркую «упаковку» для не слишком выделяющегося из толпы генерала. Ривз признавал, что применил самую базовую стратегию: опрос людей с целью выявить их потребности и желания, а затем создание рекламных роликов, в которых Эйзенхауэр озвучивает актуальные для общества вопросы.