

ЛЕСЛИ ЗЕЙН



**ЭТО
МЫ
БЕРЕМ!**

**Маркетинг
на инстинктах
и инсайтах**

перевод
Анастасии Сучковой

МИОО

Leslie Zane

The Power of Instinct

The New Rules of Persuasion
in Business and Life



PUBLICAFFAIRS

New York

Лесли Зейн

Это мы берем!

Маркетинг на инстинктах
и инсайтах

Перевод с английского Анастасии Сучковой

Москва
МИФ
2025

УДК 339.138
ББК 65.291.3-21
347

На русском языке публикуется впервые

Зейн, Лесли

347 Это мы берем! Маркетинг на инстинктах и инсайтах / Лесли Зейн ; пер. с англ. А. Сучковой. — Москва : МИФ, 2025. — 352 с.

ISBN 978-5-00250-094-9

Традиционные подходы теряют эффективность. Чтобы выделиться, бренду необходимо воздействовать на подсознание клиента. Лесли Зейн раскрывает механизмы принятия решений и предлагает новые маркетинговые инструменты для закрепления в памяти покупателей. Такой подход сократит расходы на убеждение, сделает ваш продукт желанным и обеспечит долгосрочный рост бизнеса.

УДК 339.138
ББК 65.291.3-21

В тексте неоднократно упоминаются названия социальных сетей, принадлежащих Meta Platforms Inc., признанной экстремистской организацией на территории РФ.

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 978-5-00250-094-9

Copyright © 2024 by Leslie Zane.

Triggers®, Brand Triggers®, Growth Triggers®, Image Triggers®, Distinctive Brand Triggers®, Brand Connectome®, and Brain Branching® are registered service marks of Leslie Zane Consulting, Inc. Verbal Triggers™, Instinctive Advantage™, Taste Triggers™, Auditory Triggers™, and Olfactory Triggers™ are common law service marks of Leslie Zane Consulting, Inc. This edition published by arrangement with Public Affairs, an imprint of Perseus Books LLC, a subsidiary of Hachette Book Group, Inc. USA. via Igor Korzhenevskiy of Alexander Korzhenevski Agency (Russia). All rights reserved

© Издание на русском языке, перевод, оформление.
ООО «МИФ», 2025

Оглавление

Предисловие	9
Глава 1. Модель осознанного маркетинга мертва	27
Глава 2. Центр инстинктов	54
Глава 3. Кратчайший путь к инстинктивному выбору	83
Глава 4. Проклятие негативных ассоциаций	109
Глава 5. Эффект заснеженной горы	142
Глава 6. Почему многослойности лучше фокусировки	173
Глава 7. Бессознательная потребность в фантазиях	201
Глава 8. Привнесите что-то новое	232
Глава 9. Вырвитесь из воронки	256
Глава 10. Бессмертный бренд	282
Заключение	312
Благодарности	323
Об авторе	328
Список литературы	329