

УДК 658.8  
ББК 65.291.3 + 65.42  
Ш80

Переводчик Екатерина Яценко  
Редактор Любовь Любавина

### Шоттон Р.

Ш80 Фабрика выбора: Как преодолеть 25 препятствий, которые мешают клиенту совершить покупку / Ричард Шоттон ; Пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2020. — 234 с.

ISBN 978-5-9614-2578-9

Чтобы ваша реклама была эффективной, необходимо четко понимать, что именно движет целевой аудиторией во время принятия решения о покупке. Ричард Шоттон, британский исследователь и основатель Astroten, консалтинговой компании, которая применяет поведенческую науку в маркетинге, утверждает: нередко на решение покупателя влияют имеющиеся у него предубеждения вроде того, что если за товаром стоит очередь, то он непременно стоящий, или что в баре стоит брать только одно и то же привычное пиво. Как распознать их заранее и подстраховаться от опрометчивых маркетинговых ходов при продвижении своего продукта, не тратя деньги на продвижение впустую?

Автор разбирает 25 самых распространенных предубеждений, опираясь на реальные кейсы, мнения экспертов и результаты исследований и экспериментов (проведенных ведущими мировыми учеными, такими как нобелевские лауреаты Даниэль Канеман и Герберт Саймон или психологи Эллиот Аронсон и Леон Фестингер), в том числе собственных, и дает маркетологам рабочие инструменты для обращения на пользу компании каждого из этих предубеждений. Зная о том, что именно удерживает ваших клиентов от совершения покупки, вы сможете использовать эти знания на пользу вашим маркетинговым кампаниям и существенно увеличите продажи.

УДК 658.8  
ББК ББК 65.291.3 + 65.42

*Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу [mylib@alpina.ru](mailto:mylib@alpina.ru).*

- © Richard Shotton  
Originally published in UK by Harriman House Ltd in 2018, [www.harriman-house.com](http://www.harriman-house.com)
- © Издание на русском языке, перевод, оформление.  
ООО «Альпина Паблишер», 2020

ISBN 978-5-9614-2578-9 (рус.)  
ISBN 978-0857196095 (англ.)

# Содержание

Предисловие.....	9
Введение.....	13
<b>Глава 1</b>	
Фундаментальная ошибка атрибуции.....	20
<b>Глава 2</b>	
Социальное доказательство.....	30
<b>Глава 3</b>	
Отрицательное социальное доказательство ....	39
<b>Глава 4</b>	
Своеобразие.....	46
<b>Глава 5</b>	
Привычка.....	52
<b>Глава 6</b>	
Боль оплаты.....	60
<b>Глава 7</b>	
Опасность заявленных данных.....	69

<b>Глава 8</b>	
Настроение.....	78
<b>Глава 9</b>	
Относительность цены .....	84
<b>Глава 10</b>	
Эффект первичности.....	92
<b>Глава 11</b>	
Теория ожидания .....	98
<b>Глава 12</b>	
Предвзятость подтверждения .....	105
<b>Глава 13</b>	
Самоуверенность .....	113
<b>Глава 14</b>	
Принятие желаемого за действительное .....	119
<b>Глава 15</b>	
Медиаконтекст.....	130
<b>Глава 16</b>	
Проклятие знания.....	137
<b>Глава 17</b>	
Закон Гудхарта.....	144
<b>Глава 18</b>	
Эффект оплошности .....	151
<b>Глава 19</b>	
Проклятие победителя.....	160
<b>Глава 20</b>	
Сила группы .....	168

<b>Глава 21</b>	
Эффект Веблена .....	<b>173</b>
<b>Глава 22</b>	
Кризис воспроизводимости результатов .....	<b>179</b>
<b>Глава 23</b>	
Вариативность .....	<b>186</b>
<b>Глава 24</b>	
Эффект коктейльной вечеринки .....	<b>192</b>
<b>Глава 25</b>	
Дефицит .....	<b>200</b>
Этичность .....	<b>208</b>
Заключение .....	<b>215</b>
Литература .....	<b>218</b>
Рекомендуемая литература .....	<b>226</b>
Благодарности .....	<b>232</b>