

Егор Апполонов

Дофаномика



Инструкция
по управлению
вниманием,
эмоциями
и желаниями

МИОО

УДК 339.138
ББК 65.291.33
А76

Публикуется впервые

Апполонов, Егор

А76 Дофаномика. Инструкция по управлению вниманием, эмоциями и желаниями / Егор Апполонов. — Москва : МИФ, 2026. — 352 с. — (Ключевые идеи маркетинга).

ISBN 978-5-00250-177-9

Вы уверены, что каждый выбор вы делаете сами: кофе по утрам, новый смартфон, брендовые кроссовки. Но 95% решений уже приняты за вас. И пока мы думаем, что решаем осознанно, маркетологи уже давно научились управлять нашими эмоциями. Эта книга вскрывает механизмы нейромаркетинга и показывает, что бренды не убеждают — они внедряют идеи прямо в наше подсознание. Здесь вы найдете кейсы зарубежных и российских брендов, инструменты, которые используют маркетологи и продавцы, а также приемы, с помощью которых покупатели смогут распознавать манипуляции.

УДК 339.138
ББК 65.291.33

*Все права защищены.
Никакая часть данной книги
не может быть воспроизведена
в какой бы то ни было форме
без письменного разрешения
владельцев авторских прав.*

ISBN 978-5-00250-177-9

© Апполонов Е., 2026
© Оформление. ООО «МИФ», 2026

Оглавление

Вступление	7
Часть I. Архитектура внедрения:	
зачем и как истории оказываются у вас в голове	11
Все врут. И маркетологи это понимают	12
Кинотеатр «Парадиз»: реклама, которая выключает мозг	31
Концентрация нервной сети	51
Наука истории	64
Психологическое напряжение: секретный ингредиент «липкой» рекламы	73
Как «сломать» мозг	79
Часть II. Экономика внимания:	
дефицит, механика и гигиена работы с фокусом	115
Внимание: валюта, которую так сложно купить	116
Эффект Зейгарник: оставьте гештальт открытым	128
Магия повторов	140
Внимание — новая нефть	151
Часть III. Эмоциональная архитектура:	
от чувства к катарсису и позиционированию	177
Эмоции: инструмент продаж	178
Катарсис через эмоциональный оргазм	204
Управлять эмоциями: «Престиж»	215
УЭП: уникальное эмоциональное предложение	221

Часть IV. Мозг, «взлом» и инструменты:

как перевести эмоции в решения и деньги	237
Три мозга — один [инстинктивный] ответ	238
Код доступа к подсознанию: шесть ключей, которые открывают кошелек клиента	244
Боли и мотиваторы: пульт управления мозгом	257
Зажги интерес, привяжи клиента	271
Эмоциональные продажи	293
Технологии на страже маркетинга	310
Часть V. Планы, провалы и мастер-классы	327
Спецэффекты в маркетинге: когда все идет не по плану	328
Финал: маркетинг как режиссура человеческих чувств	349