



Первый Балтийский форум по проблемам  
менеджмента spa&wellness и эко-направлений

РАЗВИТИЕ РОССИЙСКИХ  
SPA&WELLNESS  
И ЭКО-ПРОЕКТОВ

**WNW**

НАПРАВЛЕНИЯ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

«Welcome New World»

«Wellness Nord West»

ОБЪЕДИНЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛОВ  
SPA&WELLNESS И ЭКО-НАПРАВЛЕНИЙ  
БАЛТИЙСКОГО РЕГИОНА

«Wellness New Wave»

ИННОВАЦИИ В ТЕХНОЛОГИЯХ  
КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

«Welcome Nord West»

ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ  
ОПЫТА РЕЛИЗАЦИИ  
РЕКРЕАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ  
СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ





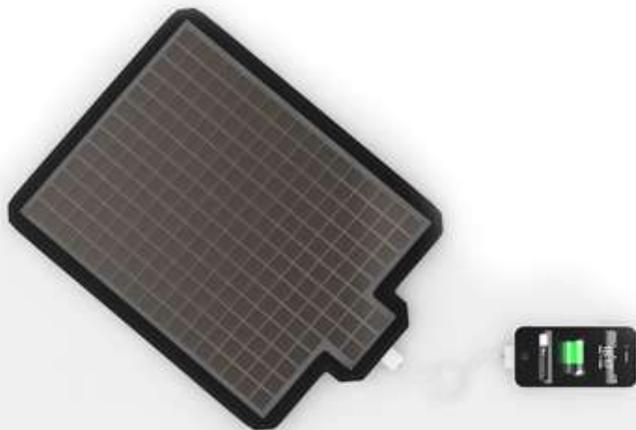


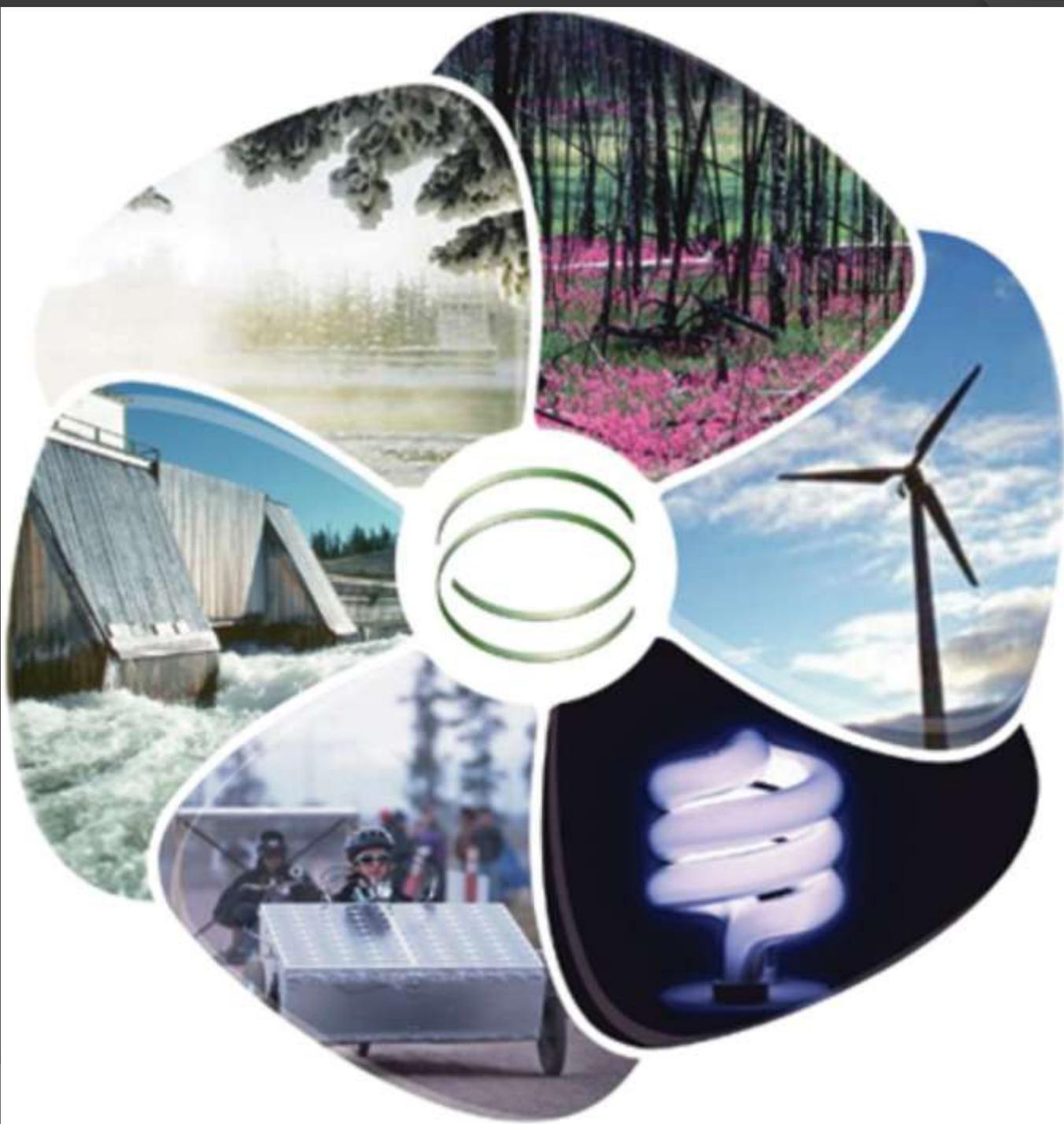


## БАТАРЕЯ, КАК НОВЫЙ СИМВОЛ СТРУКТУРИРОВАНИЯ ВРЕМЕНИ

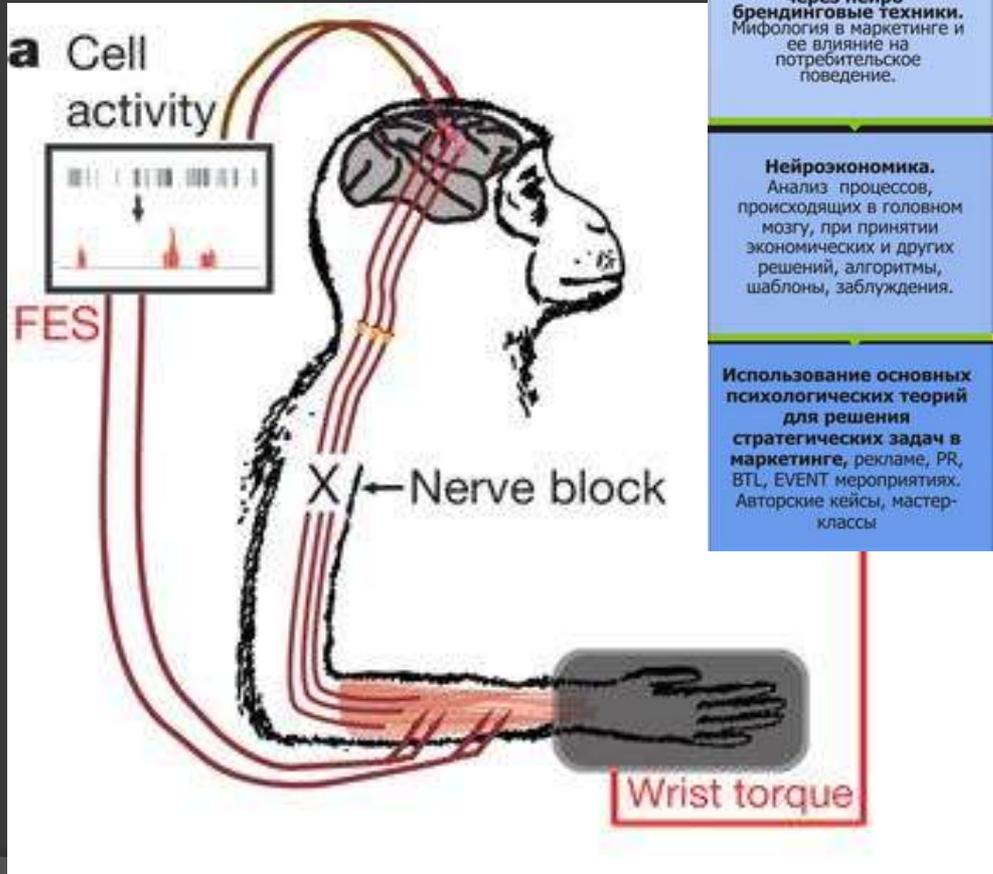
Нанотехнологии должны принести в нашу жизнь, не только новые удобства и развлечения, но и новый стиль использования времени. Экологичность этой батареи проявляется не только в том, что она использует солнечную энергию.

Привычка проводить некоторое время на улице, в парке – потому, что надо выйти и зарядить батарею может лечь в основу в нового вида досуга, который условно можно назвать – «Время для солнца».









Научная основа: нейро-наука	Инновационный маркетинг в брендинге и рекламе	Инновационный маркетинг в Ритейле и Архитектуре	Инновационный маркетинг в Интернете
<p><b>Психофизиология как инструмент, воздействующий на бессознательное.</b> Бренды как психоактивные вещества для современного потребителя.</p>	<p><b>Современные методы ребрендинга через нейробрендинговые техники.</b> Особенности формирования конкурентноспособного бренда.</p>	<p><b>Новое восприятие пространства в торговой архитектуре.</b> Механизмы, влияющие на восприятие пространства и методы воздействия на пять органов чувств.</p>	<p><b>Бренды уходят в сеть.</b> Решения и практические инструменты для повышения эффективности продуктов массовых коммуникаций, правила построения рекламных материалов для эффективного преодоления барьеров восприятия.</p>
<p><b>Оценка и управление процессами, влияющими на поведение человека, через нейробрендинговые техники.</b> Мифология в маркетинге и ее влияние на потребительское поведение.</p>	<p><b>Сенсорный брендинг:</b> определение каналов сенсорного восприятия и методы воздействия на принятие решения о покупке. Методы воздействия на неосознаваемые аспекты мышления, влияющие на потребительский выбор. Практикум</p>	<p><b>Эффективный мерчендайзинг: управление желанием купить.</b> Правила создания эффективной концепции в торговой архитектуре: Визуальный образ и цветовое кодирование. Практикум по авторским методикам.</p>	<p><b>Эффективные методы и способы психологического воздействия на потребителя.</b> Психотехнологии, нетрадиционная реклама и PR-инструменты. Практикум.</p>
<p><b>Нейроэкономика.</b> Анализ процессов, происходящих в головном мозгу, при принятии экономических и других решений, алгоритмы, шаблоны, заблуждения.</p>	<p><b>Управление продажами.</b> Новая психология продаж и принципы создания торговой марки на основе потребительских ожиданий, мотивационной структуры, формирование карты потребностей</p>	<p><b>Как заставить торговое пространство работать на 100%.</b> Особенности внутреннего оформления с целью максимального воздействия на все репрезентативные входы потребителя. Практикум.</p>	<p><b>Интерактивный маркетинг влияния.</b> Интегрированный подход, управление, расчёт эффективности. Психологический таргетинг для эффективных продаж в Интернете.</p>
<p><b>Использование основных психологических теорий для решения стратегических задач в маркетинге, рекламе, PR, BTL, EVENT мероприятиях.</b> Авторские кейсы, мастер-классы</p>	<p><b>Управление потребительским поведением через продукты коммуникаций.</b> Авторские кейсы, мастер-классы.</p>	<p><b>Алгоритм приведения магазина к максимальной привлекательности для инвестора.</b> Способы увеличения оборота с минимальными затратами. Авторские кейсы, мастер-классы.</p>	<p><b>Маркетинговые стратегии в Интернете.</b> Современные инструменты для внедрения краткосрочных и долгосрочных стратегий присутствия в Интернете. Авторские кейсы, мастер-классы.</p>



[www.ismss.ru](http://www.ismss.ru)