



# ПОДКАСТЫ на английском

Для прослушивания подкаста, пожалуйста, загрузите аудиофайл:

<http://www.smartpodcaster.com/podcasts/Consumer-Psychology.mp3>

**Ad:** This Harvard Business IdeaCast is brought to you by Microsoft People Ready Enterprise Solutions. Does your enterprise software know how people really work? Go to [microsoft.com/peopleready](http://microsoft.com/peopleready).

**Реклама:** Спонсор подкаста Microsoft People Ready Enterprise Solutions. А ваше корпоративное ПО знает, как люди на самом деле работают? Подробности на [microsoft.com/peopleready](http://microsoft.com/peopleready).

**Host:** Hi! I'm Gardiner Morse, senior editor at Harvard Business with you. And I'm delighted to have John Quelch here with me today.

**Ведущий:** Здравствуйте! С вами в эфире Гардинер Морс, главный редактор "Гарвард бизнес". Рад представить вам своего сегодняшнего гостя – Джона Куэлча.

John's been a professor at Harvard Business School since 1979, and he's known worldwide for his research on global marketing and branding.

Джон занимает должность профессора в Гарвардской школе бизнеса с 1979 года и знаменит по всему миру своими исследованиями в области международного маркетинга и брендинга.

He is an author or editor of 25 books, most recently "Greater Good: How Good Marketing Makes for Better Democracy". He's also a prolific blogger, and frequent contributor to HBR. And has the lead article in our April issue.

Он автор и редактор 25 книг. Одна из последних – "Как хороший маркетинг содействует лучшей демократии". Он также активный блогер и автор статей в HBR. Его статья на первой полосе нашего апрельского выпуска.

It's called "How to Market in a Downturn", which we'll be talking about now. John, thanks for joining!

Она называется "Маркетинг в условиях кризиса", о чем мы и поговорим. Джон, спасибо, что пришли!

**John Quelch:** Thanks very much, Gardiner.

**Джон Куэлч:** Спасибо, что пригласили, Гардинер.

**Host:** There are two broad issues that we want to get at. The first is consumer psychology in recession. The second is how does an understanding of that psychology inform marketing strategy?

**Ведущий:** Я хотел бы обсудить два больших вопроса. Первый – это психология потребителя во время кризиса. Второй – то, как понимание этой психологии влияет на

So let's start with consumer psychology. Understanding what makes consumers tick – companies have been paying attention to this forever. What's different now?

**John Quelch:** A thing that's different this time is the potential length and depth of this recession. In the recent consumer confidence index report the key indicator fell to 25.

That is the lowest it has been since the consumer confidence index was launched over 40 years ago.

So, this is a very, very tough downturn. And I think that the behaviors that consumers may have used in previous downturns to navigate their way through their short-term problems may not be a sufficient guide this time to what is gonna happen in this particular recession.

**Host:** Now, in the article you suggest that the traditional ways that companies segment their customers, maybe by life-style demographics, aren't necessarily as relevant as segmenting them according to their emotional reaction to the downturn. Can you talk about the four ways that you suggest segmenting customers psychologically?

**John Quelch:** Yes. I'd say, first of all, to preface that, that the segmentation scheme that you've been using prior to the recession is obsolete, and that most companies need to go out and retalk to their customers and reframe their segmentation approach.

In the paper what we say is that we've identified four types of consumer groups. The first group is a group that we call "slam on the brakes".

маркетинговую стратегию. Давайте начнем с психологии потребителя. Понять особенности поведения потребителей – компании всегда уделяли этому особое внимание. Что изменилось сейчас?

**Джон Куэлч:** Перемены сегодня вызваны потенциальной длиной и глубиной экономического спада. По последним данным основной показатель индекса доверия потребителей упал до отметки "25".

Это самый низкий уровень индекса доверия потребителей со времени его появления 40 лет назад.

Так что нынешний кризис очень, очень тяжелый. Думаю, что модели поведения потребителей, к которым они прибегали во время предыдущих кризисов для решения своих краткосрочных проблем, окажутся неспособны объяснить то, что произойдет во время этого кризиса.

**Ведущий:** В статье Вы предполагаете, что обычные способы сегментирования потребителей компаниями, например, по стилю жизни, необязательно настолько же релевантны, как сегментирование по их эмоциональной реакции на кризис. Расскажите о 4-х психологических критериях сегментирования потребителей, которые вы предлагаете.

**Джон Куэлч:** Хорошо. Прежде всего, хочу сказать, что прежние методы сегментации, которыми пользовались до спада, уже устарели. Большинству компаний нужно заново обратиться к своим клиентам и изменить свой подход к сегментации.

В книге мы описываем выявленные нами четыре типа групп потребителей. Первую группу мы называем "по тормозам".

## Инструкции для покупки полной версии

Полный транскрипт и перевод этого и 4-х других подкастов стоит \$1-2.  
[от 35 до 70 рублей за все 5 в зависимости от оператора]

Для покупки загрузите файл

<http://www.smartpodcaster.com/transcripts/Harvard-Business-IdeaCast.zip.exe>

Открыв его, Вы увидите окно с инструкциями по оплате с помощью SMS.

**Registration**  
Используется технология SMS Activator. Узнать больше о технологии... ABC Ctrl+Enter

### Регистрация Транскрипты с переводом 5 выпусков подкаста Harvard Business IdeaCast

Этот файл перед запуском необходимо активировать по SMS. Обычно это занимает пару минут.

**Информация о регистрации**

Если Вы уже получили пароль, введите его здесь:

Ваше местоположение:  
Россия

Выбранный оператор: МегаФон

**Россия - МегаФон:**  
Для получения пароля, отправьте сообщение **dam 204450** на номер **3933**.  
Стоимость сообщения 60.00 рубль (без НДС).  
Пароль придет в ответном сообщении.

**Внимание!** Обратите внимание на формат сообщения, на пробел между словами.  
Все буквы в сообщении латинские. В случае ошибки в сообщении, услуга считается оплаченной.  
Список поддерживаемых операторов вы можете найти [здесь](#).

**Описание программы**

Название и версия: Транскрипты с переводом 5 выпусков подкаста Harvard Business IdeaCast  
Производитель: Подкасты на английском  
Описание exe-файла (рус): Транскрипты с переводом на русский 5 выпусков подкаста Harvard Business IdeaCast. Аудио: 1 час, текст: 40 страниц.  
Страница программы: <http://www.smartpodcaster.com/business.html>  
Support e-mail: [info@smartpodcaster.com](mailto:info@smartpodcaster.com)  
Адрес закачки: <http://www.smartpodcaster.com/transcripts/Harvard-Business-IdeaCast.zip.exe>

Пароль, который придет в ответном SMS-сообщении, необходимо ввести в первое поле и нажать кнопку "Продолжить", после чего файл откроется.

Если у Вас возникли проблемы с оплатой, пишите нам на [info@smartpodcaster.com](mailto:info@smartpodcaster.com)