

ЛИНАРА АЙТПАЕВА

# МАРКЕТИНГ В ГЛАВНОЙ РОЛИ



18+

**Линара Амантаевна Айтпаева**  
**Маркетинг в главной роли**  
Серия «Говорят эксперты. Практичные  
книги от специалистов своего дела»

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=73601298](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=73601298)*

*Маркетинг в главной роли:*

*ISBN 978-5-04-244426-5*

### **Аннотация**

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 A4 сохранен издательский макет книги.

# Содержание

Введение	5
Глава 1	8
Конец ознакомительного фрагмента.	10

# **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 рассмат-

ривает 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 превра-

Тить 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.