

ЛИНАРА АЙТПАЕВА

МАРКЕТИНГ В ГЛАВНОЙ РОЛИ



18+

Говорят эксперты. Практичные
книги от специалистов своего дела

Линара Айтпаева

Маркетинг в главной роли

«ЭКСМО»

2026

УДК 339.13
ББК 65.290-2

Айтпаева Л. А.

Маркетинг в главной роли / Л. А. Айтпаева — «Эксмо»,
2026 — (Говорят эксперты. Практичные книги от специалистов
своего дела)

ISBN 978-5-04-244426-5

Что, если маркетинг — это не скучные таблицы и KPI, а настоящее приключение, где каждая глава — сцена из любимого фильма? Эта книга превращает маркетинговую теорию в увлекательное кино: здесь Гарри Поттер раскрывает тайны SWOT-анализа, Шерлок Холмс ищет целевую аудиторию, а Бриджит Джонс учит бренды принимать себя такими, какие они есть. Автор объясняет, как выстраивать стратегию, позиционирование, коммуникацию и бренд-платформу на понятных примерах из поп-культуры — с иронией, инсайтами и без скучной терминологии. «Маркетинг в главной роли» — для тех, кто устал от сухих учебников и хочет действительно понять, как работает маркетинг в реальности, а не только в презентациях. В формате PDF А4 сохранен издательский макет книги.

УДК 339.13
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-04-244426-5

© Айтпаева Л. А., 2026
© Эксмо, 2026

Содержание

Введение	6
Глава 1	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Линара Амантаевна Айтпаева

Маркетинг в главной роли

© Линара Айтпаева, текст, 2025

© Ирина Селиванова, художественное оформление, 2025

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2026

Введение

Как не потеряться в мире маркетинга и не застрять в пижаме с бокалом вина

Маркетинг – это история поиска себя, проб и ошибок, неудачных экспериментов и внезапных побед. Он редко идет по заранее написанному сценарию, требует гибкости, интуиции, четкой стратегии и умения вовремя корректировать курс. В этом смысле маркетинг удивительно похож на жизнь Бриджит Джонс – полную неожиданностей, попыток соответствовать чужим ожиданиям, а в итоге – осознания своей уникальности.

Бренды, как и Бриджит, часто начинают с хаоса. Они не до конца понимают свою идентичность, чем могут быть интересны, как привлечь аудиторию и какую стратегию выбрать. Пробуют разные подходы – один раз попадают в точку, в другой раз оказываются в неловкой ситуации, но каждый шаг приближает к успеху. Иногда маркетинговая стратегия кажется идеальной, однако в реальности оказывается не лучше вечеринки в кроличьем костюме. Иногда бренд делает неочевидный шаг – и внезапно это срабатывает, как признание Марка Дарси, что он любит Бриджит такой, какая она есть.

Так как же не потеряться в мире маркетинга и не застрять в пижаме с бокалом вина, размышляя, что пошло не так?

Во-первых, важно четко понимать, кто вы как бренд. Бриджит долго пыталась соответствовать чужим стандартам: следовать модным диетам, менять себя, подстраиваться под ожидания окружающих. Но настоящие перемены произошли, когда она приняла свою индивидуальность. Так и бренд должен понимать, в чем его уникальность, а не пытаться стать «таким же, как все».

Во-вторых, необходимо анализировать рынок и свою аудиторию. Бриджит часто действовала импульсивно, не задумываясь о последствиях. В маркетинге такой подход не работает. Нельзя просто запустить рекламу или изменить позиционирование, не понимая, кому это нужно и сработает ли стратегия.

В-третьих, важно быть гибким и адаптироваться к изменениям. Бриджит не раз меняла планы, корректировала поведение, пробовала новое – и, несмотря на провалы, продолжала двигаться вперед. В маркетинге тоже нет одного идеального плана, который сработает навсегда. Нужно тестировать гипотезы, следить за трендами и вовремя корректировать стратегию.

Эта книга предлагает не просто теоретический обзор, а практическое руководство, которое делает изучение маркетинга увлекательным и понятным. Каждая глава рассматривает ключевые элементы маркетинговой стратегии через призму известных фильмов и сериалов. Мы будем разбираться в целевой аудитории, как Шерлок Холмс, анализировать конкурентную среду, как герои «Гордости и предубеждения», и строить бренд, вдохновляясь Кевином Маккалистером. Такой подход позволяет не просто заучивать концепции, а действительно погружаться в их суть и понимать, как они работают на практике.

Но введение остается за Бриджит. Ее история – это идеальная иллюстрация того, как маркетинг работает в жизни: можно долго пытаться соответствовать чужим стандартам, копировать конкурентов, использовать шаблонные стратегии, но по-настоящему успешным становится тот, кто понимает свои сильные стороны и умеет их правильно подать.

Мы будем разбирать маркетинговые ошибки так же, как Бриджит анализировала свои любовные провалы (пусть и не всегда успешно). Мы посмотрим, как бренды адаптируются к изменениям рынка так же, как она меняла планы в зависимости от обстоятельств.

Вы узнаете, как не потеряться среди конкурентов, научиться анализировать рынок, находить свою аудиторию и превращать хаос в стратегию. Как показывает история Бриджит Джонс,

успех – это не следование идеальному плану, а способность адаптироваться, учиться на ошибках и делать ставку на свою уникальность.

Глава 1

Гарри Поттер и тайны SWOT-анализа

Перед началом любой деятельности, будь то запуск нового проекта, освоение навыка или даже обучение полетам на метле, важно сначала проанализировать текущую ситуацию. Например, когда Гарри Поттер участвует в Кубке огня, перед каждым испытанием он выясняет, насколько хорошо владеет заклинаниями, какие у него есть ресурсы (волшебная палочка, метла, книги, учителя) и какие препятствия могут возникнуть.

В маркетинге этот принцип работает так же. Перед разработкой стратегии важно провести анализ текущего положения компании: оценить имеющиеся ресурсы, сильные и слабые стороны, рыночные условия, конкурентную среду и т. д. Только после этого можно строить эффективную стратегию, минимизируя риски и максимально используя доступные возможности.

Один из самых простых и эффективных инструментов для этого – SWOT-анализ, который помогает объективно оценить внутренние и внешние факторы, влияющие на бизнес. В этой главе мы рассмотрим SWOT-анализ на примере школы магии Хогвартс и узнаем, как с его помощью превратить слабости в сильные стороны, а угрозы – в новые возможности.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.