

Снижение себестоимости формирования связей

13.10.2024



Фактически мы сейчас признаем, что Клуб ни разу не является связующим агентством, а является фабрикой (заводом, производственным предприятием) по производству [смысловых] связующих элементов — надстроек к запросам.

Облегчает ситуацию то, что смыслов установления связей очень мало: поесть (получить нужность, в т.ч., для размножения) или защититься. Все остальные различия относятся лишь к форме (а не к сути) взаимодействия. Однако, запрос на «питание» может содержать особенность: запрос на развитие (вторая производная). Для нас важно выделять этот вид запроса и максимально точно определять его параметры:

- Доля в общем запросе на питание (% — собственная внутренняя психофизиологическая характеристика)
- Цикличность (период гомеостаза)
- Величина градиента
- Уровневое направление интереса

Защита также часто является частью запроса на «питание».

Условия эффективной связи — соответствие уровневых матриц.

Проблемой является чаще всего отсутствие не только матрицы внешних смысловых

связей, но и «глубокое непонимание самого себя» — т.е. отсутствие внутренней матрицы связей.

Т.о., собственное «коммерческое» предложение может включать:

1. Проверку соответствия внутренних связей
2. Выявление внутренних связей
3. Коррекцию внутренних связей
4. Формирование внешних связей
5. Обучение
6. Непосредственное установление внешних связей (собственно, Клуб).