

Ярослав
Соколов

★
ФИЛОСОФИЯ
УСПЕШНОГО
БРЕНДА

 ПИТЕР®

Санкт-Петербург • Москва • Минск

2025

Оглавление

Предисловие	6
Введение	8
О чем эта книга	8
Структура книги	10
Для кого эта книга	11
Часть 1. Место маркетинга и коммуникаций в системе бизнеса	13
Глава 1. Кто владеет информацией, тот владеет миром	14
Глава 2. Почему реклама без бренда больше не работает	20
Глава 3. Что такое осознанные коммуникации	26
Глава 4. Как связаны коммуникации и маркетинг	36
Глава 5. Что такое маркетинг	39
Глава 6. Все грани понятия рынка	46
Глава 7. Эволюция концепций маркетинга	60
Глава 8. Маркетинг как бизнес-философия	73
Глава 9. Бренд и все, что с ним связано	79
Глава 10. Коммуникации бренда	98
Глава 11. Как найти создателя брендов или стать им	111
Заключение к первой части	116

Часть 2. Как создавать бренды: учимся бренд-мышлению	117
Глава 12. Почему важно «мыслить брендами»	118
Глава 13. Концептинг применительно к маркетингу	123
Глава 14. Платформа бренда	129
Глава 15. Позиционирование бренда	143
Глава 16. Модель восприятия брендов	153
Глава 17. Точки паритета и точки различия	163
Глава 18. Целевая аудитория бренда	169
Глава 19. Инсайт	196
Глава 20. Активы бренда	209
Глава 21. Суть бренда	233
Глава 22. Архетипы бренда и построение эффективной коммуникации	239
Глава 23. Понятие коммуникационной платформы	260
Глава 24. Голос бренда	267
Глава 25. Миссия бренда	277
Глава 26. Обещание бренда	281
Глава 27. Big Idea	290
Заключение ко второй части	305
Часть 3. Практические навыки создания бренда	307
Глава 28. Работаем с брифом	308
Глава 29. Проводим анализ рынка и конкурентов	315
Глава 30. Изучаем потребности в категории	365
Глава 31. Определяем стратегию	381
Глава 32. Формируем бренды	400
Заключение к третьей части	430

Послесловие	432
Книги и фильмы, с которыми стоит познакомиться	434
Маркетинг и реклама	434
Копирайтинг	437
Экономика	438
Психология	439
Филология	440
Искусствоведение	442
Философия	443
Художественная литература	444
Фильмы, которые стоит посмотреть рекламисту	445