

Мне попала в руки книга Саши Пармар «Целевая аудитория». В самом начале она пишет «меня зовут Саша Пармар, я занимаюсь партизанским маркетингом, веду об этом блог партизанскиймаркетинг.рф». Это так, но к содержанию книги это не имеет отношения.

Книга совсем не про «партизанский маркетинг». И не про интернет-маркетинг. Даже не про большой классический маркетинг. Прежде всего, это - про философию бизнеса, . В каком бы секторе вы ни работали, «вы всегда продаёте людям». Причём Саша не упускает из виду «человека» по обе стороны прилавка. В покупателе видят человека многие авторы. В продавце – только Саша.



Поиск

Константин

Александра Пармар Online

Занимаюсь партизанским маркетингом. Ругаюсь. Живу. Пишу. Ломаю смыслы. Welcome, тут все свои, кто адекватен.

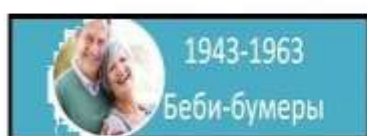
День рождения: 18 мая

Город: Запорожское

Место работы: Партизанский маркетинг: психология влияния

Веб-сайт: <http://aidasnami.ru>

Саша анализирует коммуникацию «продавец» - «покупатель» в рамках «теории поколений» Штрауса - Хоува, описывающей повторяющиеся поколенческие циклы в истории. Она рефлексировала саму себя по отношению к поколению, родившемуся в 21 веке: «Мне только 31, а я уже почти не в теме. ... Не очень ясно, как вдруг рэп-батлы, игровые стримы, матерящиеся блогеры стали новыми трендами. Но приходится разбираться, потому что иначе ваши статьи и публикации перестанут работать, а клиенты уйдут.» Это смело. И это правильно. Как раз сейчас я готовлю поколенческий проект «Копирайтинг для пенсионеров» и мне это особенно близко и ценно. Моя целевая аудитория – женщины, собирающиеся на пенсию. В терминах Штрауса – Хоува, это стык «поколения бумеров» и «поколения X». Они очень разные, и прочитав книжку А.Пармар, я пришёл к выводу – мне понадобится не один, а два отдельных лендинга. По одному для каждого из поколений.



Отличает коллективизм, неоспоримость решения руководства, оптимизм, командный дух, рабочие лошадки



Отличает техническая грамотность, индивидуализм, гибкость, стремление все починить самому, работа ради защищенности

Разумеется, Саша лукавит. Не в суждениях о поколениях, а в том, что ей 31. На самом деле она явно приписала себе несколько лет для солидности. По фотографии это ясно видно. Но суждения её по-зрелому мудры и обоснованы. Идёт ли речь о поколениях, о партнёрстве, о

пирамиде Маслоу – это очень полезно и для партизанского маркетинга, и для классического и для бизнеса вообще.

И для жизни.