



" Маркетинг территорий -
гей френдли.
Не наш опыт"



Николас Коро



Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Дамы и господа!
Если кому то из Вас
ещё нет 18 лет...



Просим покинуть
зал в связи с...

...законотворческими
инициативами
г-жи Мизулиной и
г-на Милонова...

вступившими в силу.



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Мы будем говорить о тех, кого сливает
наша страна, а если точнее – о тех
деньгах, которых наша страна готова
лишиться!

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



И что за «зверь» такой – ЛГБТ ?

И надо ли учитывать их покупательские
способности?



И не слишком ли
тема сравнимая с
тонким льдом на
который ступать
надо с
осторожностью?

И вообще...?!

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



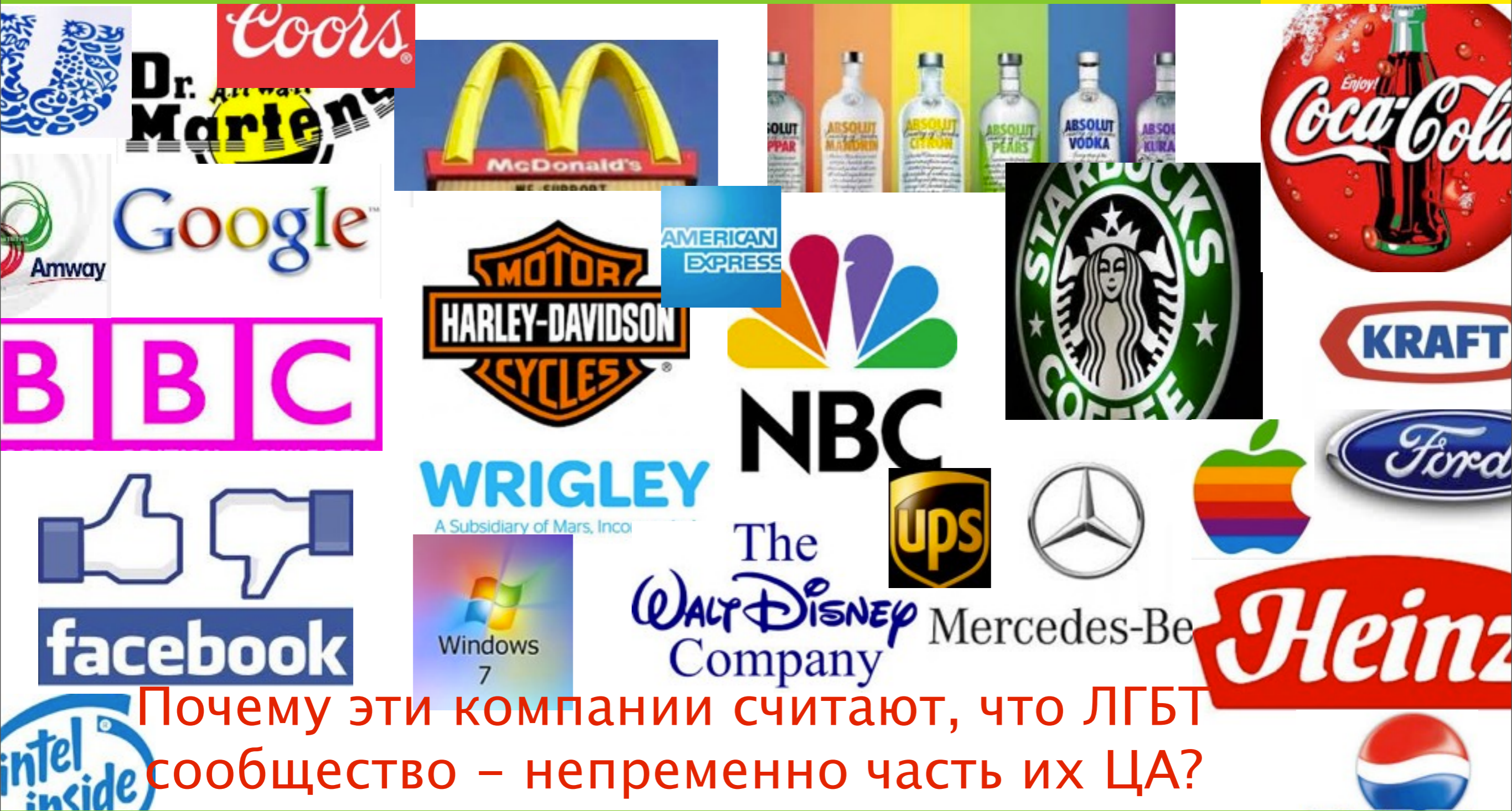
Ответ один!



8% от трудоспособного населения
нашей планеты

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Почему эти компании считают, что ЛГБТ сообщество – непременно часть их ЦА?

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Лояльность геев и лесбиянок в отношении конкретной марки при заказе в ресторане/баре/клубе алкогольных напитков (60%) по сравнению с 42% у гетеросексуалов



Лояльность геев и лесбиянок в отношении конкретной марки при заказе в ресторане/баре/клубе алкогольных напитков (72%) по сравнению с 38% у гетеросексуалов



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Почти половина (48%) геев и лесбиянок (взрослые) сообщают, что они хотели бы идти в ногу с последними стилями и направлениями моды, по сравнению с только 38% гетеросексуальных взрослых



В РФ (91%) геев и (37%) лесбиянок (взрослые) сообщают, что они хотели бы идти в ногу с последними стилями и направлениями моды, по сравнению с (74% - женщины и 26%-мужчины) гетеросексуальных взрослых



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Стереотип?

**Хорошо
едят**



**Хорошо
одеваются**

Маркетинговая действительность?

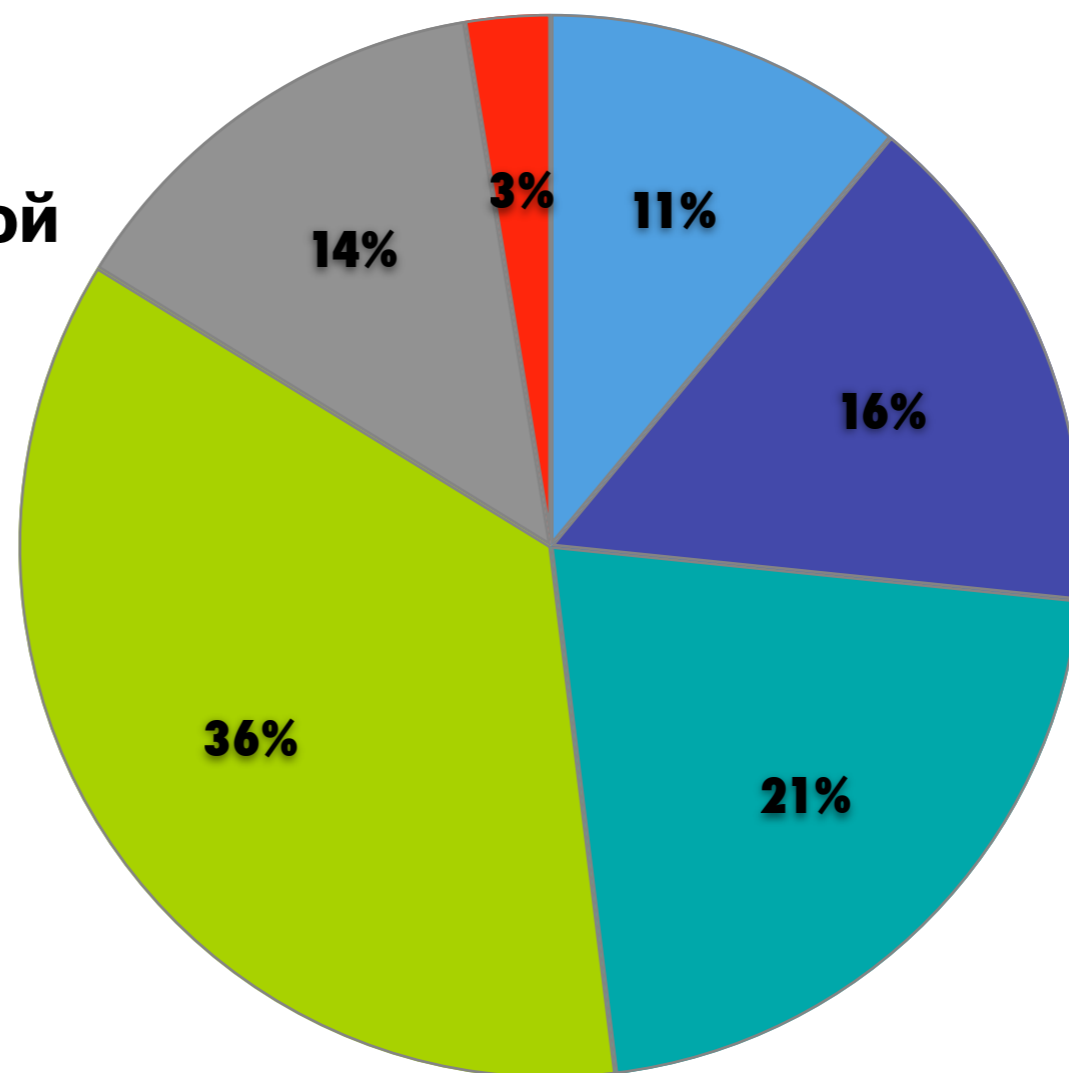
107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Москва; яппи-геи; 25-37 лет

Выезд за границу РФ в 2012г.
(среднее число поездок
аналогичной гетеросексуальной
аудитории 1,7 раз)



● 9-12 ● 6-8 ● 4-5 ● 2-3 ● 1 ● не ездил

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

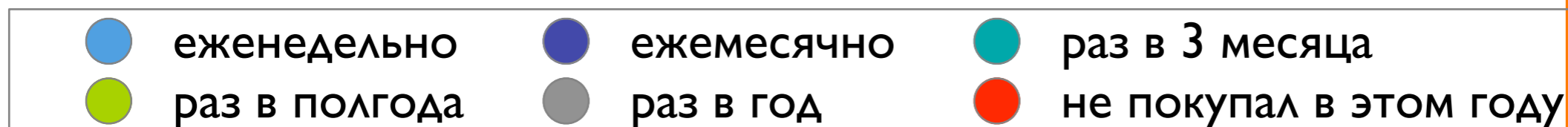
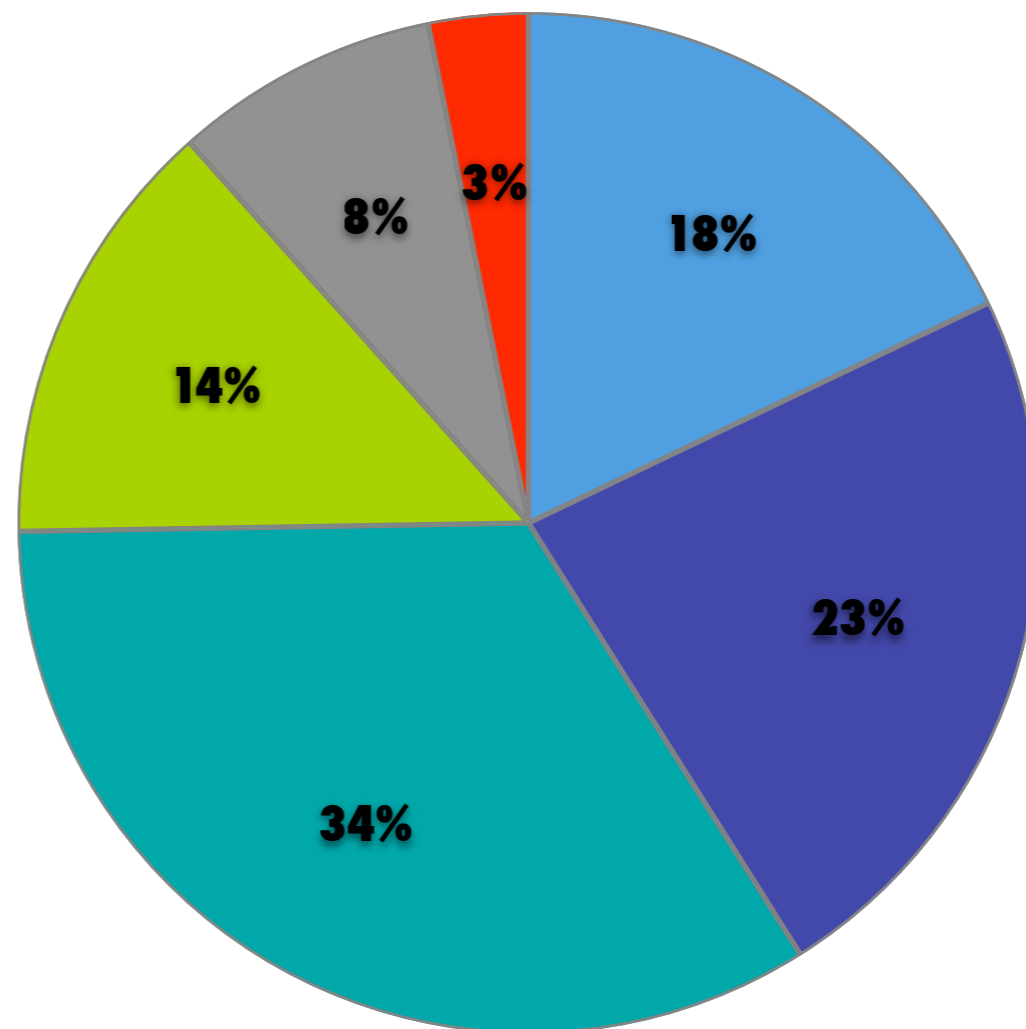
Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Москва; яппи-геи; 25-37 лет

Покупки (самостоятельные) предметов одежды/аксессуары гардероба в 2012г.

(среднее число покупок аналогичной гетеросексуальной аудитории 3,8 раз в год)



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Не политкорректный
маркетинговый цикл
мужской моды в
Москве и далее без
остановок...

Этап 1-й

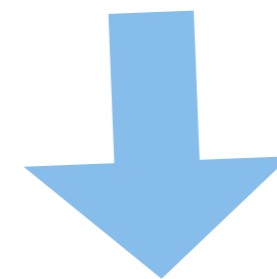
Следим за сменой стиля на раз=два-три

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Этап 2-й

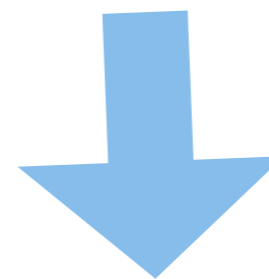


107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Этап 3-й



Дальше некуда...

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

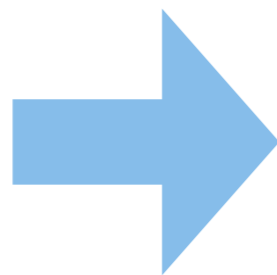
Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



СИСТЕМА: П-Х-Г

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



4-х летний
маркетинговый
цикл мужской
моды РФ

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Ирония

ENJOY RUGBY IN THE CAPITAL OF LOVE.
RUGBY WORLD CUP IN PARIS KICKS OFF IN SEPTEMBER.



Rendez-vous now on cestsoParis.com

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Игры в опечатку



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



**Siamo aperti
a tutte le famiglie.**



Прямой контент

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Адресная
социализация



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Корпоративная политика



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



От рока — до диско!»



ROCK TO DISCO MP3s

BIGPOND
MU

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Национальная политика

Soerates
WAS GAY

**BRAZIL
AGAINST
PREJUDICE**

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Home page | Who we are? | Why choose us | Contact

• Français • Deutsch • Português • Italiano • Español

IN ARGENTINA

nd wine regions

nd Varieties

IN ARGENTINA

Vinerias / Mountains

Clouds / Salta

La Rioja

es / Catamarca

to / San Juan

y Tourism

m In Argentina



Gay friendly tours in Mendoza!

Mendoza has become the new preferred touristic destiny for the gay community that visits South America due to its character of open and tolerant city. You can enjoy Mendoza's wines, an imposing landscape and the hospitality that only Mendocinians can offer.

VENDIMIA GAY FEST

Experience the pride of the Gay Vintage Fest with its abundant colors and meet new sensations in this hospitable province.

See

WEDDING IN FRIENDLY MENDOZA

Experience the most important moment of your life enjoying the beautiful landscapes of Mendoza and the hospitality of its friendly people.

See

OPEN MIND WINE TOUR

Mendoza is the birth place of Argentina's wines and one of the

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Argentina



Аргентина 2012



Bodegas de Argentina



Национальная
маркетинговая
политика
привлечения гей
туристов
250 000 000 не
рублей в год

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3

www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Над Канадой небо синее...



...меж берез дожди косые...

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



В одной только Канаде, это почти \$ 100 миллиардов рынка



**Ежегодная Неделя Гордости
Торонто привлекает более
1,2 миллиона участников и
зрителей**

**Участники тратят (на
продукты произведенные не
в провинции Торонто)
примерно \$ 43,2 млн. - \$ 40,5,
- в течение недельного
празднования,**

Казна получает \$ 21 100 000 налогов, собранных в провинции.

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Вчитаемся!

2120 L Street, NW
Suite 850
Washington, DC 20037
tel 202.887.0500
fax 202.887.5633
www.witeckcombs.com

How to Tap the \$743 Billion LGBT Market

Capturing Your Share of This \$743 Billion Market

Growing visibility of lesbian, gay, bisexual and transgender (LGBT) people, along with competition among companies for their share of this 16 million person segment, has turned a media trend into creative marketing strategies. Without question, brand loyalty, value and size of this coveted demographic make the opportunities too promising to overlook or mishandle.

It is for many of these same reasons that companies are interested in developing a practical strategy for the LGBT market. Witeck-Combs Communications has over 17 years of extensive experience in guiding the nation's top marketers through this terrain.

To help companies accomplish their business goals, we work closely with marketing, communications, sales and executive staffs to assess the marketplace and develop actionable strategies that will positively impact the bottom line.

LGBT Market Assessment Plan

Here is an outline of the strategic market assessment plan that Witeck-Combs Communications will develop and deliver on your behalf, tailored to your industry:



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



WITECK • COMBS
COMMUNICATIONS

**Цифры без учета:
РФ, Японии, Китая**

2120 L Street, NW
Suite 850
Washington, DC 20037
tel 202.887.0500
fax 202.887.5633
www.witeckcombs.com

How to Tap the \$743 Billion LGBT Market

Capturing Your Share of This \$743 Billion Market

Growing visibility of lesbian, gay, bisexual and transgender (LGBT) people, along with competition among companies for their share of this 16 million person segment, has turned a media trend into creative marketing strategies. Without question, brand loyalty, value and size of this coveted demographic make the opportunities too prominent to overlook or mishandle.

It is for many of these same reasons that companies are interested in developing a practical strategy for the LGBT market. Witeck-Combs Communications has over 17 years of extensive experience in guiding the nation's top marketers through this terrain.

To help companies accomplish their business goals, we work closely with marketing, communications, sales and executive staffs to assess the marketplace and develop actionable strategies that will positively impact the bottom line.

LGBT Market Assessment Plan

Here is an outline of the strategic market assessment plan that Witeck-Combs Communications will develop and deliver on your behalf, tailored to your industry:



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Восприятие образа зависит не от покупателя



Feel What You Want To Feel

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Восприятие образа
зависит не от
покупателя...
простите, случайный
кадр попал...
да и музей уже
закрыли в СПб

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Простите, опять не тот
кадр...
мы же про ЛГБТ
сообщество говорим...

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Почему кадр с лева – патриотизм, а кадр с
права – гомоэротика с элементами
педофилии?!

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Я голосую за Путина! Честно!



Жаль лишь, что музей закрыли...

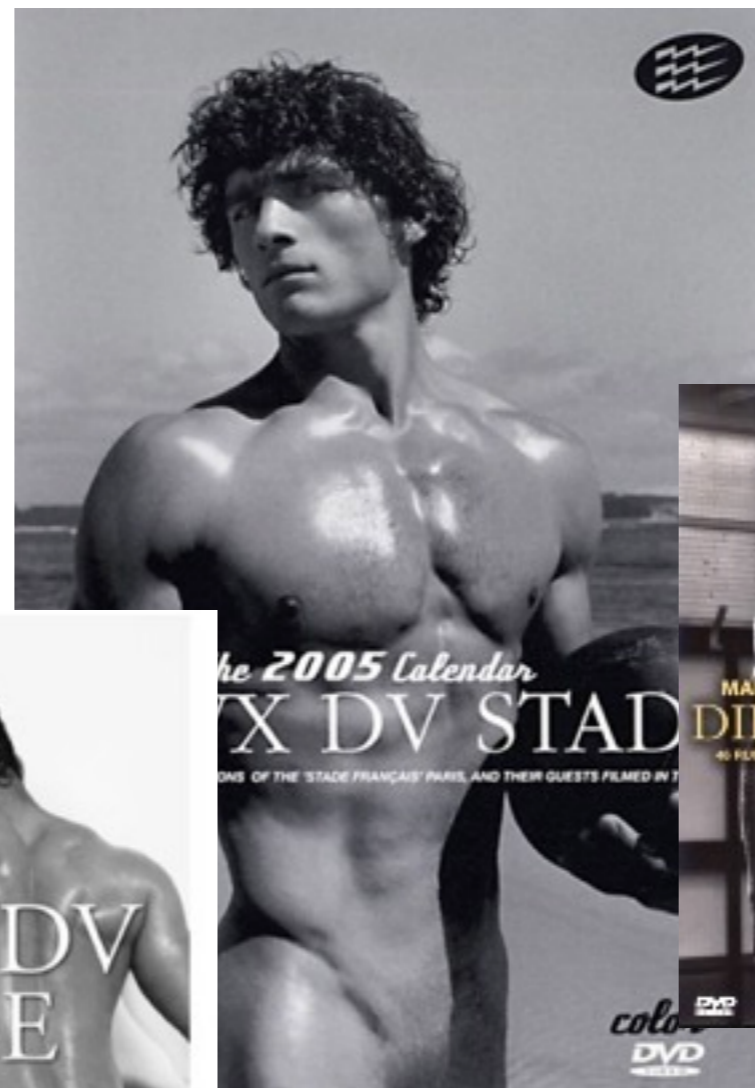
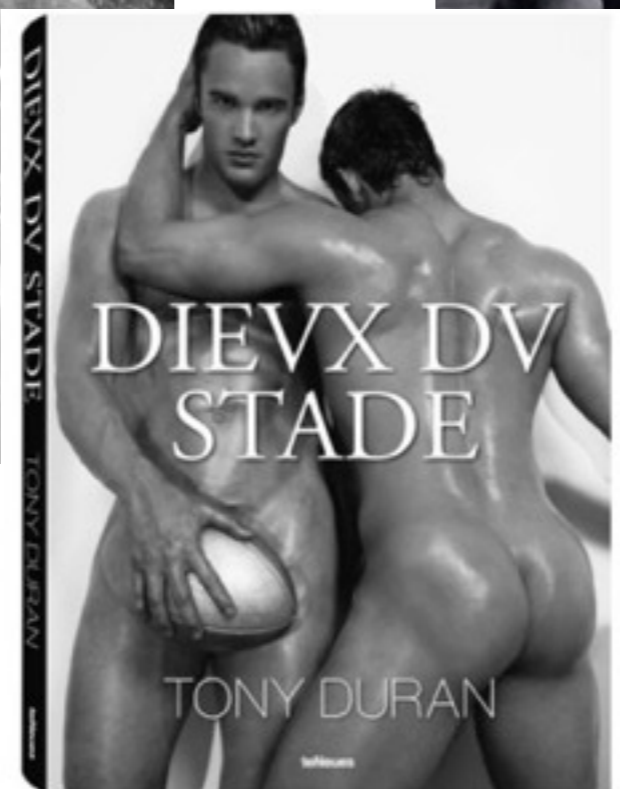
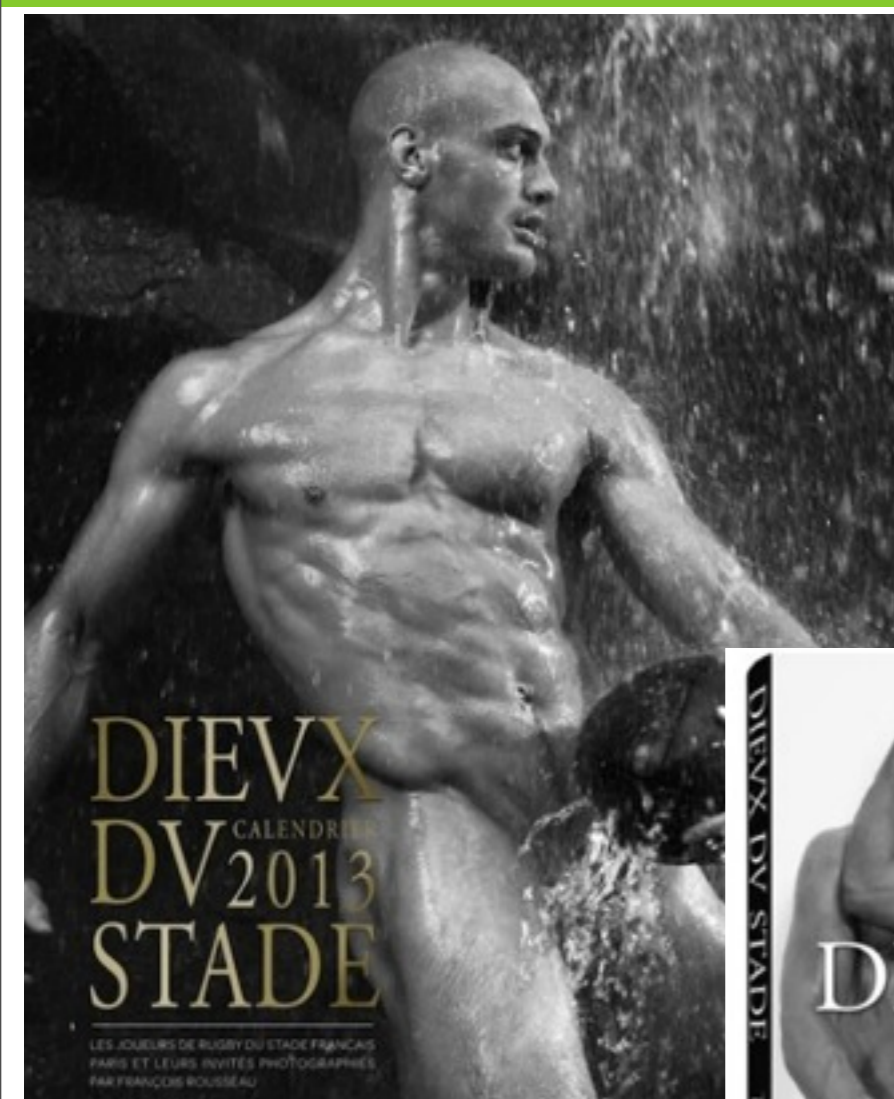
107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3

www.rcbb.ru

www.relandgroup.com

www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



**Боги стадиона –
проект
гетеросексуалов**

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



The screenshot shows the YouGov BrandIndex website. At the top, there is a navigation menu with links for Home, About, Countries, Articles, and Contact. A search bar is located on the right. Below the navigation is a large banner with the text "Tracking public perception of thousands of brands across the world every...". The main content area features an article titled "Most popular LGBT brands for 2013" by Ted Marzilli, dated Mon, 17/06/2013. The article includes a YouTube logo and text stating that YouTube has moved to number 1 in the top 20 ranking of the best perceived brands by the LGBT community, replacing the Android operating system. A sidebar on the right contains sections for "Articles", "Categories", "Latest Rankings", and a "Signup for our Newsletter" form.

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Сон разума рождает...

107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов

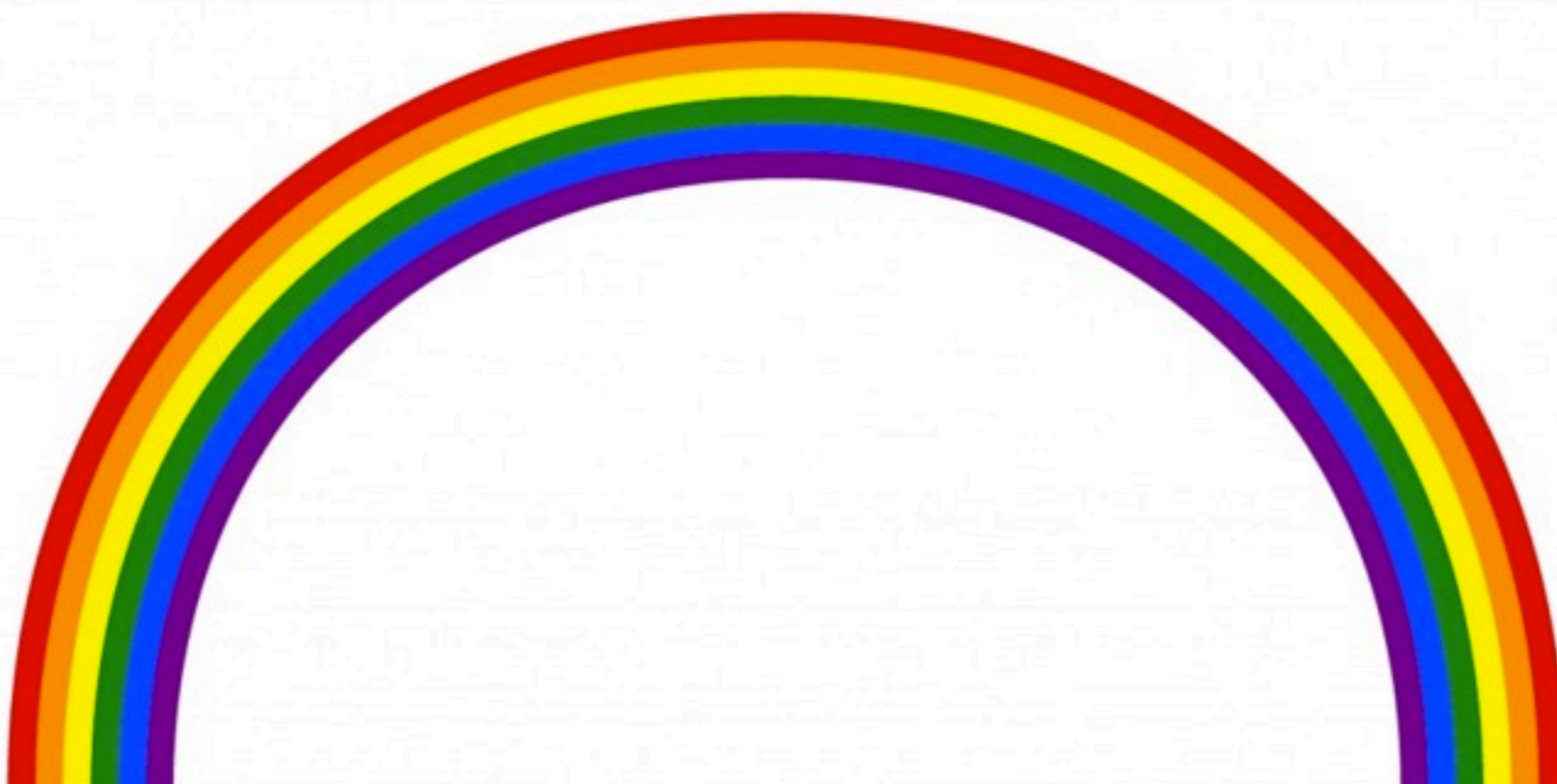


107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Леприкон – первый брендолог



107031 РФ., Москва, Столешников пер., д.7, стр.3
www.rcbb.ru www.relandgroup.com www.nkoro.ru

Дискуссионный клуб Гильдии маркетологов



Благодарю
за
внимание!



И за маркетинговые раздумья об убытках