



TARTU ÜLIKOOL

ERISTU võĩ SURE!



FOTO: Jelena Rudi; Elu24.ee

VS

?

Andres Kuusik PhD

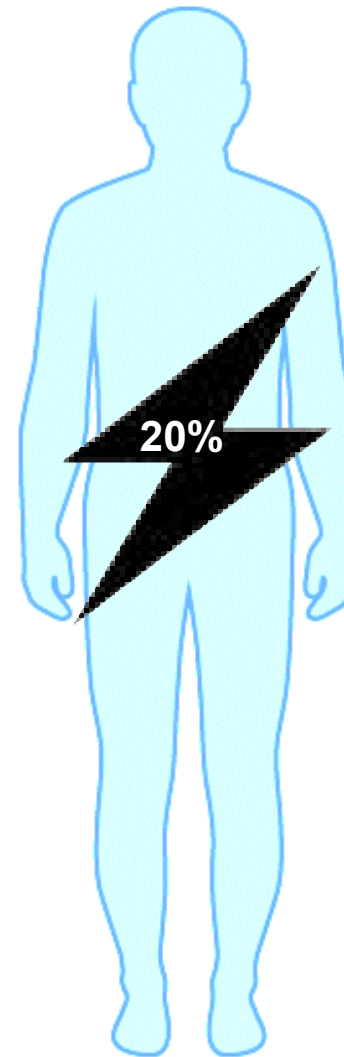
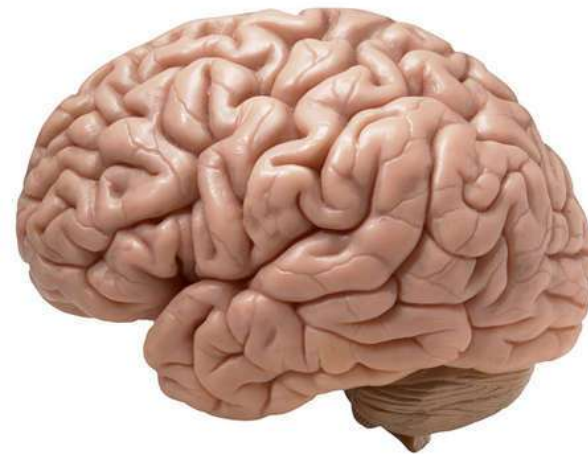
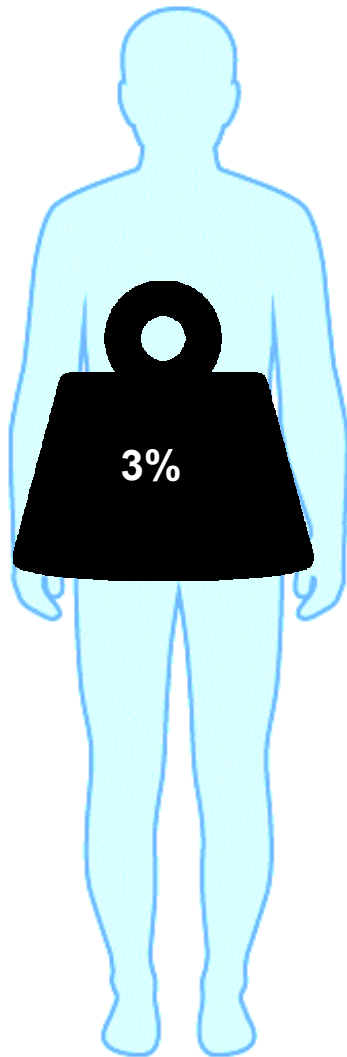
17.04.2019



TARTU ÜLIKOOL

MIKS ERISTUDA?

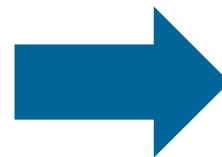




**Aju on kognitiivne
koonerdaja**



Aju on valiv



Tuttav

Uus/eriline

Eesmärgipärane

Väärtustega sobiv

Lihtne

Emotsionaalne



TARTU ÜLIKOOL

Tuttav on lihtne ja turvaline



Rohke eksponeerimise efekt - mida rohkem me stiimulit märkame, seda suurema tõenäosusega ta meile meeldib.

Uus/eriline



Oht

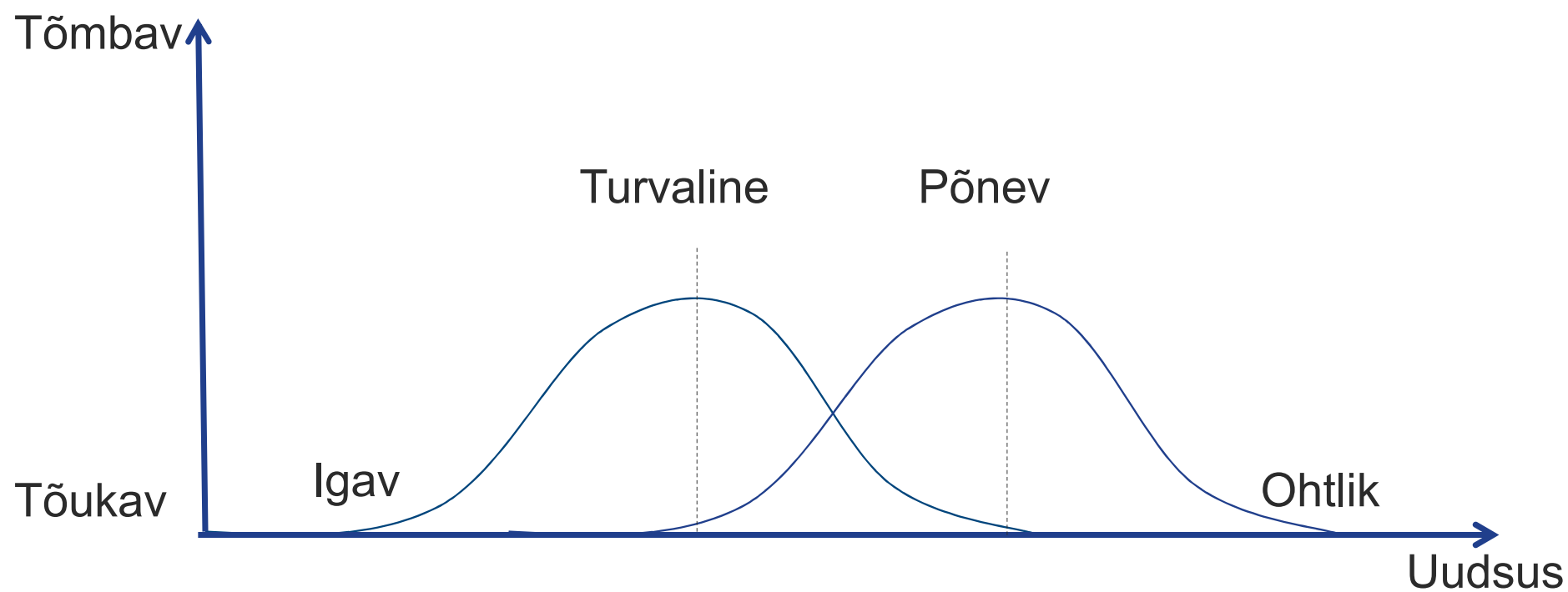


Areng, preemia



Ootuste mitte täitumine







Eesmärgipärane





TARTU ÜLIKOOL

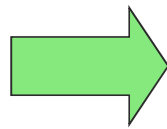
Eesmärgipärane



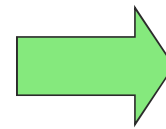


Väärtustega sobiv

**Attributes
of product**



**Consequences
of experience**



**Values
attained**



TARTU ÜLIKOOL

Lihtne



1 SÕNUM KORRAGA

Asjatundjatele. Soodsalt

DAHL



wavin

Ø = 110-160 mm
h = nagu vaja

Komplekteeritav
kanalisatsiooni-
kaev, 315 mm

KUNI

-42%



magnoplast
Plastic Pipe Solutions

Ø = 110-200 mm
L = 1000-6000 mm

Väliskanalisa-
tsiooni toru
NAL COEX

KUNI

-45%



evopipes

dn = 20-50 mm

PEM joogivee-
toru

KUNI

-43%

kampaania.dahl.ee

Peterburi tee 90b

Vajalik ühisveevärgi- ja kanalisatsioonivõrguga liitumiseks

Asjatundjatele. Soodsalt

wavin



Ø = 110-160 mm
h = nagu vaja

Komplekteeritav
kanalisatsiooni-
kaev, 315 mm

KUNI
-42%

magnoplast
Solutions



Ø = 110-200 mm
L = 1000-6000 mm

Väliskanalisa-
tsiooni toru
NAL COEX

KUNI
-45%

evopipes



dn = 20-50 mm

PEM joogivee-
toru

KUNI
-43%

kampaania.dahl.ee **Peterburi tee 90b**

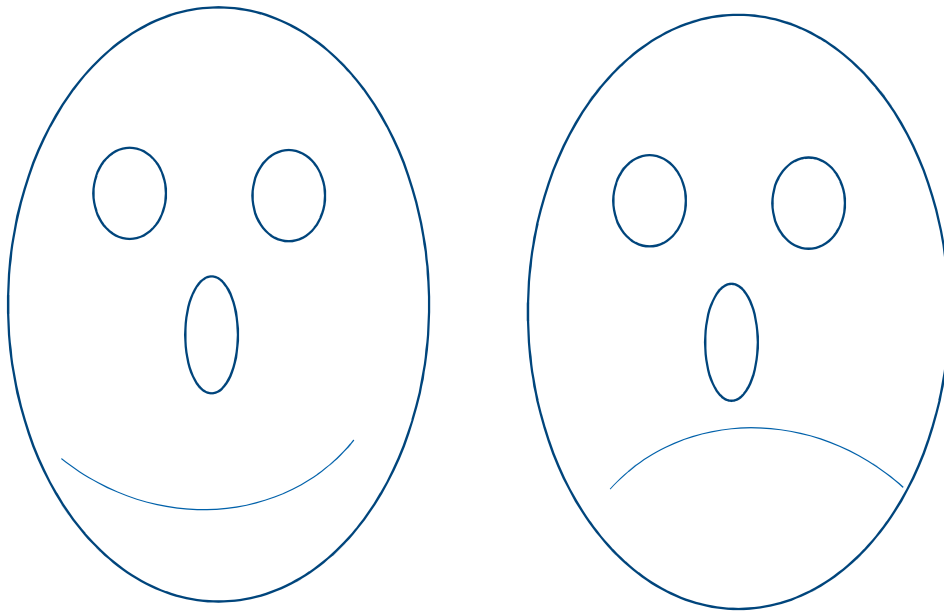
Vajalik ühisveevärgi- ja kanalisatsioonivõrguga liitumiseks

DAHL





Emotsionaalne





Ühiskondlik muutus

Põllumajandus → Tööstus → Informatsioon → Emotsioon

Ratsionaalsus → Lugu

Pragmaatilisus → Väärtused

Füüsiline mugavus → Emotsionaalne mugavus



TARTU ÜLIKOOL

KUIDAS ERISTUDA?





Ole omas kategoorias kõige, kõige...



Positsioneerimine

Peresõbralik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Individualistlik
Hooliv	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Reeglitest lähtuv
Innovaatiline	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Traditsiooniline
Spetsiifiline	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Lai
...	1	2	3	4	5	6	7	8	9	...
...	1	2	3	4	5	6	7	8	9	...

A – täna

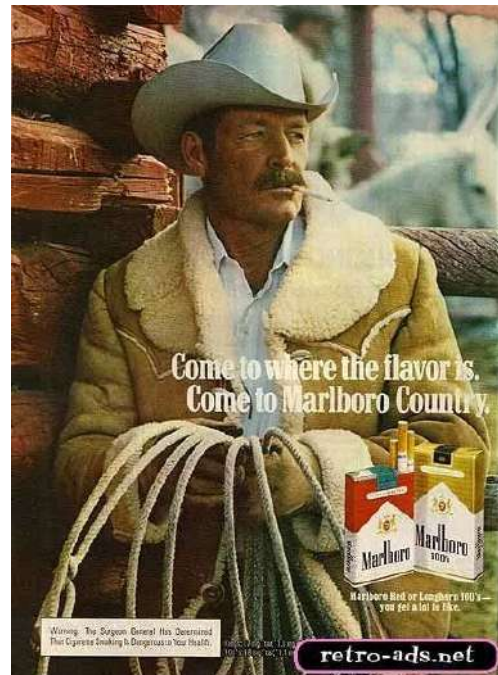
B – 5 aasta pärast



• OMADUSED

• VÄÄRTUSED

• ISIKSUS



Isiksus

Inimese mina (*self*) väljendub enesetaju katkematuses.

Materiaalne mina kätkeb kõik asjad, millega inimene end identifitseerib: kodu, auto, riided jmt.

Sotsiaalne mina väljendub kõigis ühiskondlikes rollides, mida inimesed täidavad.

Vaimne mina (*spiritual self*) on isiksuse intiimseim ja püsivaim osa – tunnete, mõtete, tähelepanu ja tahte lähtekoht – inimese subjektiivne olemus



William James
1842-1910

Isiksus

Ego on teadvuse kese, mis kätkeb endas mõtted, tunded, taju ja meenutused, mille abil tunneme enda terviklikkust. On eneseteadvuse alus.

Individuaalne alateadvus sisaldab unustatud või alla surutud tundeid, mõtteid, tähelepanekuid või konflikte, mis kunagi olid teadvuse osa. Alateadvuses asuvad ka teadvustamata kompleksid.

Kollektiivne alateadvus – inimajaloo varasema kogemuse kaudu indiviidi teadvustamata isiksuse sfääri kandunud arusaamad, sümbolid, mõttekäigud ja tundeelamused.

Ise vs. Persona



Carl Gustav Jung
1875-1961

Isiksus

Suur Viisik (*Big-Five; NEOCA*)

Neurootilisus
Neuroticism

Vahva, kindel/närviline, pinges
Rahulik külmavereline/ärev
Vaoshoitud/erutuv
Mittehädaldav/hädaldav

Ekstravertsus
Extraversion

Jutukas/vaikne
Avatud/kinnine
Seiklusaldis/ettevaatlik
Suhtlusaldis/eraklik

Kogemustele avatus
*Openness to
experience*

Artistlik/mitteartistlik
Arukas/tuim
Peen, rafineeritud/jäme, labane
Kujutlusvõimega/lihtsakoeline

**Paul Costa****Robert McCrae**



Isiksus

Meelekindlus

Conscientiousness

Hoolikas/hoolimatu

Vastutustundlik/-tundetu

Põhjalik/pealiskaudne

Järjekindel/püsimatu

Seltsivus, lahedus

Agreeableness

Heatujuline/ärrituv

Tolerantne/(armu)kade

Lahke, leebe/isepäine

Koostöövalmis/negativistlik



Paul Costa



Robert McCrae



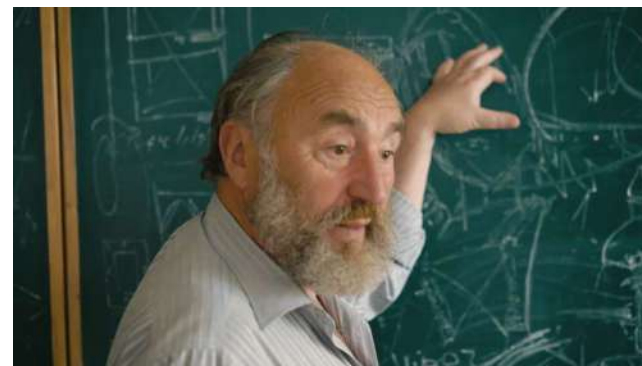
BRÄNDI ISIKSUS

...brändiga seostatud inimomaduste
kogum

5 isiksuse joont:

- **Siirus** (aus, eetiline, hooliv, originaalne, soe, klassikaline jne)
- **Innustavus** (trendikas, seikluslik, cool/, noortepärane, üllatav ...)
- **Kompetentsus** (usaldusväärne, tõsine, kindel, efektiivne, liider ...)
- **Pretensioonikus** (glamuurne, seksikas, naiselik, *good-looking* ...)
- **Jõulisus** (maskuliinne, aktiivne, atleetlik, tugev, robustne ...)

(J.L. Aaker,
1999)



**TAL
TECH**



TALLINNA ÜLIKOO





Erisus peab olema relevantne





TARTU ÜLIKOOL

Ühtne visioon ja missioon



VS



Edukas bränd

Edukas bränd on identifitseeritav toode, teenus, persoon või koht, mida on täiendatud ostja või kasutaja jaoks relevantsete, unikaalsete ja ajas pidevate väärtustega.



vs.





TARTU ÜLIKOOL

Tänu kuulamast!

andres.kuusik@ut.ee

CONSUMER RESEARCH CENTER

Connecting The Art of Marketing with The Power of Science