



— АНДРЕЙ КРЫЛОВ —

консультант по маркетингу и продвижению Living Eyes Consulting (Москва), разработчик стратегий продвижения ряда известных торговых марок, бизнес-тренер, коуч, член группы «Путь Меркурия»

# ОТ ТАКОГО МАРКЕТИНГА Я ОТКАЗЫВАЮСЬ!

НЕМНОГО О ТОМ, ЧТО Я ПОНЯЛ, ЗАНИМАЯСЬ ПРОДВИЖЕНИЕМ,  
И ЧЕМ ХОЧУ ПОДЕЛИТЬСЯ С ВАМИ

## 1 Маркетинг вводит в заблуждение, обманывает, заставляет человека желать иллюзию

Это относится как к людям маркетингом занимающимся, так и ко всем нам, к «потребителям» на его языке. Вслушайтесь, посмотрите и вдумайтесь в термины маркетинга: «целевая группа», «скрытая реклама», «сформировать потребность», «импульсная покупка».

## 2 Маркетинг старается подчинить человека, сделать его слабым и зависимым, но ненасытным в постоянном потреблении

Маркетингу нужен потребитель, а не человек. Он и пытается привязать каждого к бренду, снабдить нас искусственной идеологией и верой («потребительские ценности») и отвлечь человека от поиска и осмысления себя, мира и живого. Маркетинг стремится сделать из человека биомеханическую машину потребления и уничтожить в нем человеческое (свободу, осознанность, духовность, Любовь). Произнесите вслух слово «потребитель» и ярко увидите и почувствуете стоящее за ним.

## 3 Маркетинг стремится к постоянному усилению зависимости человека и к получению от него все большего

Он заставляет человека ненасытно потреблять все больше и чаще искусственные и вредные для психического и физического здоровья продукты / услуги / ценности. Маркетинг пытается занять все время, внимание и энергию человека. От разрозненной рекламы к пожизненным программам лояльности; от массового продвижения к персональному предложению, от которого нельзя отказаться; от товаров к системам взаимосвязанных брендов. В продаже есть чувства, ценности, вера, друзья и мы сами (в виде рейтингов, голосов, геномов и т.п.). Даже сама Земля, приютившая и дающая жизнь всему живому на планете, продается и покупается и уничтожается во имя потребления.

## 4 Маркетинг стремится приравнять нас к машинам и поручить им контроль над нами

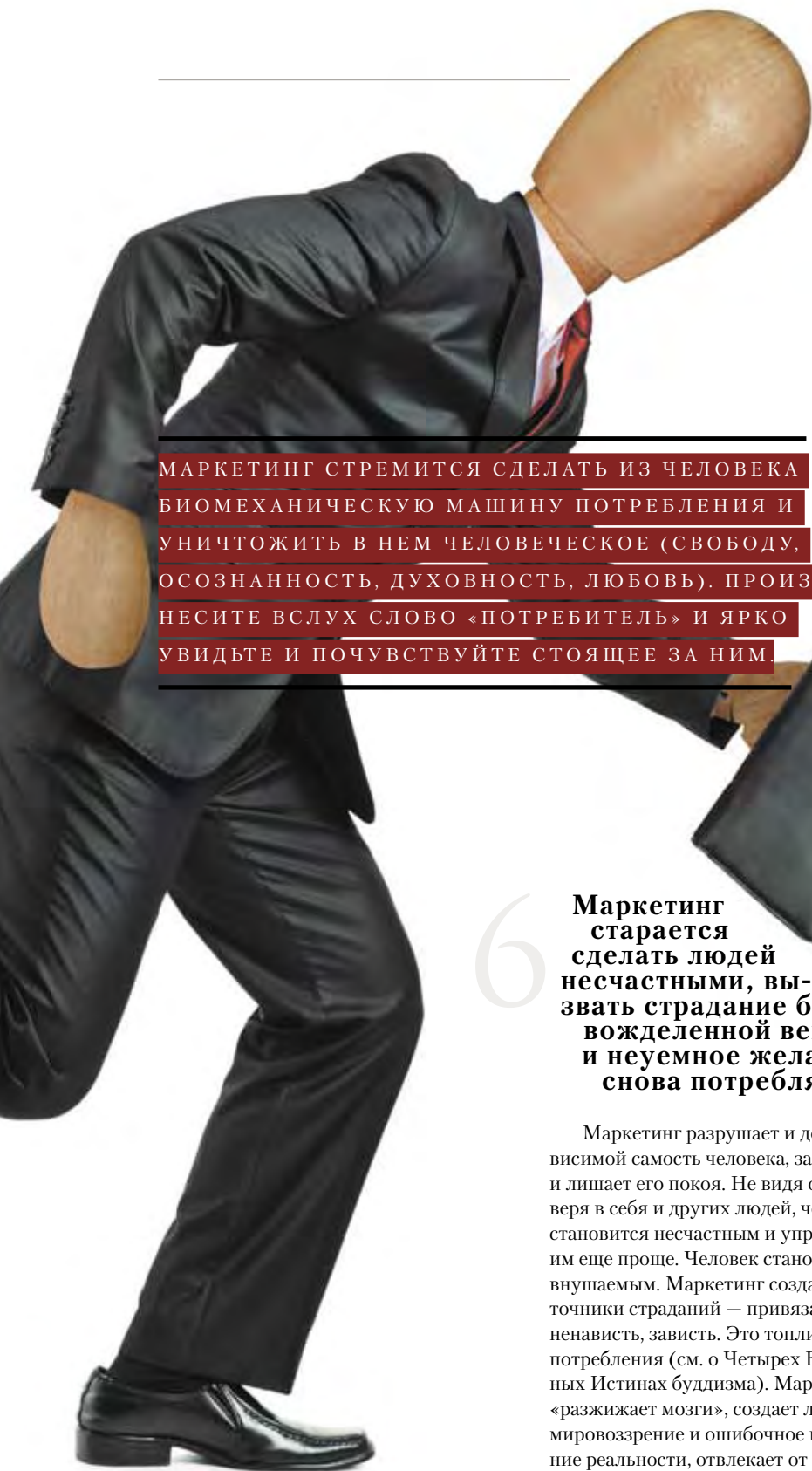
В каждом из нас бренд пытается занять все большее место в постоянно атрофируемом маркетингом сознании



и сердце. Бренд и технологии направлены на «вживление» в человека и все более виртуозное управление им. Бренд, давая искусственную веру и покупные чувства, становится «протезом». Маркетинг хочет заставить человека жить с этими искусственными вставками и сделать человека машиной потребления. С брендами думать не нужно! «Живи в своем мире, играй в нашем» (слоган PlayStation). Душа начинает лениться, а человек разучается жить вне искусственного, попадая в плен к потребл\*дской «матрице».

## 5 Большинство продвижения построено на соблазнах человека пороками

Человек погрязает в них и забывает, как может быть по-другому. Я говорю не только о нравственности, но и об отношении к телу, здоровью и психике своей и других. В атрибутах брендов и в рекламе присутствуют все смертные грехи православия: чревоугодие, прелюбодеяние, сребролюбие,



МАРКЕТИНГ СТРЕМИТСЯ СДЕЛАТЬ ИЗ ЧЕЛОВЕКА  
БИОМЕХАНИЧЕСКУЮ МАШИНУ ПОТРЕБЛЕНИЯ И  
УНИЧТОЖИТЬ В НЕМ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ (СВОБОДУ,  
ОСОЗНАННОСТЬ, ДУХОВНОСТЬ, ЛЮБОВЬ). ПРОИЗ-  
НЕСИТЕ ВСЛУХ СЛОВО «ПОТРЕБИТЕЛЬ» И ЯРКО  
УВИДЬТЕ И ПОЧУВСТВУЙТЕ СТОЯЩЕЕ ЗА НИМ.

## 6 Маркетинг старается сделать людей несчастными, вызывать страдание без вожденной вещи и неумное желание снова потреблять

Маркетинг разрушает и делает зависимой самость человека, запутывает и лишает его покоя. Не видя опоры, не веря в себя и других людей, человек становится несчастным и управлять им еще проще. Человек становится внушаемым. Маркетинг создает источники страданий — привязанность, ненависть, зависть. Это топливо потребления (см. о Четырех Благородных Истинах буддизма). Маркетинг «разжигает мозги», создает ложное мировоззрение и ошибочное понимание реальности, отвлекает от познания своей изначальной природы и смысла.

гнев, печаль, уныние, тщеславие, гордыня. Не соблюдаются нравственные нормы, предписываемые исламом. Соблазны имеют «красивые» одежды (нас приучили, что они красивы) и продвижение заставляет потребителя их страстно желать.

## 7 Маркетинг разрушает Природу, Землю и целостность человека

Создавая вокруг иллюзию, он вытесняет естественное и природное,



## THIS MARKETING IS DECLINE!

Andrey Krylov is marketing and promotion adviser and brand promotion strategist. He shares his thoughts on traditional marketing with our readers. He unveils its general disadvantages: dishonesty, nutrition of permanent consuming, seduction with sins, suffering without promoting goods. And in global traditional marketing causes nature, planet and human personality destruction.

наносит невозполнимый и невозмещаемый урон живым существам и самой Земле.

## 8 Маркетинг лишь один из инструментов создания и поддержания иллюзии и заблуждений в нашем обществе

Маркетинг достигает того, чего он достигает через заполнение пустоты, которая образовалась на месте веры, самости, ценностей и воспринимającego сознания и сердца человека, которые целенаправленно (не знаю, кем и зачем) разрушаются в нас и в наших детях.

Таким я знаю традиционный маркетинг и от такого маркетинга я отказываюсь. Таким он не нужен ни мне, ни Вам, ни нашей планете. Да, и спасибо кризису за мое осознание.

Ваш АНДРЕЙ КРЫЛОВ

Living Eyes Consulting  
+7(495) 9406318,  
[www.livingeyes.ru](http://www.livingeyes.ru)  
[f1@livingeyes.ru](mailto:f1@livingeyes.ru)