Егор Апполонов

Дофаномика

Инструкция
по управлению
вниманием,
эмоциями

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

МИФ

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

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

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

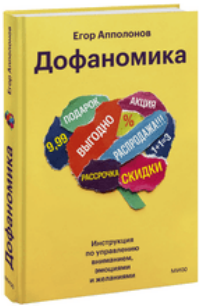
Часть III. Эмоциональная архитектура: от чувства к катарсису и позиционированию 177
Эмоции: инструмент продаж 178
Катарсис через эмоциональный оргазм 204
Управлять эмоциями: «Престиж» 215
УЭП: уникальное эмоциональное предложение 221

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

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

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа



Почитать описание и заказать в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:

МИФ