



RAJA RAJAMANNAR

Q U A N T U M

M A R K E T I N G

Mastering the New Marketing
Mindset for Tomorrow's Consumers

РАДЖА РАДЖАМАННАР

К В А Н Т О В Ы Й

С К А Ч [О] К

М А Р К Е Т И Н Г А

если не внедрите **ЭТО** сегодня,
вашей компании не станет завтра

УДК 339.138
ББК 65.290-2
P15

Raja Rajamannar
Quantum Marketing: Mastering the New Marketing Mindset for Tomorrow's Consumers

© 2021 Raja Rajamannar
Published by arrangement with Folio Literary Management, LLC.

Раджаманнар, Раджа.

P15 Квантовый скачок маркетинга. Если не внедрите это сегодня, вашей компании не станет завтра / Раджа Раджаманнар ; [перевод с английского А. Д. Сайфуллиной]. — Москва : Эксмо, 2021. — 256 с. — (Атланты маркетинга).

ISBN 978-5-04-122422-6

Мир меняется так стремительно, что большинство бизнес-стратегий устаревают еще на этапе разработки.

Современный маркетинг работает в четырех измерениях: продукт, эмоции, данные, соцсети. Эта книга рассказывает о пятом измерении – квантовом маркетинге будущего.

Раджа Раджаманнар, директор по маркетингу и коммуникациям Mastercard, расскажет, как изменятся представления о лояльности потребителя и рекламе, как использовать последние достижения нейронауки, чтобы выделить свой бренд в непрерывном потоке информации, и почему ИИ станет новой движущей силой маркетинга.

УДК 339.138
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-04-122422-6

© 2021 Raja Rajamannar
© Сайфуллина А. Д., перевод на русский язык, 2021
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2021

«Квантовый скачок маркетинга» — виртуозное руководство, позволяющее поспеть за величайшими переменами в истории маркетинга. Раджа, один из передовых маркетологов мирового уровня, делится с читателем уникальными знаниями, концепциями и полезными методиками. Эту книгу должен прочесть каждый руководитель.

*Кит Гроссман,
президент американского еженедельного журнала Time*

Раджа пошагово разъясняет маркетологам, как правильно продвигать бренд и наращивать показатели в условиях меняющейся парадигмы. Эту глубокую и полную откровений книгу обязан прочесть каждый, кому не хочется потерять хватку в стремительно развивающемся современном мире.

*Мишель Пелузо,
старший вице-президент по цифровым продажам
и директор по маркетингу американской компании IBM —
поставщика аппаратного и программного обеспечения,
а также IT-сервисов и консалтинговых услуг*

«Квантовый скачок маркетинга» — эпохальная книга, написанная настоящим знатоком своего дела. Раджа, ведущий практикующий маркетолог мирового уровня, делится с читателем полезными наблюдениями, заставляя его по-новому взглянуть на маркетинг и подготовиться к колоссальным изменениям, которые вот-вот произойдут. Эту книгу стоит прочесть каждому, кто уже практикует или только осваивает маркетинг.

*Харрис Даймонд,
бывший генеральный директор американской глобальной
рекламной сети McCann Worldgroup.*

Будучи одним из лучших маркетологов нашего времени, Раджа не только увлекательно рассказывает о пятой парадигме маркетинга, но и показывает, как, играя по её правилам, прийти к победе. Выдающаяся книга, которая непременно оставит след в истории маркетинга!

*Ашок Васвани,
исполнительный директор британского
финансового конгломерата Barclays*

Раджа предлагает очень необычный, свежий и дерзкий взгляд на будущее маркетинга. Эту книгу должен прочесть каждый — благодаря ей становится ясно, что пришло время нажать кнопку перезапуска и совершить квантовый скачок в будущее.

*Стефан Лерке,
глава Всемирной федерации рекламодателей (WFA)*

Своей замечательной книгой Раджа готовит деятелей рынка и бизнес-руководителей к изменениям в сфере маркетинга. Эту книгу обязан прочесть каждый, кто хочет идти в ногу со временем и вести за собой других.

*Педро Эрп,
директор по маркетингу международной
пивоваренной корпорации Anheuser-Busch InBev*

Если на непростые вопросы генеральных и финансовых директоров вам хочется давать ответы, а не искать отговорки, эта книга для вас. Раджа сводит воедино все сведения о маркетинге, благодаря чему становится ясно, как работает бренд и каковы последствия смены парадигмы, ведь вчерашние маркетинговые методы уже устарели.

*Венди Кларк,
глобальный генеральный директор
коммуникационного холдинга Dentsu International*

Эту книгу не просто должен, а обязан прочесть каждый. Раджа изящно, ёмко и доходчиво рассказывает о важнейших сторонах маркетинга и помогает читателю по-настоящему понять, как укротить стихийную мощь маркетинга и научиться влиять на бренды и общество. Благодаря «Квантовому скачку маркетинга» вы поймёте: даже невозможное вполне возможно.

*Боб Лиодис,
генеральный директор американской ассоциации
национальных рекламодателей ANA.*

Сила «Квантового скачка маркетинга» в том, что он показывает, насколько важен грамотный маркетинг для успеха в бизнесе. На страницах книги Раджа рассматривает маркетинг как сплав искусства, науки и ремесла, тем самым настраивая маркетолога на вдумчивую деятельность. Читателю предлагается множество любопытных, полезных примеров, показывающих, как совместить продвижение бренда с усердным сбором и анализом данных, необходимых для коммерческого роста. Вдохновляющая книга, полная оптимизма и надежды!

*Лиэнн Каттс,
директор по маркетингу британского
финансового конгломерата HSBC*

В «Квантовом скачке маркетинга» блестяще описаны небывалые трудности, с которыми директорам по маркетингу предстоит столкнуться в будущем. Кроме того, книга полностью меняет представление читателя о том, как маркетинг работает. Если вы маркетолог или бизнес-руководитель и желаете своей компании успеха и процветания, обязательно прочтите эту книгу.

*Рави Дхар,
профессор Йельской школы менеджмента*

В «Квантовом скачке маркетинга» Раджа пошагово разъясняет, как маркетологу совершить квантовый скачок в будущее. Очистив истину от ненужной шелухи, автор предлагает читателю действенное руководство. Превосходная книга!

*Зена Арнольд Шриватса,
директор по маркетингу и цифровым технологиям в Kimberly-Clark*

Друзья, пристегните ремни. Вас ждёт инновационный, совершенно непривычный, но в то же время свежий взгляд на маркетинг — квантовый взгляд. Эту книгу обязан прочесть каждый, кто желает стать топовым маркетологом и впоследствии преуспеть.

*Грег Уэлч,
директор по маркетингу американской фирмы Spencer Stuart*

Раджа, один из величайших ведущих маркетологов современности, написал эту важную книгу, чтобы подготовить нас к будущему — к квантовому маркетингу. Его чрезвычайно полезный труд появился на свет очень вовремя.

*Сьюзан Вобейда,
директор по маркетингу компании The Trade Desk*

Вряд ли кому-то удастся создать более подробное, универсальное и действенное руководство для современных маркетологов, которым приходится работать в постоянно меняющемся мире. Раджа предлагает читателю всеобъемлющее представление о маркетинге, тем самым подготавливая его к трудностям завтрашнего дня — к трудностям квантового маркетинга.

*Анда Ганска,
основатель и генеральный директор
маркетинговой платформы Knotch*

Раджа — очевидно один из величайших умов в современном маркетинге — являет собой яркий пример маркетолога, блестяще адаптировавшегося к условиям изменившейся рыночной среды. Кроме того, он предлагает руководство, благодаря которому читатель тоже сумеет выжать максимум из сложившихся обстоятельств. «Квантовый скачок маркетинга» — ёмкая и чрезвычайно полезная работа, которую необходимо читать (и перечитывать) на пороге 2021 года.

*Герхард Фурье,
директор по маркетингу и бренд-стратегии английского
производителя престижных спортивных автомобилей Aston Martin*

Смелые и непринуждённые наблюдения Раджи, отважно встречающего любые трудности, — поистине глоток свежего воздуха. Эта книга — «боевой клич» для опытных маркетологов, призыв перестроить свою деятельность и доказать, что маркетинг способен вносить большой вклад в развитие бизнеса. Актуальная, своевременная и полезная работа!

*Никки Мендонса,
директор глобального управления индустрией
программного обеспечения и платформ консалтинговой компании Accenture*

«Квантовый скачок маркетинга» должен лежать на столе у каждого управленца и в каждой аудитории каждой бизнес-школы. Раджа — один из наиболее влиятельных ведущих маркетологов современности и передовой мыслитель, который неизменно ставит на первое место достижение цели. Он со знанием дела разъясняет, как и почему маркетологу необходимо «полностью изменить» подход к работе, а затем предлагает полезные советы, приправленные запоминающимися историями из личного опыта. Эту книгу должен прочесть каждый студент-маркетолог, и каждый бизнес-руководитель, желающий грамотно справляться с трудностями и не упускать ни одной возможности в переменчивом мире вокруг нас.

*Дженни Руни,
бывший редактор Forbes, управляющий директор
и основатель СМО-платформы Black Glass Consulting*

Трудно найти другого человека с таким же огромным багажом глубоких познаний, важных наблюдений и обширного опыта, как у Раджи. Поэтому никто не способен рассмотреть маркетинг с точки зрения науки и искусства лучше него. Эту книгу стоит прочесть любому, кто желает не отстать от современных веяний.

*Стивен Вулф Перейра,
генеральный директор и соучредитель компании Encantos*

Раджа — мастер своего дела. Он углубляет и расширяет наши знания о том, как не потерять эффективность в постоянно меняющемся мире. «Квантовый скачок маркетинга» — наиболее полная и виртуозная книга о том, что такое маркетинг и как грамотно заниматься им в двадцать первом веке.

*Ник Дрейк,
вице-президент по вопросам глобального
маркетинга в компании Google*

Впервые вижу, чтобы в книге настолько ловко сочетались жизненная мудрость, современные технологии и истинное понимание потребителя. Раджа — великолепный практикующий маркетолог. Эту книгу должен прочесть каждый!

*Пранав Ядав,
учредитель и генеральный директор Neuro-Insight US Inc.*

«Квантовый скачок маркетинга» учит работать в сфере маркетинга по-новому: больше полагаться на науку и технологии, позволять брендам сотрудничать друг с другом, прислушиваться к потребителю на всех этапах взаимодействия. Великолепная книга о том, как уже в обозримом будущем с помощью маркетинга можно будет выстроить плодотворное сотрудничество с потребителем!

*Джанет Балис,
руководитель отдела маркетинга в EY Consulting*

Огромный опыт Раджи в качестве генерального менеджера и ведущего директора по маркетингу, очевидно, необычайно богатый источник сведений об управленческой деятельности в области маркетинга. Раджа неумоимо старается быть на шаг впереди технологий и при этом активно занимается маркетингом, одновременно демонстрируя и стимулируя успехи предприятия, — два жизненно необходимых навыка для маркетологов современности и будущего.

*Надин Диц,
бывший генеральный директор Adweek,
директор по маркетингу
и стратегическому планированию в VRM & The ARIA Network*

Эта книга заставляет задуматься. В ней Раджа предлагает читателю заглянуть в будущее маркетинга и рассказывает, как поспеть за грядущими переменами. Эту книгу должен прочесть каждый управленец.

*Сунил Гупта,
профессор Гарвардской школы бизнеса*

«Квантовый скачок маркетинга» предлагает читателю взглянуть на будущее рынка глазами провидца, прислушаться к советам маркетолога мирового уровня и ознакомиться с повествованием от лица творческого гения. Эта книга позволит любому настоящему или будущему маркетологу взглянуть на рынок с самой выгодной позиции — с позиции гуру маркетинга.

*Девика Булчандани,
бывший президент рекламного агентства McCann в Северной Америке,
генеральный директор международного
агентства по рекламе, маркетингу и связям с общественностью Ogilvy*

*Посвящается моему духовному гуру
Шри Паракале Свами*

Оглавление

ВСТУПЛЕНИЕ	19
ВВЕДЕНИЕ	21
ГЛАВА 1. ИСТОРИЯ МАРКЕТИНГА	27
ГЛАВА 2. ПЯТАЯ ПАРАДИГМА	42
ГЛАВА 3. НАЧИНАЕМ ВСЁ С НУЛЯ	51
ГЛАВА 4. ОКЕАН ДАННЫХ	64
ГЛАВА 5 ИИ	82
ГЛАВА 6. БОЛЬШОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗРЫВ	95
ГЛАВА 7. БЛОКИРУЕМ СТРАХ ПЕРЕД БЛОКЧЕЙНОМ	114
ГЛАВА 8. НАУКА В ПОМОЩЬ	123
ГЛАВА 9. ПЯТЬ ЧУВСТВ	134
ГЛАВА 10. НОВОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ЛОЯЛЬНОСТИ	146
ГЛАВА 11. РЕКЛАМА МЕРТВА!	157
ГЛАВА 12. Я – ЛИЧНОСТЬ, А НЕ «ПОТРЕБИТЕЛЬ»	166
ГЛАВА 13. ПРОДАЁМ ПРОДУКТЫ КОМПАНИЯМ И КОМПЬЮТЕРАМ	176
ГЛАВА 14. СИЛА – В ПАРТНЁРСТВЕ	184
ГЛАВА 15. БЕЗ МИССИИ – НИКУДА	195