**Про атомарный маркетинг**

Чтобы создать уникальное предложение, достаточно раздробить целое на части. Причем не важно, идет ли речь о самом продукте, его функциях, времени эксплуатации или стоимости владения.

Человек не может купить в магазине половину фотоаппарата или одну сотую дорогого автомобиля. Однако и покупка товара — не всегда лучшее решение. Компания Stop Gap Sofas сдает британцам диваны в аренду за 2,5 фунта в день. Этот сервис подходит, например, людям, которые недавно переехали в новую квартиру и ждут, пока им привезут заказанную мебель.

Покупка таких вещей, как чемодан, детская коляска или обогреватель также не всегда самый выгодный вариант. Это учел московский предприниматель Андрей Озолинь, три года назад объявив о проекте Prokat.ru, предлагающем прокат вещей без залога по клиентским картам. Правда, умерший еще в 1990-х годах рынок проката оживить пока не удалось: за все это время Prokat.ru открыл только три филиала — в Москве, Омске и Сургуте.

Потребность в товаре на ограниченное время — распространенное явление. Но кому может понадобиться продукт с урезанным функционалом, например сотовый телефон, способный звонить только на три разных номера? Однако разработкой таких моделей активно занимаются Motorola, LG и Siemens. Созданные этими компаниями «трубки» предназначены для детей — они снабжены тремя-четырьмя кнопками, каждая из которых отвечает за связь с кем-то из членов семьи. Разработанная российской компанией Art Lebedev Group компьютерная клавиатура из трех кнопок предназначена для взрослых.

Каждая клавиша клавиатуры Optimus mini three снабжена дисплеем и для нее можно назначить функцию, например, увеличение громкости звука, переключение окон в браузере и т. д. Естественно, Optimus mini three служит дополнением к обычной клавиатуре.

Цена товара в современном мире тоже становится дробным явлением. Реклама автомобиля Mini Cooper предлагает получить машину «за семь долларов в день». Естественно, речь идет о кредите, но при такой подаче приобретение культового автомобиля выглядит более разумным вариантом, чем ежедневные траты на такси.

Бутылка Coca-Cola емкостью 0,2 л удобнее бутылки большей емкости, потому что ее как раз хватает, чтобы утолить жажду. Временное владение вещью предпочтительнее постоянного. Прибор, укомплектованный лишь частью функций, может оказаться удобнее полносервисного, а отдавать деньги по частям всегда приятнее, чем сразу. Что еще можно раздробить на части, чтобы создать уникальное предложение?