

Semiotic Thinking for Marketers

Semiofest / Barcelona
01st of June 2013



DIMITAR TRENDAFILOV

Assistant prof. – New Bulgarian University, Sofia

Managing Partner – Brand in Trend Ltd

trendafilov.dim@gmail.com

<http://newbulgarian.academia.edu/DimitarTrendafilov>

HOW DO WE THINK? / ZMET

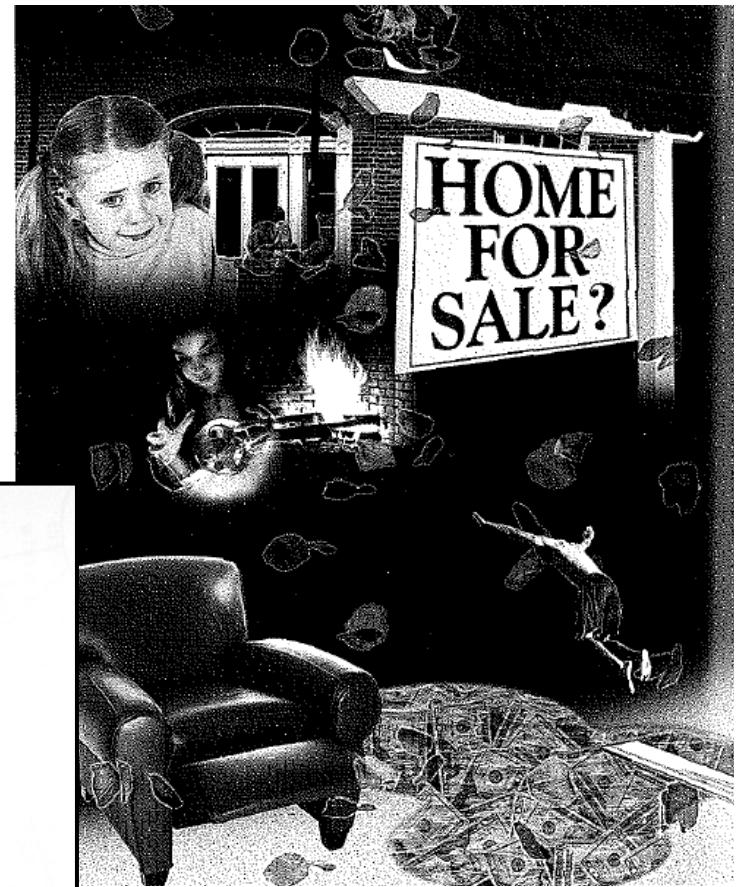
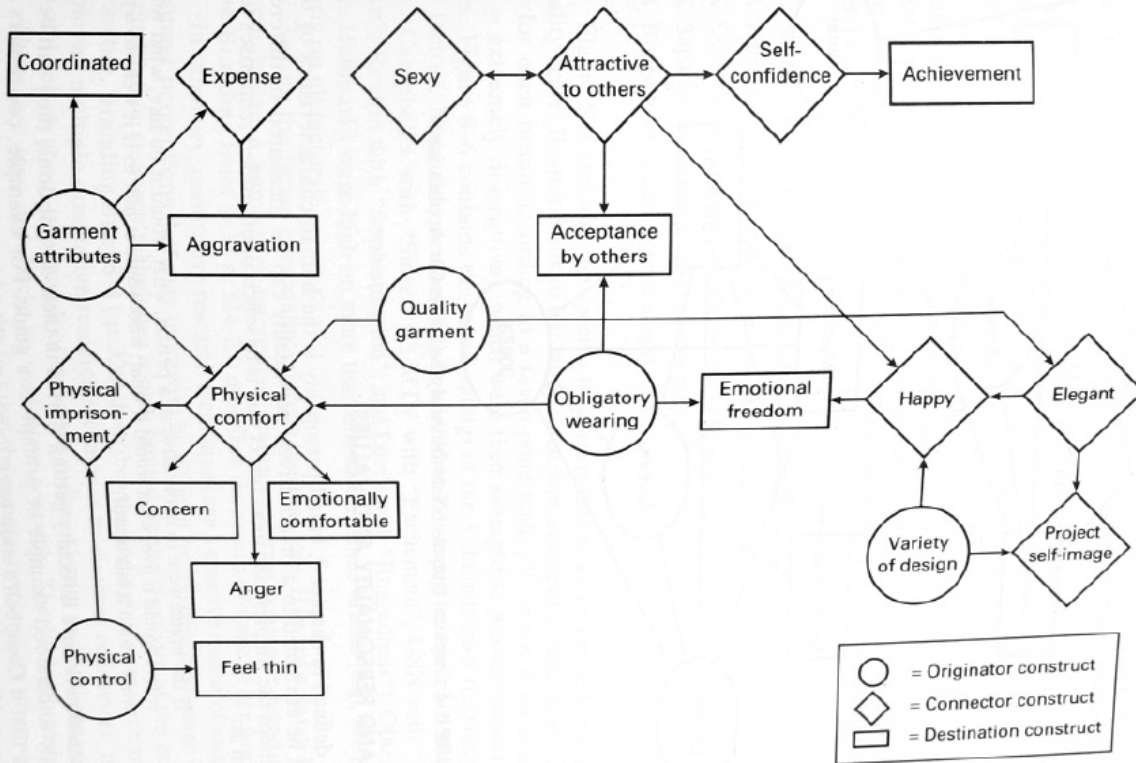


FIGURE 8-3 ZMET Application to Intimate Apparel Market



COMPASS

innovaro

OUR COMPANY PRODUCTS & SERVICES PUBLIC RELATIONS CONTACT

Discover New Pathways to Growth

Anticipate and seize emerging opportunities by uncovering new consumer needs, values, and behaviors.

innovaro
Trends) Foresight

Influence the Future

semioticastudio.com/index.php/analisis-semiotico-semiotic-analysis/brujula/

CONTACTO SOMOS/WE ARE FORMACIÓN/TRAINING SEMIÓTICA/SEMOTICS

Como una brújula

La semiótica propone un enfoque que conjuga teorías de la comunicación con análisis sociocultural. Es una herramienta global y completa que permite entender y ampliar la investigación cualitativa centrada en el consumidor. Nos da elementos para comprender y analizar el contexto cultural de las personas, ya que las conductas de consumo deben entenderse dentro de un determinado marco socio-cultural. La pregunta cualitativa de "¿Qué significa esto para ti?" se transforma, se expande y multiplica: nos permite indagar cómo algo tiene sentido para alguien, en una época y contexto socio-cultural determinado. La semiótica funciona orientando a los investigadores sociales y de mercado, a modo de una verdadera brújula que ayuda a mapear el territorio.

Esta es la presentación de la charla "Aportes de la Semiótica a la Investigación de Mercado" que dimos los días 30 y 27 de marzo de 2012.

SEMIOTICASTUDIO

Charla de presentación sobre el seminario "Aportes de la semiótica a la investigación de mercado".

Preparada por Gabriela Pedranti y Ximena Tobí de SemioticaStudio - <http://www.semioicasaudio.com>

info@semioticastudio.com
Tel: +34 878211403 / Barcelona - España / Spain
Tel: +54 91149371403 / Buenos Aires - Argentina

Tweets [Seguir a @Semioticastudio](#)

Semiotica Studio @Semioticastudio 30h
Reading: Work culture codes - interesting views on 11 countries: [semioticastudio.com/index.php/2013/...](http://semioticastudio.com/index.php/2013/)

Semiotica Studio @Semioticastudio 27:30h
Iniciando TRISZVA The Vigilant Citizen seems not have read about the concept of intersubjectivity developed by Barthes, Kristeva and...

Gabriela Pedranti @gpdranti 25:00h

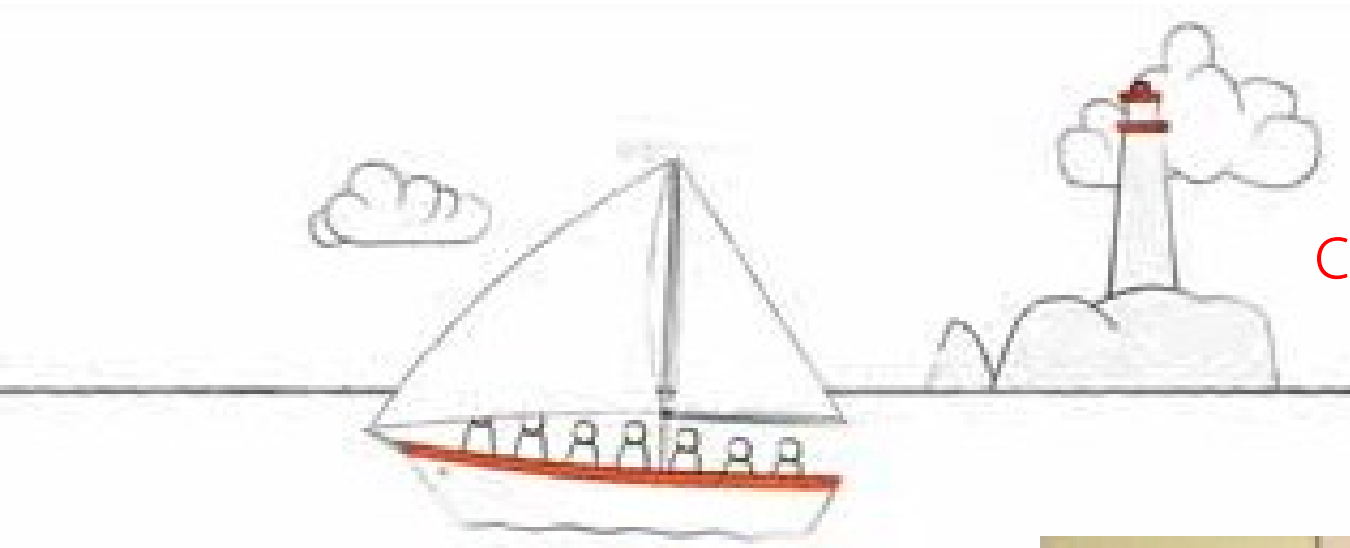
Trend & Foresight

- Introduction
- Subscription Research Services
- Download Sample Reports
- FAQs
- Custom Research and Consulting

FLAGSHIP



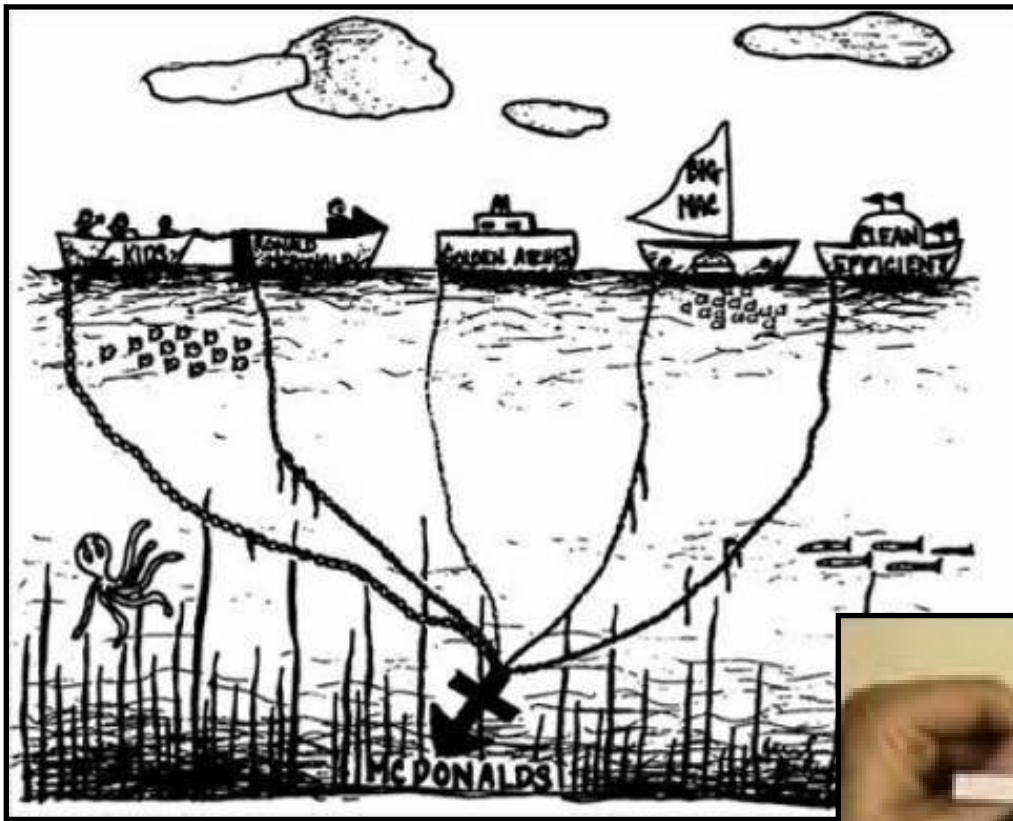
LIGHTHOUSE



CAMPER SHOES

BRAND PHILOSOPHY OF AXE DEO





ANCHOR



OCEAN

BLUE OCEAN STRATEGY

How to Create
Uncontested Market Space
and Make the Competition Irrelevant

W. Chan Kim · Renée Mauborgne

HARVARD BUSINESS SCHOOL PRESS



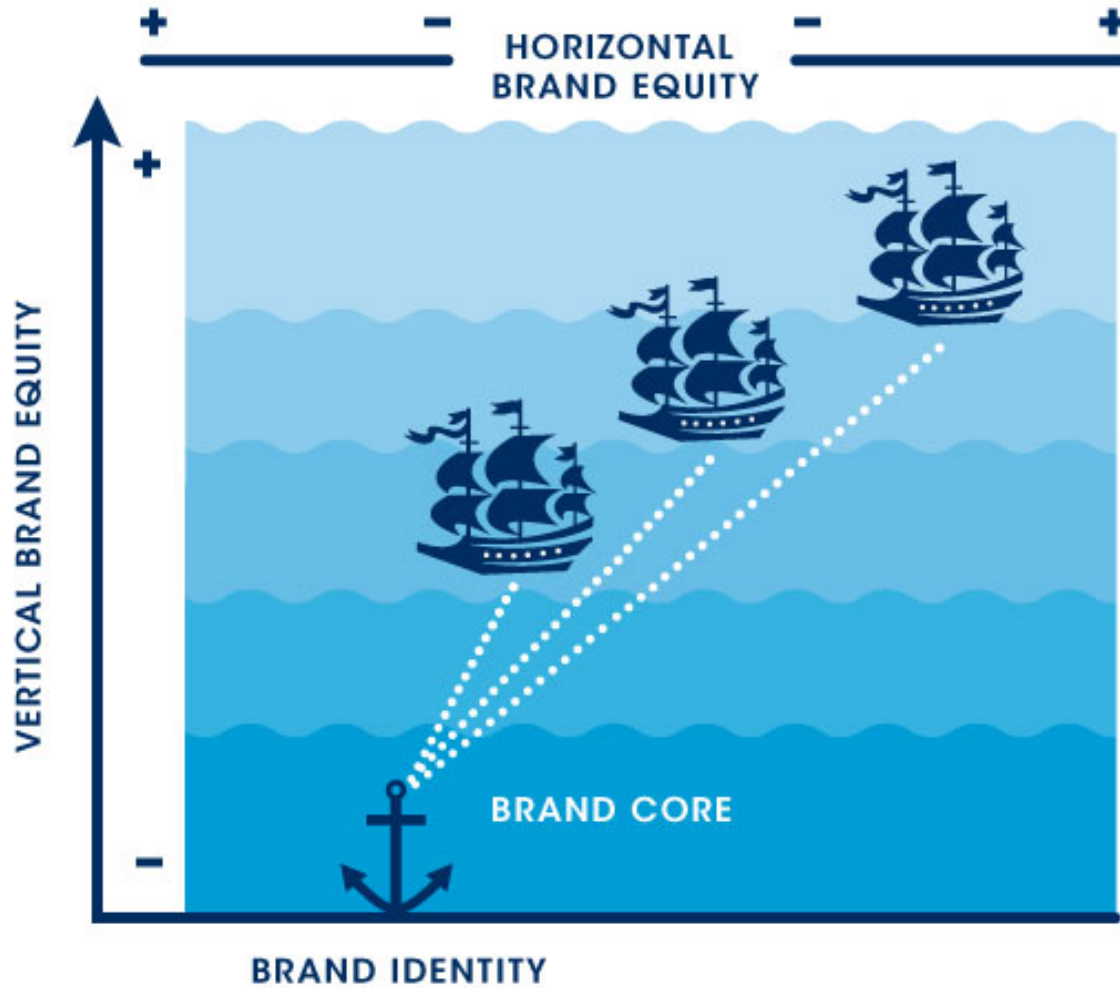
The bicycle market as an ocean

Bicycle industry
competes for
a share of the
20% cyclists
(red, with blood)



BRAND EQUITY NAVAL METAPHOR

EXTENSIONS
PRICES
PROMOTIONS
WORD-OF-MOUTH, etc.





Thank You for Your Attention!