



ИГОРЬ КОЗУЛЯ, НИКОЛАС КОРО, СЕРГЕЙ ПАВЛОВ

МАРКЕТИНГ ДРАКУЛЫ



МОСКВА
2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВМЕСТО ЗАНУДНО-АКАДЕМИЧЕСКОГО ПРЕДИСЛОВИЯ	9
Айхмофобия	11
Аэрофобия	14
Аэтатемофобия	17
Базистазифобия	20
Библиофобия	23
Бромидросифобия	26
Булимифобия	29
Венустрафобия	31
Вербофобия	34
Вермифобия	36
Винофобия	39
Гарпаксофофобия	41
Гиалофобия	44
Гипертрихофобия	47
Дисморфофобия	50
Дисабиллофобия	53
Доксофобия	56

Евресифобия	58
Жиголофобия	61
Зевсофобия	63
Зоофобия	66
Иатрофобия	68
Ипохондрия	70
Иофобия	72
Ихтиофобия	74
Карнофобия	77
Катоптрофобия	79
Коулрофобия	82
Лаканофобия	85
Липофобия	87
Лиссофобия	90
Магейрокофобия	92
Макрофобия	95
Меланофобия	97
Метеорофобия	102
Никтофобия	105
Номофобия	108
Нуклеомитуфобия	111
Одонтофобия	114
Ольфактофобия	116
Охлофобия	118

Педиофобия	121
Пениафобия	124
Плакофобия.	127
Плутофобия.	130
Радиофобия.	133
Рипофобия	136
Селенофобия	140
Социофобия	144
Стенофобия.	147
Сциофобия	150
Термофобия	153
Топофобия	156
Тредекафобия.	159
Урофобия	162
Фебрифобия	165
Фенгофобия	168
Фиофобия.	171
Херофобия	174
Хроматофобия	177
Цидофобия	180
Чеймофобия	182
Шпионофобия	184

ЫЫЫ... ТЕРАТОФОБИЯ	187
ЭЛЕКТРОФОБИЯ	189
ЭРГОФОБИЯ	192
ЮТУБОФОБИЯ	195
ЯПОНОФОБИЯ	198
КНИГИ О ФОБИЯХ И СТРАХАХ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ	200
СЛОВАРЬ	202

ВМЕСТО ЗАНУДНО-АКАДЕМИЧЕСКОГО ПРЕДИСЛОВИЯ

Посвящается всем фобиям, которые в нас жили, живут или собираются поселиться! И тем, кто приручил их, сделав эффективным инструментом маркетинга и брендинга!

El sueño de la razón produce monstruos.

Сон разума рождает чудовищ.

(Испанская поговорка и фабула
известного офорта цикла «Капричос» Франсиско Гойя)

Задумывались ли вы о том, что наша цивилизация, со всеми ее величайшими технологическими прорывами и благами, основана на... лени? А точнее — вечной борьбе человеческой мысли с нашей ленью! Все наши изобретения нацелены на оптимизацию ничегонеделанья. Нам понадобились колеса и повозки, чтобы легче передвигать накопленное, мы придумали писать письма, потому что это проще, чем доставлять новость лично, а далее телефон, радио, самолет, машина, телевизор, мобильники... Обещая что-либо сделать за нас самих, можно продать все что угодно, если бы не одно НО. И это НО — обычный страх, который один способен победить лень и побудить нас сделать даже то, чего совсем не хочется.!!!

А это значит, что продать все и всем можно с помощью основных человеческих пороков — лени и страха? Получается, что главные человеческие пороки (объективности ради, добавим к лени и страху еще парочку китов мироздания современной

цивилизации – жадность и себялюбие), если мы о товарно-денежной основе нашего существования говорим, и есть основы маркетинга? Точнее, брендо-ориентированного маркетинга? Да уж, вопрос! Вопрос под стать яйце-куриной первичности! Но если можно сколь угодно долго ломать копыя о первичности происхождения курицы или яйца, то с появлением страха всё понятно.

Страх возник одновременно с первыми живыми организмами, имеющими самую примитивную нервную систему, более полумиллиарда лет назад! И так же, как эволюционировала жизнь на планете, – страх рос и ширился. Его липкие щупальца с каждым новым периодом развития все плотнее окутывали «податливые» мозги, поселяясь навечно в укромных уголках. Так что – хотите вы или нет – вам по наследству от предков уже перепал вот такой «страшный подарок». Сейчас произошел переворот в отношении к страху: люди перестают стесняться его и даже готовы его демонстрировать; а потребительский рынок созрел для удовлетворения всякой фобии.

Страшное таит обещание, страх будит любопытство – и покупатель охотно клонет на то, чего боится. Сегодня для устранения или нейтрализации фобий используется не более 10 % торговых предложений. Хотя обмен взаимовыгоден: фобия покупателя приглушается, а ваш доход растет.

Эта книга для маркетологов, специалистов по продажам, руководителей компаний и всех тех, у кого есть хоть одна фобия. Читайте, смейтесь или холодейте от страха – а главное, помните, что все великие люди страдали от фобий, но это им чаще помогало, чем мешало. Приятного и увлекательного вам чтения!

Искренне ваши авторы:

*Игорь Козуля,
Николаас Корр,
Сергей Павлов*

А

АЙХМОФОБИЯ

В ходе осмотра места происшествия было установлено, что смерть наступила в результате удара головой в области височной кости об острый твердый предмет, возможно, об угол стола.

Стандартный полицейский отчет

Айхмофобия — страх острых предметов
(не путать с острым умом, языком и перцем)

Аналогичные страхи:

Энетофобия — навязчивая боязнь булавок

Трипанофобия — боязнь уколов

Так уж сложился человеческий быт, что большинство окружающих нас поверхностей соединяются под прямым углом. Боль от столкновения с раскрытой дверцей кухонного шкафчика или углом мебели долго помнится, а шишки и синяки располагают к детективному расследованию. А болевые ощущения, когда мизинцем ноги — да об угол плинтуса, ох... даже при воспоминании будоражат, провоцируя замирание сердца. Как говорится, обжегшись на молоке, дуешь и на воду. И начинаешь каким-нибудь самобытным способом пытаться защищаться! То скатерочку постелешь, то уголок напильником закруглишь и пр. Правда, обычно без некоего ущерба для дизайна предмета данная опция не проходит! С каким удовольствием в свое время мы встретили инновацию «ИКЕА» — безопасные декоративные насадки! Какому количеству малышей эта незамысловатая вещица спасла здоровье, а может, и жизнь! И современные изготовители мебели,

как бы осознав, что выпускают «оружие массового поражения», стали делать закругленные формы... правда, постепенно забывая акцентировать на этом внимание при продажах.

Тсс! Вы слышите грозный окрик бабушки: «Не лезь в розетку и положи на место спицы!» А помните сказку про острое веретено, которое так мощно усыпило царевну, что только нескромный поцелуй принца заставил ее вновь открыть глаза? А кому из нас не запомнились первые уколы, когда с актерским пафосом медицинская сестра выпускала фонтанчик из острой иглы и вовсе не успокаивающе говорила: «Не вертись, а то больно будет!» И ты, напрягая ягодицы, замирал, втихаря покусывая губы, чтобы не вырвалось предательское «ай!».

Ну а станки с опасными лезвиями? Мы знаем людей, которые не бреются из-за боязни пораниться этим маленьким, но крайне острым предметом. А в скольких триллерах в податливую плоть с размахом входили парикмахерские ножницы, и даже шариковая ручка в руках киллера превращалась в смертельное оружие.

Но, как показал опыт «ИКЕА», острые углы можно закрыть. И пугающие с детства шприцы уходят в прошлое: изобретен инсулиновый шприц — ручка многоцветного использования со специальными картриджами, исключая болевые ощущения. Ножницы тоже пережили волшебное превращение — появились пластмассовые законцовки (есть модели и для детей), да и делать их стали не только из металла. Лезвия убираются в безопасные кассеты и бреют гораздо лучше (жаль только, это опять новации зарубежного производства). Даже самые опасные инструменты — бензопилы, циркулярки, электроножи — ориентированы теперь на максимальную безопасность.

Итак, используйте айхмофобию: применяйте приспособления для защиты от острых углов и концов, продавайте идею комфортного взаимодействия с самыми опасными инструментами.

ЧТО МОЖНО ПРОДАВАТЬ С ПОМОЩЬЮ УТП
УТРИРОВАННОЙ АЙХМОФОБИИ:

1. Попробуйте самостоятельно составить список товаров и услуг современного рынка рекламы, торговых предложений, где уникальное торговое предложение (УТП) основано на этой фобии.
2. Попробуйте представить, как, акцентируя внимание на этой фобии, можно привлечь внимание покупателей к вашему товару или услуге.

Если в процессе выполнения этих заданий вам вдруг самим стало страшно, то перечитайте вышеприведенный текст и выпишите любезно предложенные авторами разъяснения, почему этого вообще не стоит бояться.

АЭРОФОБИЯ

Благодаря авиаперелетам начинаешь выглядеть в точности как твое фото в паспорте.

Эл Гор

Аэрофобия — страх полетов

Аналогичные страхи:

А к р о ф о б и я — страх высоты

М е х а н о ф о б и я — страх машин

Г о д о ф о б и я — страх путешествий

Еще отец русской авиации Н. Е. Жуковский более века назад говорил: «Человек полетит, опираясь не на силу своих мускулов, а на силу своего разума!» Но то ли сила мысли нас подводит, то ли в дело вмешивается несчастный случай — самолеты падают, а журналисты подробно описывают обстоятельства очередного крушения, доводя нас до животного ужаса. Зафиксированы новые угрозы безопасности полетов: терроризм, использование списанных самолетов, недоученные летчики, пилоты-самоубийцы, а то и военные ракеты...

А теперь соотнесите эту информацию с собой, своим предотпускным или предкомандировочным настроением. Вот вы с большим трудом и таким же большим чемоданом добрались до аэропорта. Неопытных пассажиров пугает само это необъятное пространство с быстро меняющимися данными на табло, сложными обозначениям, бесконечными объявлениями. И когда позади останутся все препоны и тревоги, включая уехавший наконец и, может быть, навсегда чемодан, неприветливые лица родной таможни, пытающейся найти вас в списках должников или преступников, чтобы запретить выезд, и аналог стриптиз-шоу для прохода в заветный зал ожидания — вы сталкиваетесь с воплощенным пророчеством Нострадамуса: «Железные птицы устремятся в полет и своим ревом будут наполнять про-

странство». Испытывая вполне естественное беспокойство, вы пытаетесь заглушить страх алкоголем. Вы направляетесь на посадку, и хорошо, если подогнали «рукав», а то, когда на низком автобусе лавируете между самолетами и останавливаетесь у своего надрывно гудящего движками борта, немедленно развивается фонофобия (боязнь громких звуков) и мегалофобия (страх больших предметов). Они (это мы про новообетенные фобии) уже стали вашими верными спутниками, прибавившись к страху полета. Слабонервным категорически запрещено обращать внимание на ряд деталей (особенно у российских авиакомпаний), которые могут выдать реальный возраст самолета. А мучения ваши между тем не закончились: стюардесса рассказывает про поведение в случае аварийной ситуации — и у вас почти отключается сознание...

Что, дорогие читатели, ИСПУГАЛИСЬ?! Но обратимся к статистике. Дрожащими пальцами на планшете вы ищете данные о безопасности транспорта и при этом проклинаете себя, что не поехали автомобилем или поездом, — и тут вас ждет грандиозное разочарование: самолет оказывается самым безопасным видом транспорта. Вы не поверите, какое огромное количество высококвалифицированных специалистов рассчитывали каждый авиационный элемент, сколько лет модель, чтобы выйти в серию, тестировалась в самых жестоких и ненормальных условиях, специально загонялась в штопор, садилась в полный туман или снегопад, планировала с выключенным двигателем!

«Тогда почему так страшно?» — постукивая зубами, спросите вы. Ну, наверное, оттого, что более 90 % пассажиров, оказавшихся на борту, не могут внятно объяснить себе — хотя бы на уровне школьной программы, — почему «самолеты летают, а крыльями не машут». Не будем вдаваться в азы аэродинамики, рассказывая про подъемную силу на крыле и прочие открытия технически подкованного человечества. Скажем честно: сами очень боимся летать.

Так что же делать маркетологу в такой ситуации?

Конечно, первый выбор, который напрашивается, — повышение скорости и комфорта перевозок РЖД при разумных ценах. Хотя чем больше скорость — тем, кажется, стремительнее воз-