



НАСМОТРЕННОСТЬ – СУПЕРСИЛА
МАРКЕТОЛОГА: КАК СОКРАЩАТЬ
ПУТЬ ОТ ИДЕИ К РЕЗУЛЬТАТУ

Ольга Олейник

креативный директор AVC

Илья Пушкарь

арт директор AVC

Февраль 2026

Почему это нужно?

Потому что маркетологи часто тонут в крайностях:

1. в визуальном шуме (когда все выглядит одинаково)
2. в бесконечных итерациях (когда непонятно, какой вариант выбрать и почему).

Циклы от идеи до результата растягиваются.



Что такое насмотренность

Насмотренность — это ваша личная база данных, в которую вы бессознательно загрузили тысячи кейсов. Удачных и провальных. Это нейронная сеть, которая в долю секунды сравнивает новую идею со всей этой библиотекой и выдает вам ощущение: «Это — попадание. А это — мимо». Это предвидение, основанное на опыте.



насмотренность/для бренд-стратега

Насмотренность — это способность декодировать культурные и визуальные коды в стратегические инсайты.



насмотренность/для бренд-дизайнера

Насмотренность превращается в профессиональную интуицию, которая помогает отличить красивую картинку от сильного бренд-актива, а мимолетный тренд — от глубокого культурного кода.

ПОНЯТИЕ ЗАВИСИТ
ОТ КОНТЕКСТА



насмотренность / для маркетолога

Это способность оперативно оценивать идеи, предсказывать их эффективность и ставить точные задачи дизайнерам, опираясь не на субъективное «нравится», а на распознавание работающих паттернов.

Для маркетолога это — ключ к сокращению времени на согласования и увеличению «попадания» креатива в цель.

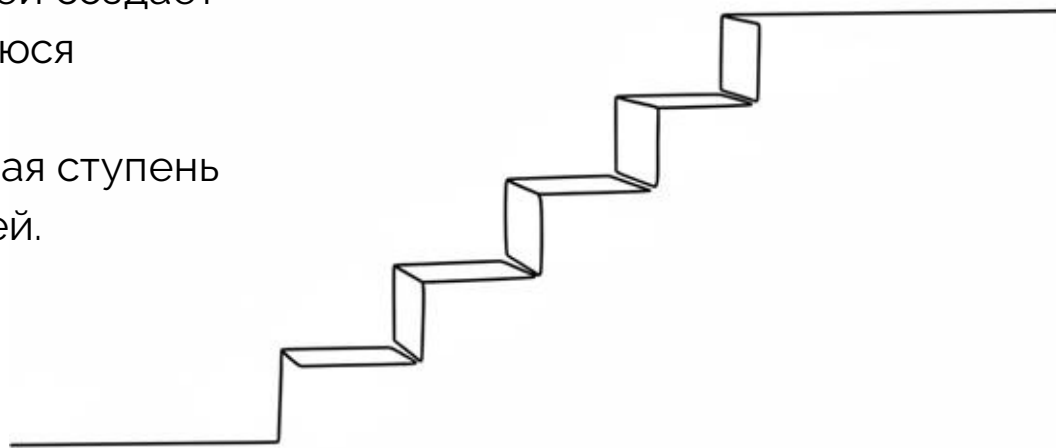
ПОНЯТИЕ ЗАВИСИТ
ОТ КОНТЕКСТА



5 ступеней насмотренности

Концепция пяти ступеней создает четкую и запоминающуюся модель для роста.

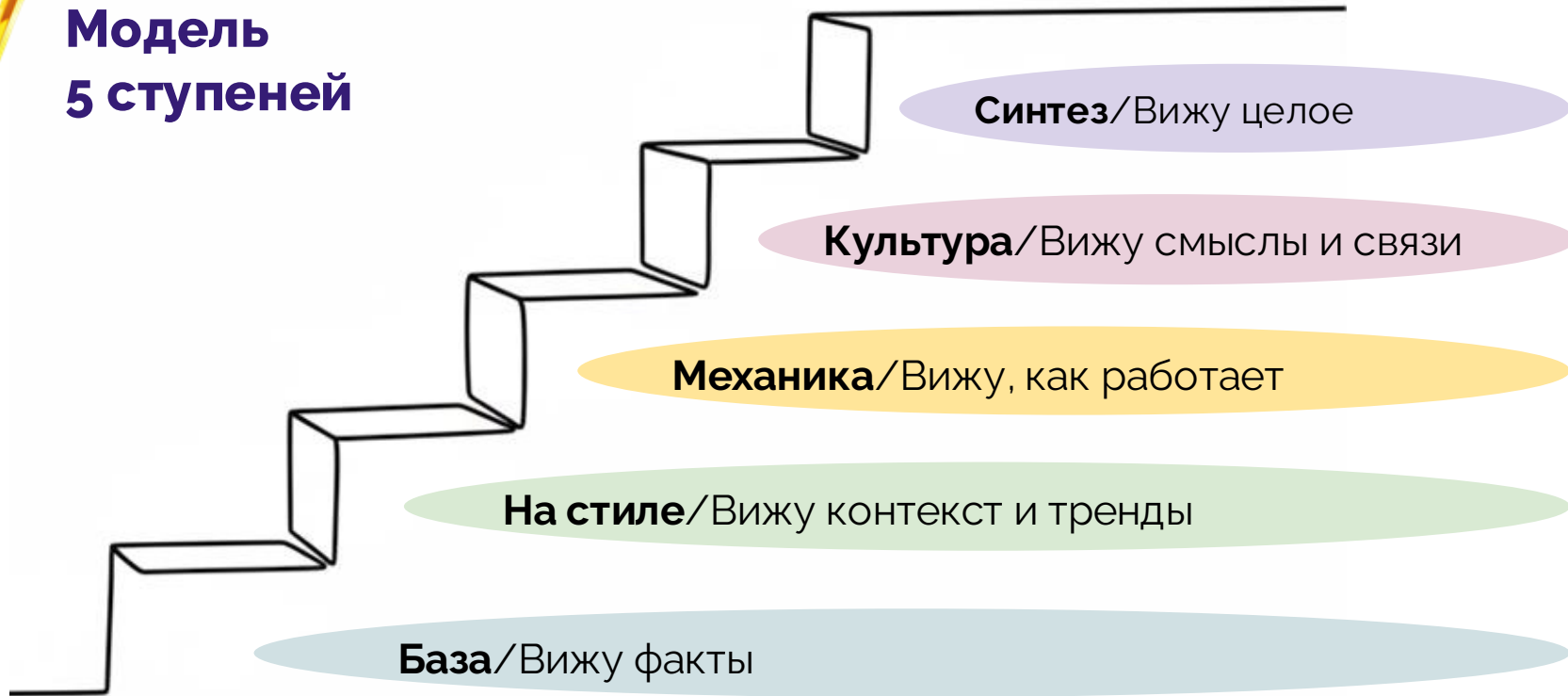
Это иерархия, где каждая ступень строится на предыдущей.



путь от зрения
к видению



Модель 5 ступеней





Тест

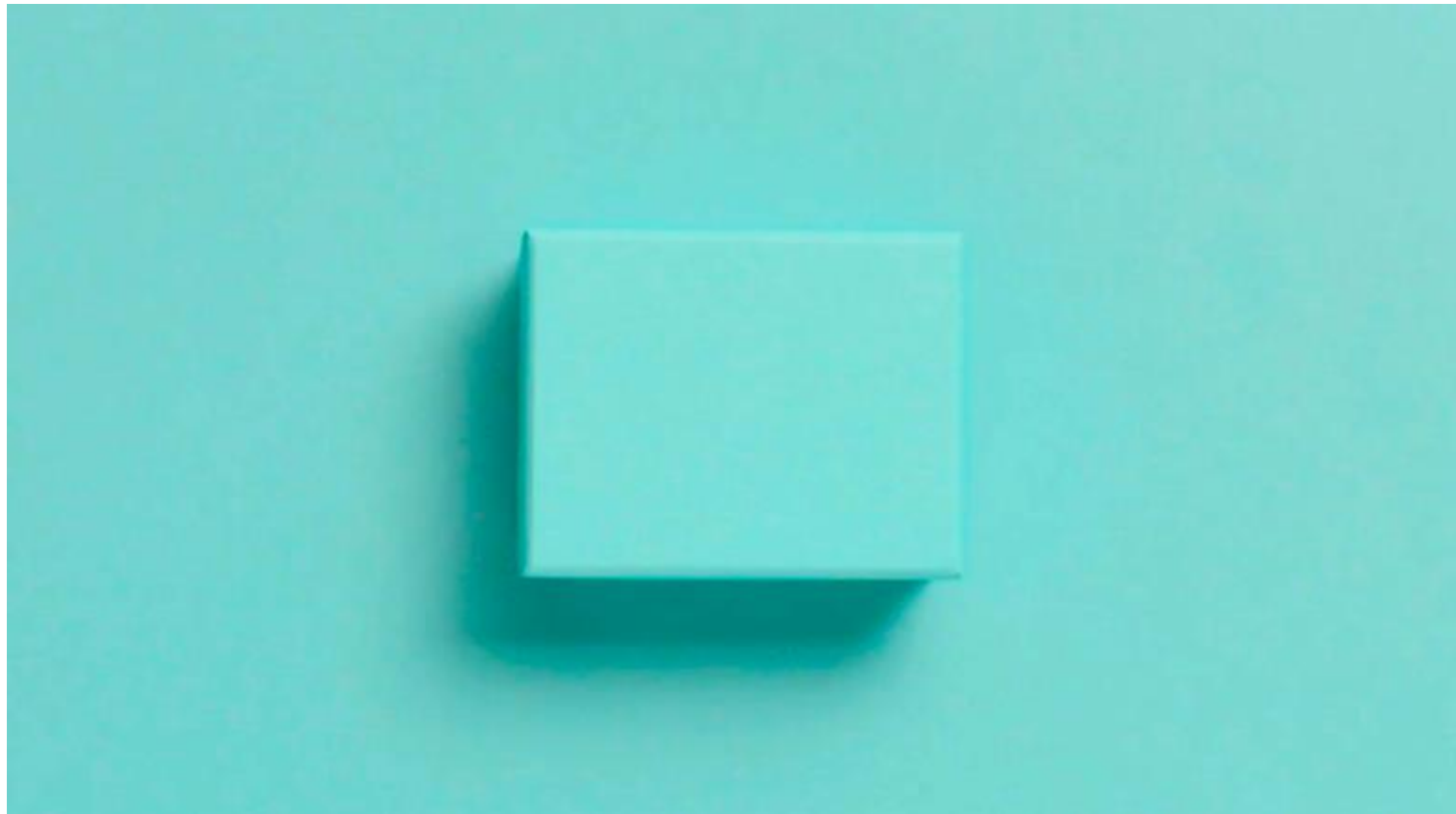
КАКОЙ СТИЛЬ?



© avc



Тест





Тест



НАСМОТРЕННОСТЬ - СУПЕРСИЛА МАРКЕТОЛОГА



Тест





Тест



[watch](#)



Тест





Тест





Тест



Сэм Альтман



Тест





Тест





Тест



Daft Punk



Тест



gesaffelstein



Тест





Тест



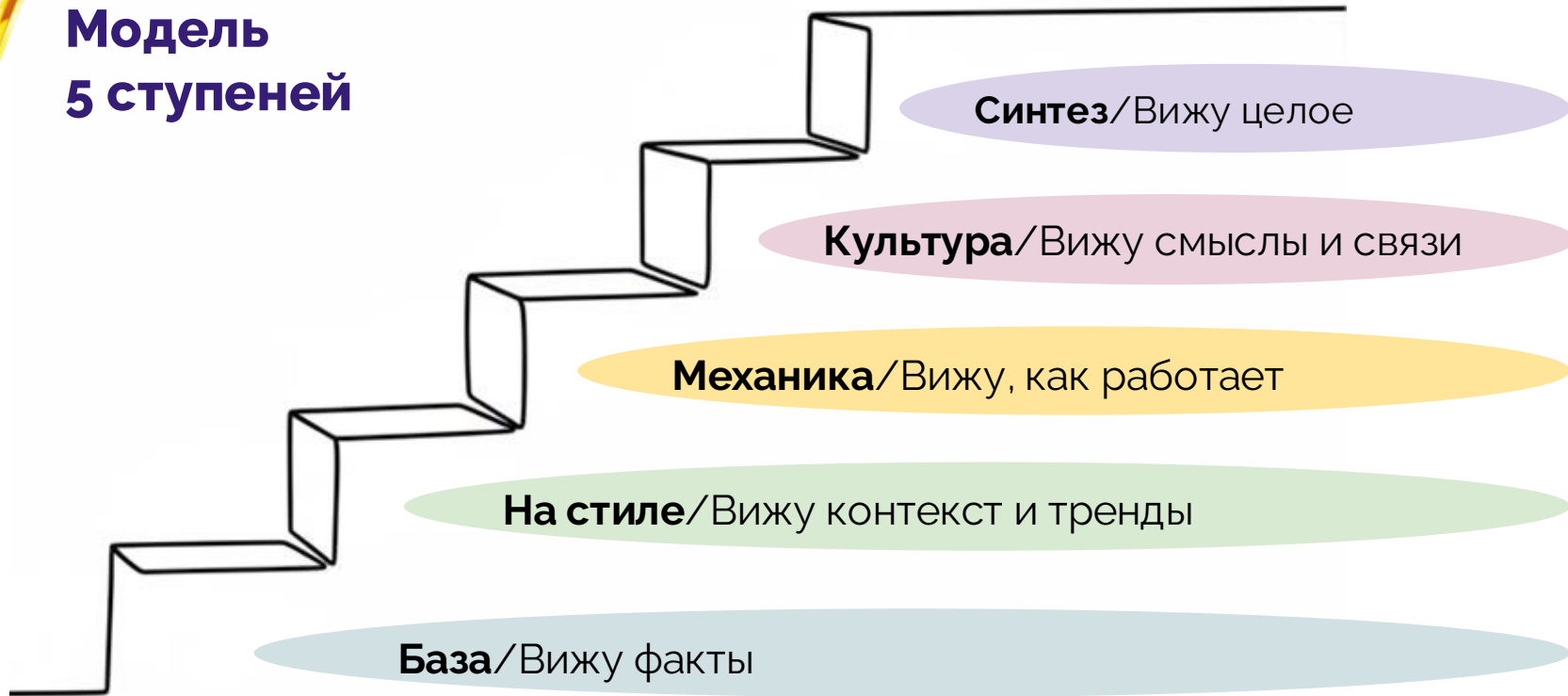


Тест





Модель 5 ступеней





Ступень 1. БАЗА

Фокус: Способность различать «качественно/некачественно» на техническом уровне.

Навыки: человек распознает дисгармоничные цвета, плохую верстку, низкое разрешение картинки, кривые логотипы. Видит, что «что-то не так», но часто не может аргументировать, что именно.

Аналогия: Как отличить фальшивую купюру от настоящей по явным признакам.

Вопрос этого уровня:

«Это сделано хорошо или плохо?»»

База/Вижу факты



Вы просто видите гармонично или нет.



EVOLUTION OF AN ICONIC BRAND



1960



1977



1992



1996

VISA

2005

VISA

2014

2021

Brandmark

VISA

Brand Symbol





БЫЛО



СТАЛО





Marimekko



Royal Albert





Ступень 2. НА СТИЛЕ

Фокус: Узнавание стилей, жанров, трендов внутри индустрии.

Навыки: человек знает, что сейчас в тренде (брутализм или ностальгия Y2K). Анализирует конкурентов в своей категории. Может повторить успешный паттерн.

Аналогия: Знаток, различающий сорта вина или направления в музыке.

Вопрос этого уровня:

«К какому стилю/тренду это относится?»

На стиле/Вижу контекст и тренды



это «MEMPHIS» или «NEOPLASTICISM»?



70s VINTAGE
SHULZ

KRABI DISK



DESIGN
crossover

SHULZ

Hopper



BRITISH HERITAGE



BRITISH HERITAGE

SHULZ

GOA V-BRAKE







НАСМОТРЕННОСТЬ - СУПЕРСИЛА МАРКЕТОЛОГА



Ступень 3. МЕХАНИКА

Фокус: Понимание функциональных связей между формой и реакцией.

Навыки: человек видит, как дизайн управляет вниманием, создает иерархию, вызывает конкретную эмоцию или действие (доверие, клик, покупку). Понимает UX-логику, принципы композиции, психологию восприятия цвета.

Аналогия: Инженер, который видит не просто красивый мост, а схему распределения нагрузок.

Вопрос этого уровня: «Какой цели служит этот прием и как он ее достигает?»

Механика/Вижу, как работает



как тут работает контрформа?



НАСМОТРЕННОСТЬ - СУПЕРСИЛА МАРКЕТОЛОГА





Степень 4. КУЛЬТУРА

Фокус: Распознавание отсылок, культурных кодов, генезиса идей.

Навыки: человек видит в новом дизайне отголоски Баухауса, советского конструктивизма или японской гравюры. Понимает, как бренд играет с архетипами. Чувствует тонкую грань между референсом и плагиатом. Обладает широким кругозором за пределами дизайна (искусство, кино, литература).

Аналогия: Искусствовед, способный поместить произведение в исторический и культурный контекст.

Вопрос этого уровня: «Откуда растут корни этой идеи?»

Культура/Вижу смыслы и связи



Авторская мифология



АДТУЛІНЫ



АДСЮЛІНЫ





**АЖЫУЛЯЕМ
РАЙСКИХ ЖЫВЁЛ
НА ПРАКТЫЧНЫХ
ЛЕКТОРЫЯХ**

  [ADTULINY_ADSYULINY](#)







ЛІДСКАЕ



НАСМОТРЕННОСТЬ - СУПЕРСИЛА МАРКЕТОЛОГА



Ступень 5. СИНТЕЗ

Фокус: Целостное, интуитивное восприятие, предвидение.

Навыки: развитый вкус как следствие пройденных предыдущих ступеней. Способность улавливать новые смыслы до того, как они станут трендом, чувствовать «дух времени». Человек принимает решения на стыке знаний, опыта и тонкой эмоциональной настройки на аудиторию. Эмпатия превращается в рабочий инструмент.

Аналогия: Дирижер, который слышит не ноты, а симфонию и может почувствовать, где флейте нужно вступить на пол-тона тише.

Вопрос этого уровня: «Что это говорит о нас и нашем времени? Какой след это оставит?»

Синтез/Вижу целое и закономерности



Это уровень, на котором рождаются легенды.



IKEA

Давайте проверим на гигантах.
Насмотренность создателей
IKEA — не на «дизайн стула».
Она — на образ жизни человека в
малогабаритной квартире. Они продают не
мебель, а решение боли. Их каталог — это
визуальный словарь для этой новой жизни.





IKEA



STRANDMON
Högryggig, klädd i mörkt grönt
A 995

Affordable Masterpieces



HILDEGUN
Högryggig, vit
A 4 m

Affordable Masterpieces



PINTORP
Stol i röd färg
A 199

Affordable Masterpieces



BILLY
Bokhylla
A 379

Affordable Masterpieces





LEGO

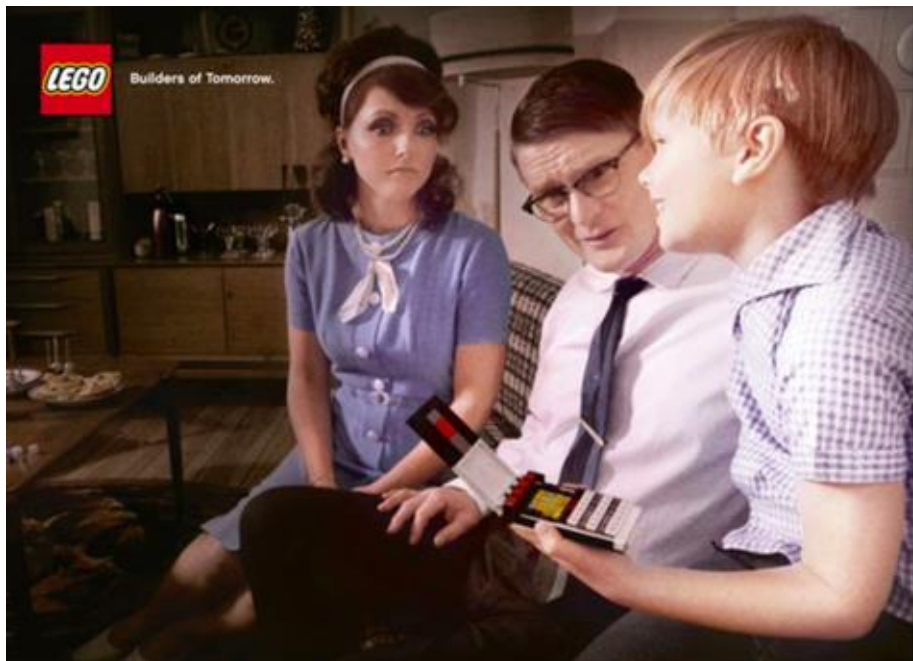
Их насмотренность — на универсальные архетипы и вечные истории. Рыцарь. Космонавт. Супергерой. Они продают не пластик, а сценарии для игры и соучастия в мифах. Их гений — в конвертации культурного кода в кубик. Вот что такое насмотренность 5-го уровня





LEGO







LEGO

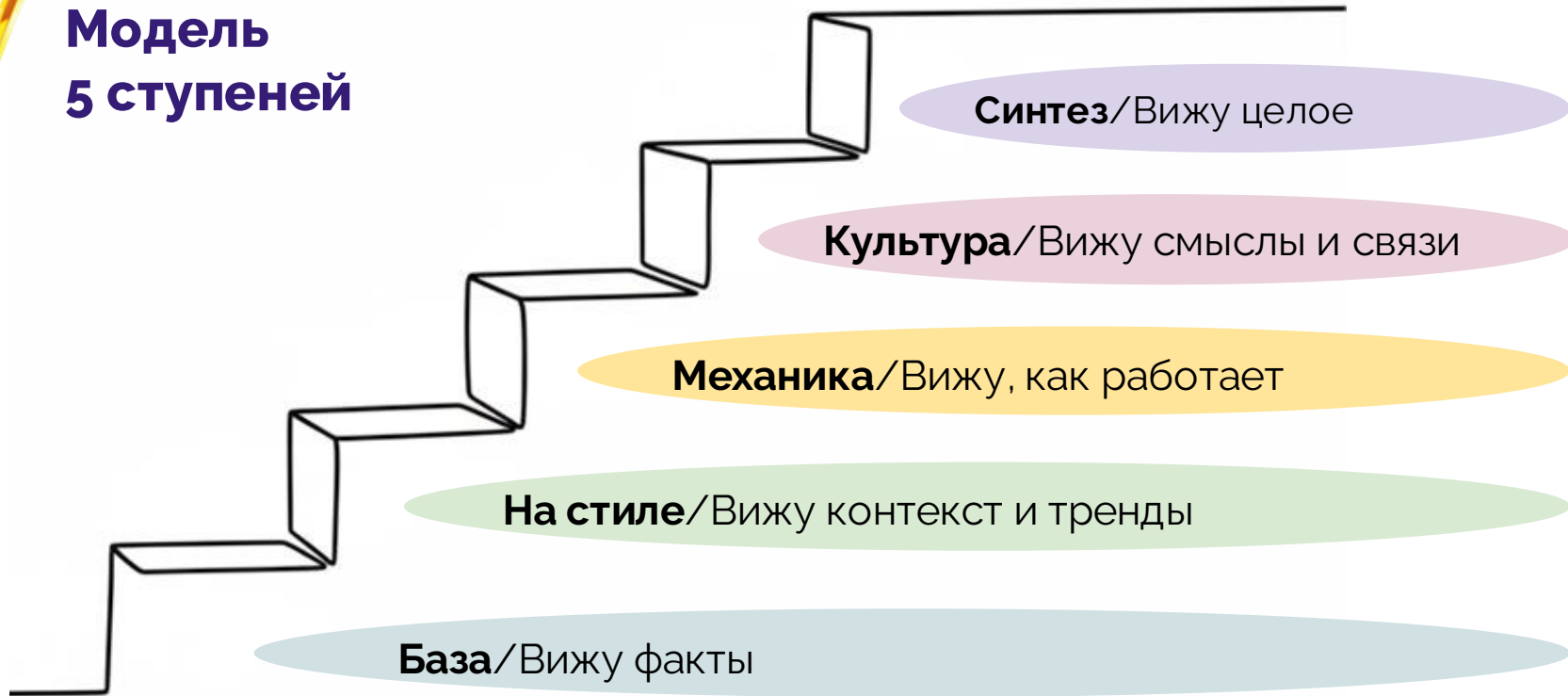


Builders of Tomorrow.





Модель 5 ступеней





Цель

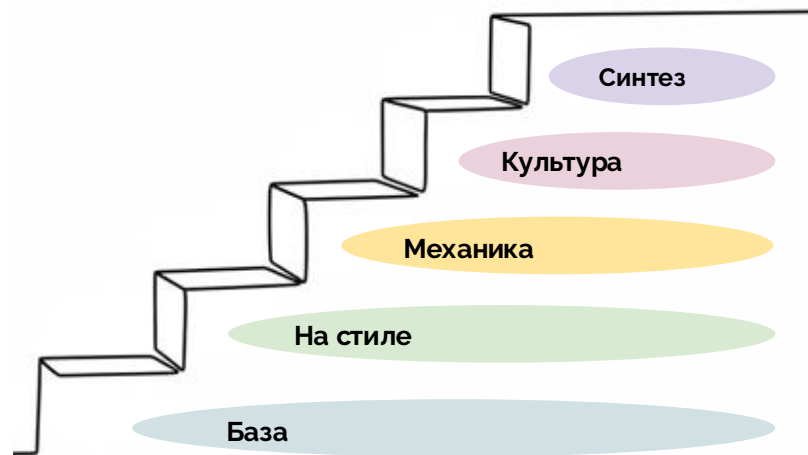
Эта лестница показывает, что насмотренность — это путь от зрения к видению.

Ступени 1-2 — про технику и эрудицию (можно натаскать).

Ступени 3-4 — про анализ и интеллект (можно развить).

Ступень 5 — про мудрость и интуицию (это синтез всего пути).

На 5-й ступени насмотренность становится той самой суперсилой, которая позволяет не гнаться за трендами, а задавать их, создавая работы, которые не просто эффективны, но и становятся частью культуры.





Качаем насмотренность

В мире, где ИИ может сгенерировать любую картинку,
ваш главный актив — чувство смысла.

Ваша суперсила — не в том, чтобы бежать быстрее, а в том,
чтобы видеть на шаг дальше.

СПАСИБО



a-v-c.by



[@avc_branding](https://www.instagram.com/avc_branding)