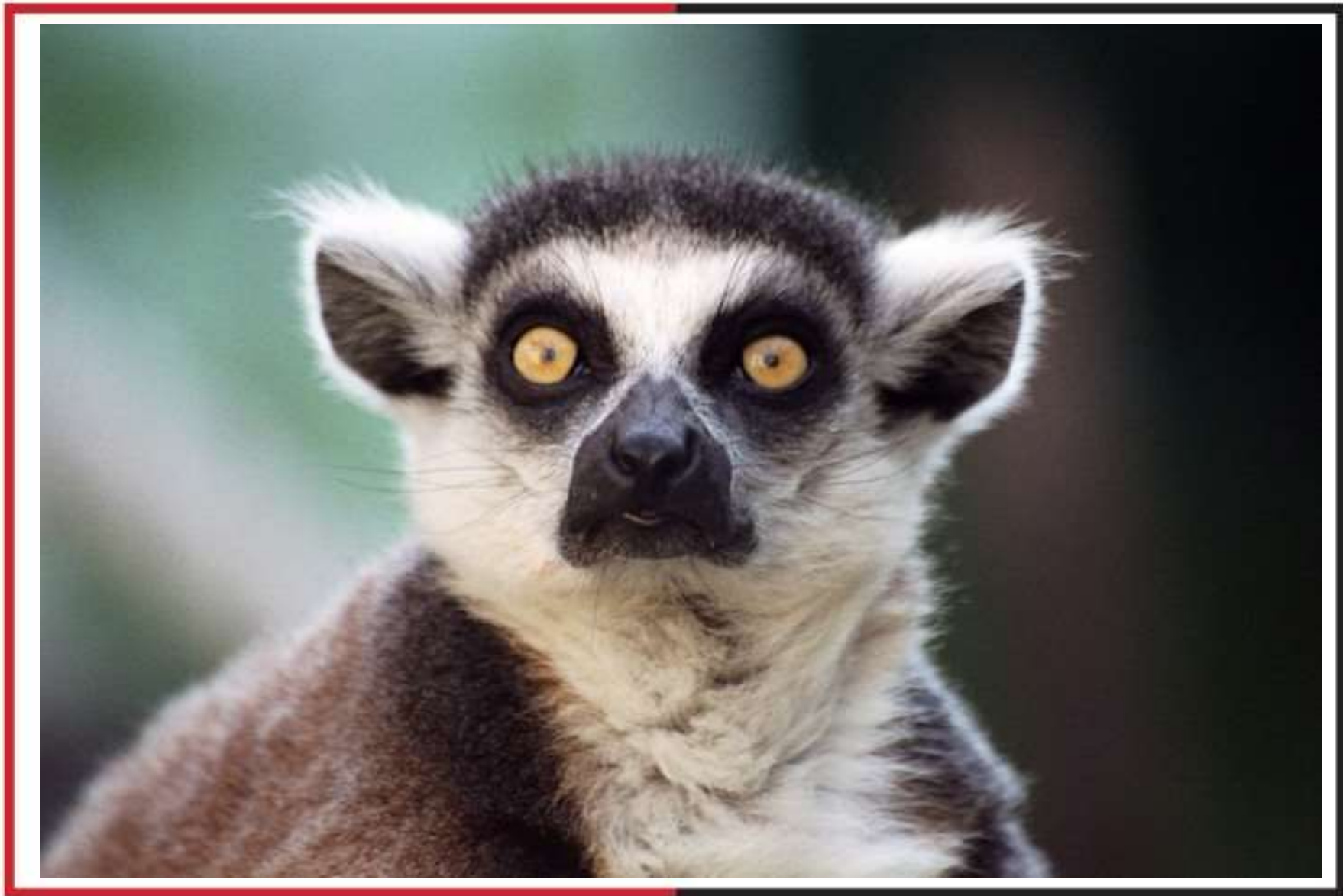


О ЧЕМ ГОВОРИТЬ С КЛИЕНТОМ,
ИЛИ ПРАКТИКА СТОРИТЕЛЛИНГА
В МАРКЕТИНГЕ

Татьяна Жданова для конференции
«**Инновационные инструменты интернет-
маркетинга: на шаг впереди всех!**»
Киев, 13 июня 2013



КТО ЗДЕСЬ?

brandhouse



НАЗОВИТЕ 2 САМЫЕ БОЛЬШИЕ ПРОБЛЕМЫ
СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА?



А КАК НА САМОМ ДЕЛЕ?

ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖЕРА

НЕ ЗНАЮ, О ЧЕМ-ЗАЧЕМ-С КЕМ-КОГДА И ГДЕ

БОЮСЬ, НЕ ХВАТАЕТ ПОЛНОМОЧИЙ...

НЕПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ

ПРОБЛЕМЫ РУКОВОДИТЕЛЯ

КОГДА

У МЕНЕДЖЕРА НЕТ ОСНОВЫ

ДЛЯ ПРИНЯТИЯ **САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ** РЕШЕНИЙ



ГОГОЛЬ VS GOOGLE

БРЕНДИНГ – ЭТО ЦЕННОСТИ
ЦЕННОСТИ ПЕРЕДАЮТСЯ ЧЕРЕЗ ИСТОРИИ.
ЕЩЕ ЛУЧШЕ – САМОРАЗВИВАЮЩИЕСЯ ИСТОРИИ.

И ДЛЯ ТАКИХ ИСТОРИЙ НУЖНА ОСНОВА.



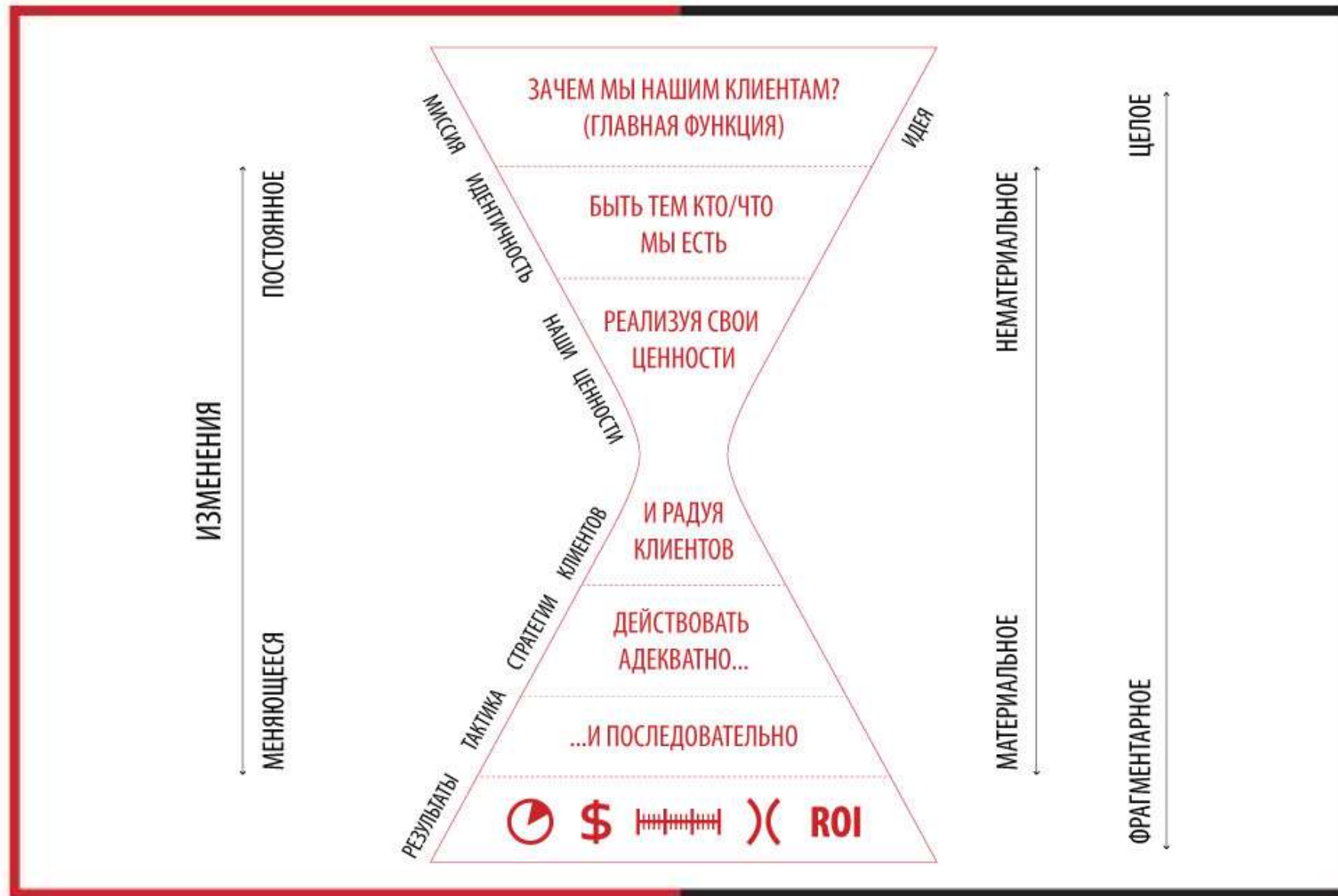
ЧТО НУЖНО ДЛЯ ХОРОШЕЙ ИСТОРИИ?



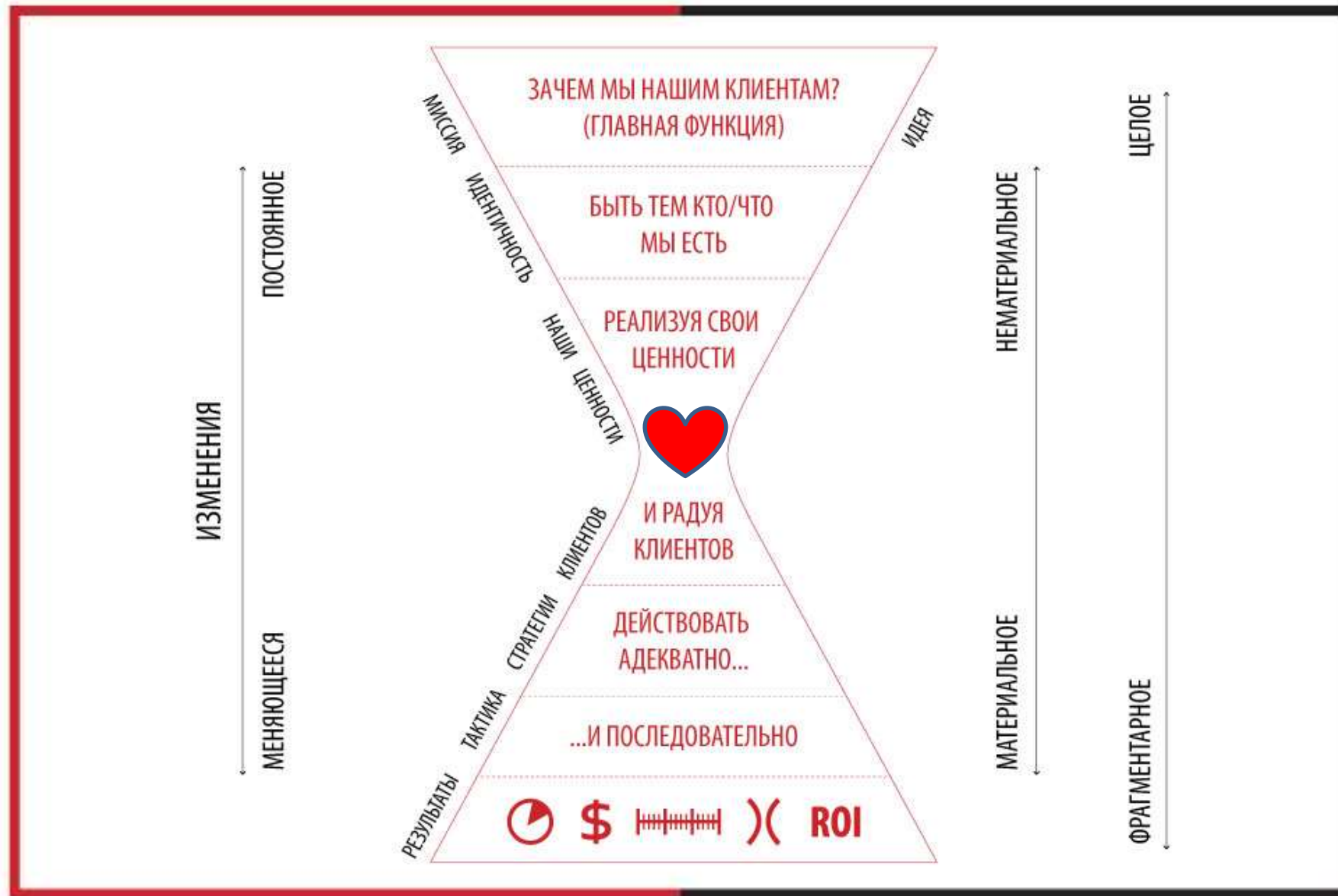
САМОРАЗВИВАЮЩИЕСЯ СИСТЕМЫ ИМЕЮТ ОСНОВУ.



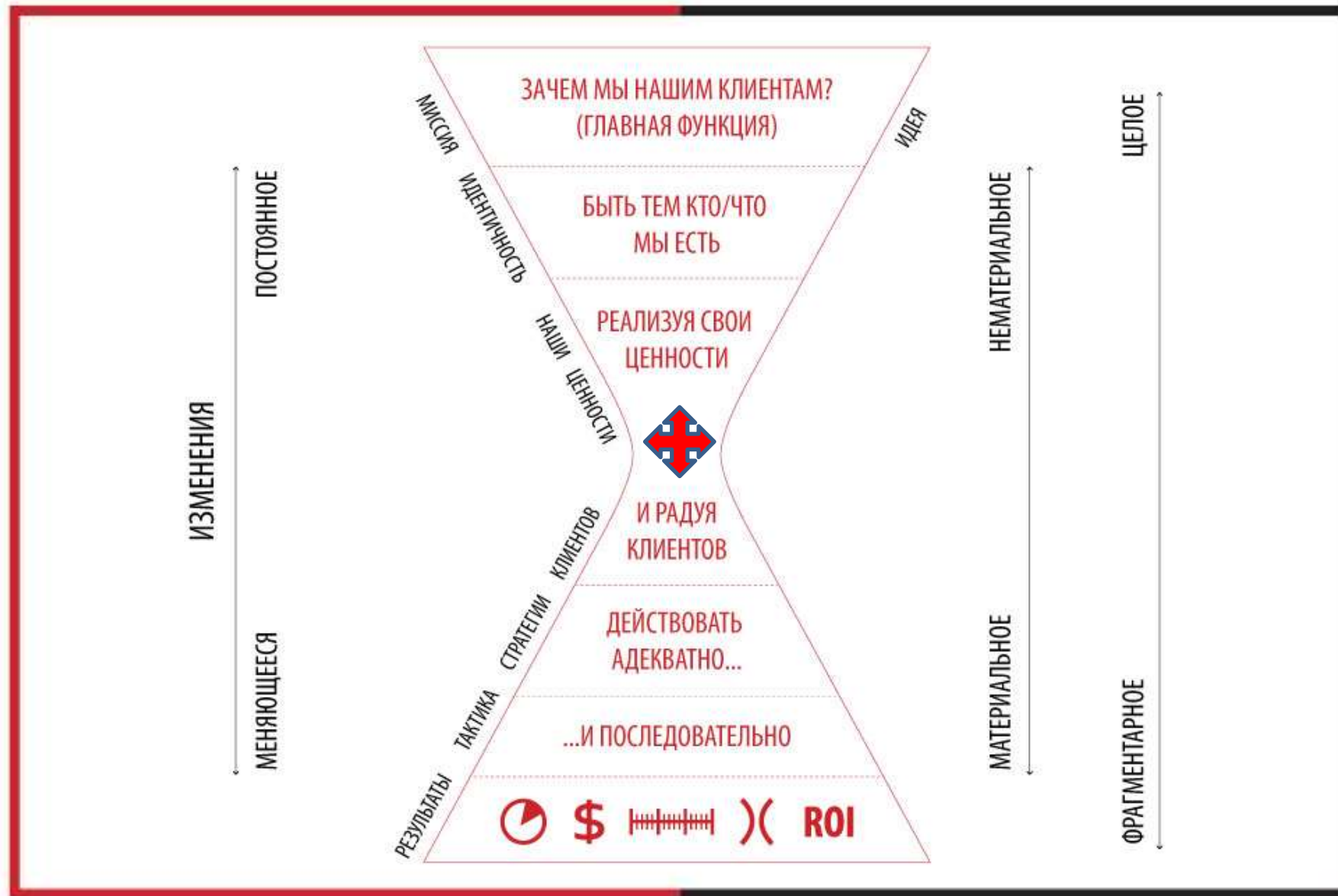
ЧТО ЕСТЬ ЧИСЛА ФИБОНАЧЧИ ДЛЯ КОМПАНИИ?



ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ НЕВОЗМОЖНА БЕЗ
СОГЛАСОВАННОЙ ПЛАТФОРМЫ.



ПЛАТФОРМА «РАСТЕТ» ИЗ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ



КУЛЬТУРА «РАСТЕТ» ИЗ ЦЕННОСТЕЙ СОБСТВЕННИКОВ

ДОСТОИНСТВО

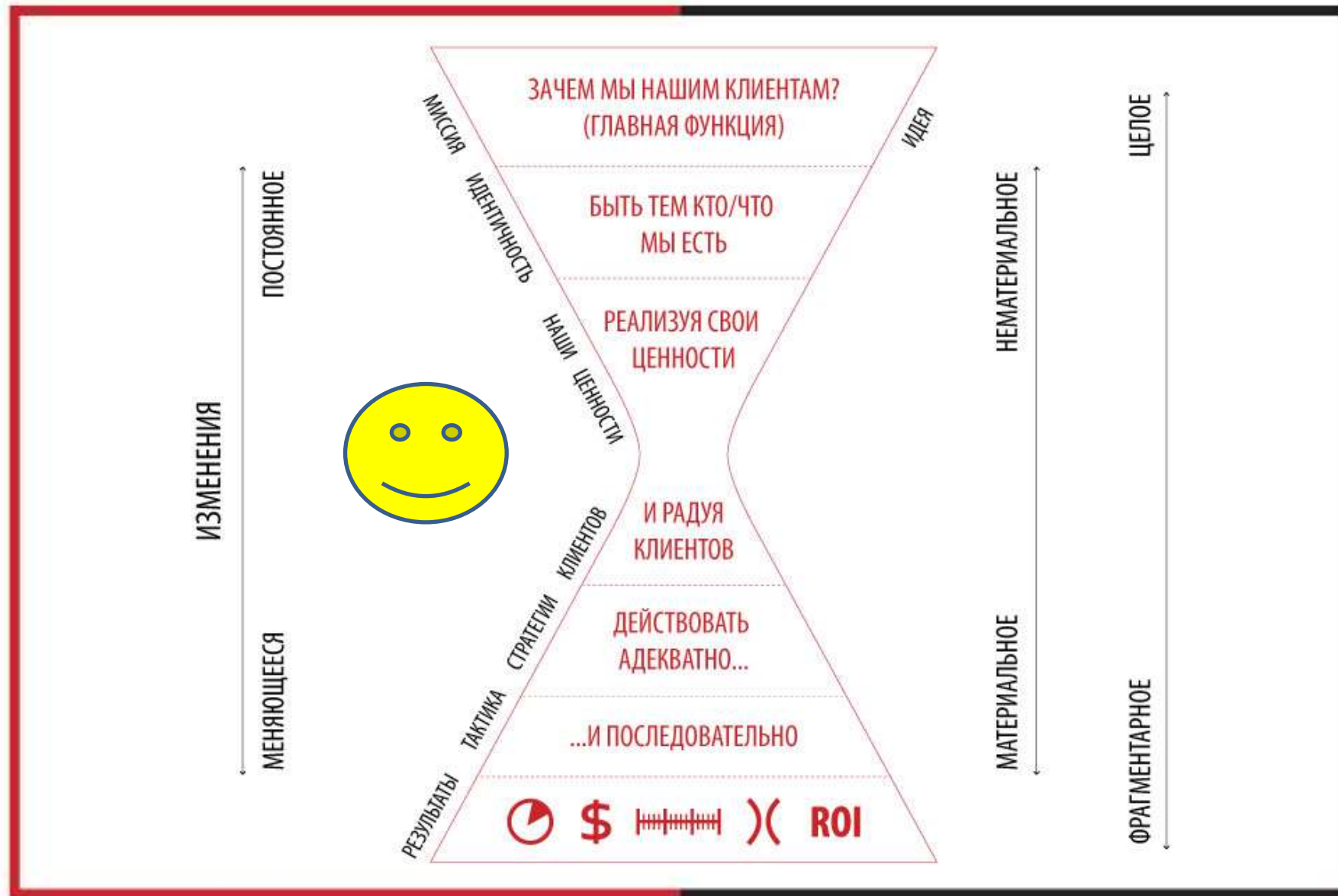
ЛИДЕРСТВО

СВОБОДА

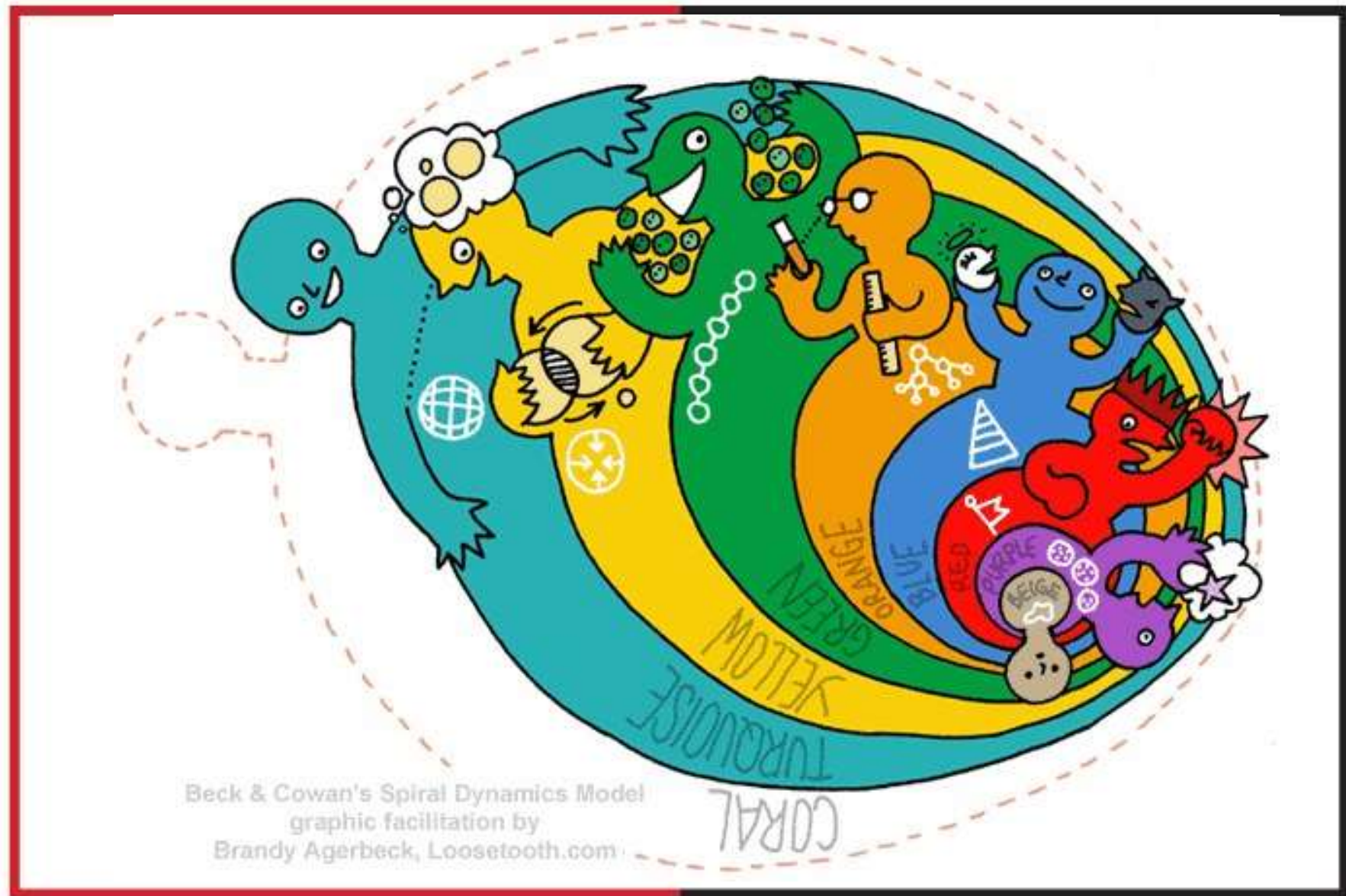
УВАЖЕНИЕ

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

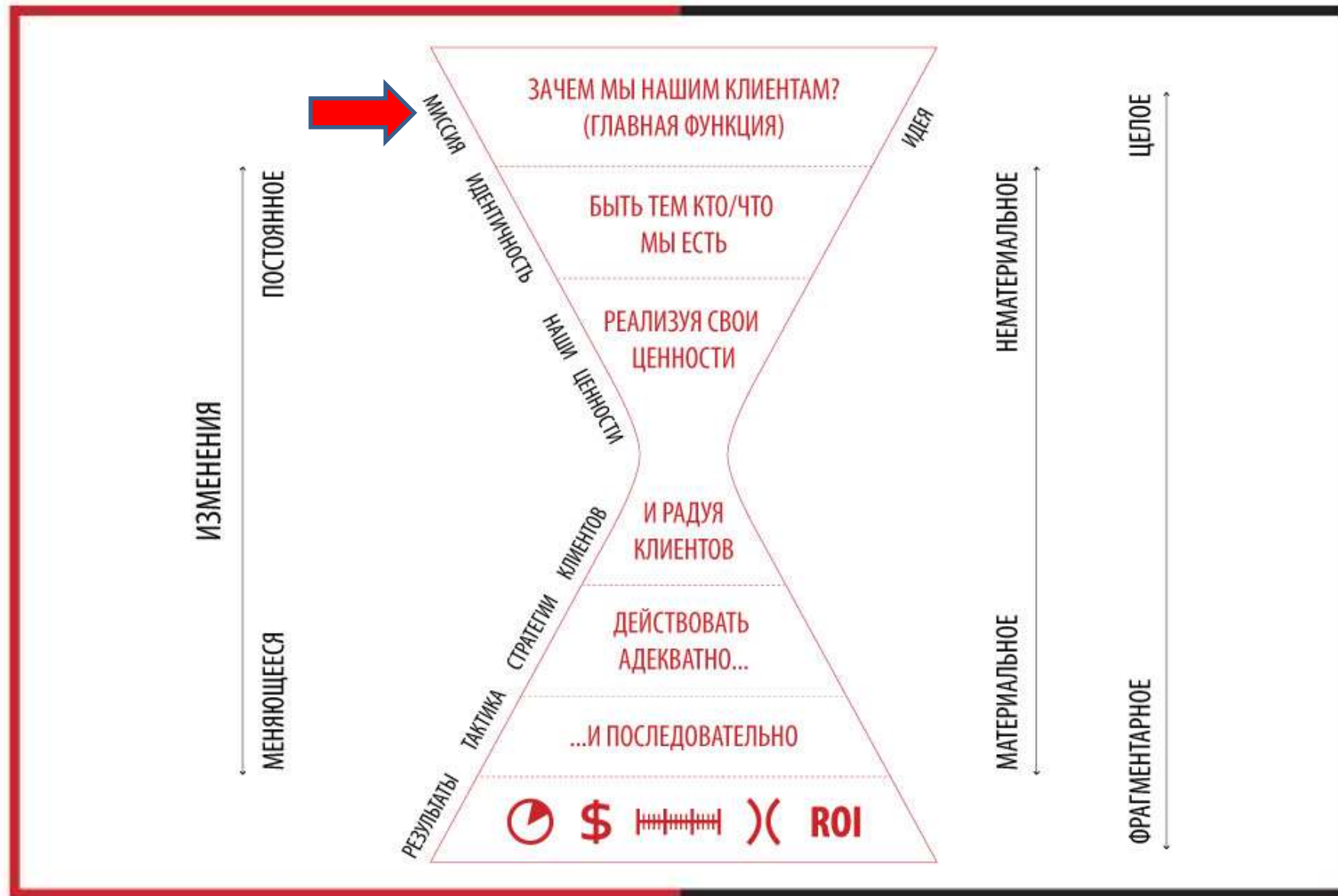
ПРИМЕР ЦЕННОСТЕЙ ОДНОЙ КОМПАНИИ



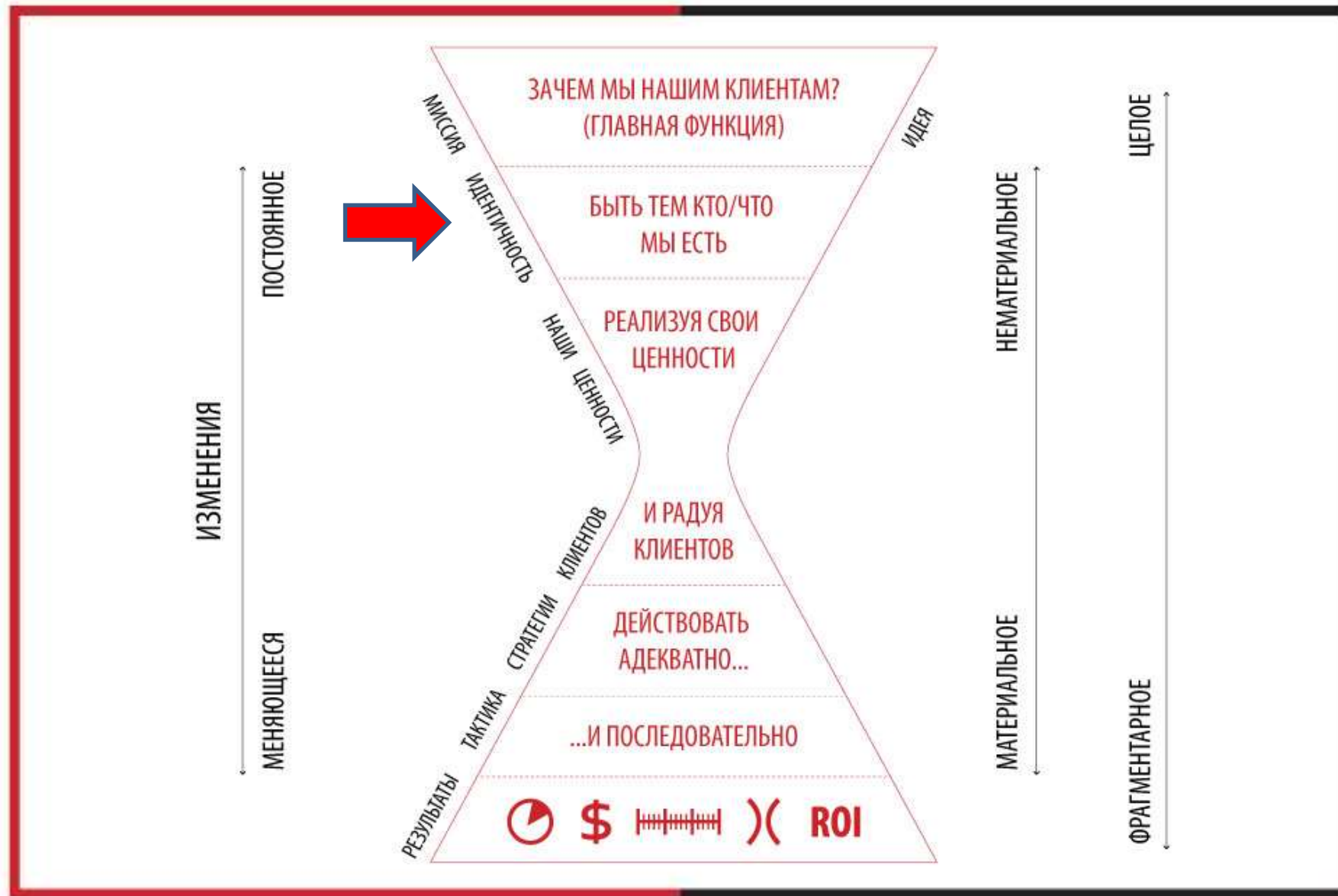
ЗНАЕШЬ СВОИ РЕАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ – ЗНАЕШЬ, КТО
ТВОИ КЛИЕНТЫ



СПИРАЛЬНАЯ ДИНАМИКА КАК ИНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГА

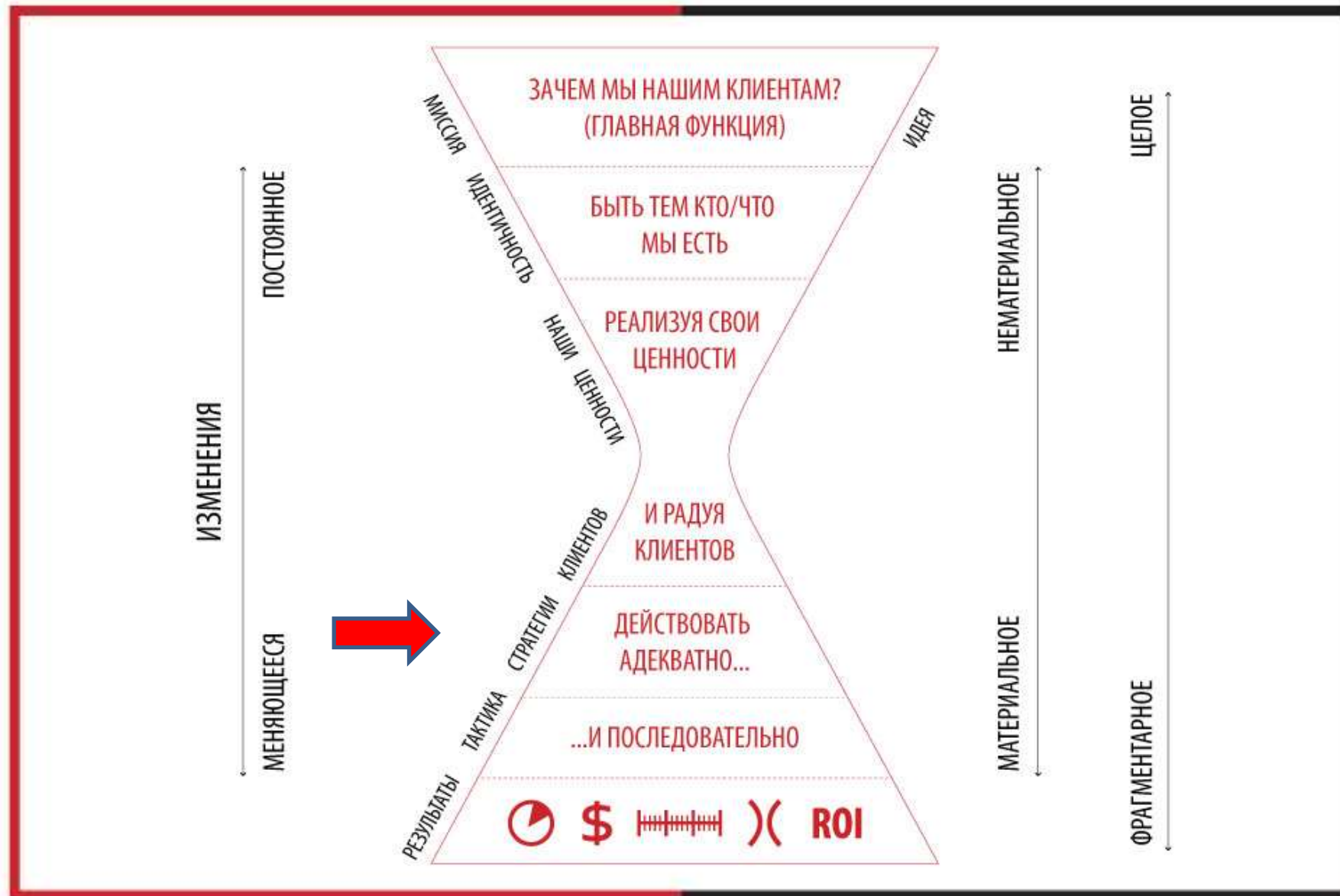


ЗНАЕШЬ, КТО ТВОИ КЛИЕНТЫ – МОЖЕШЬ
СФОРМУЛИРОВАТЬ МИССИЮ

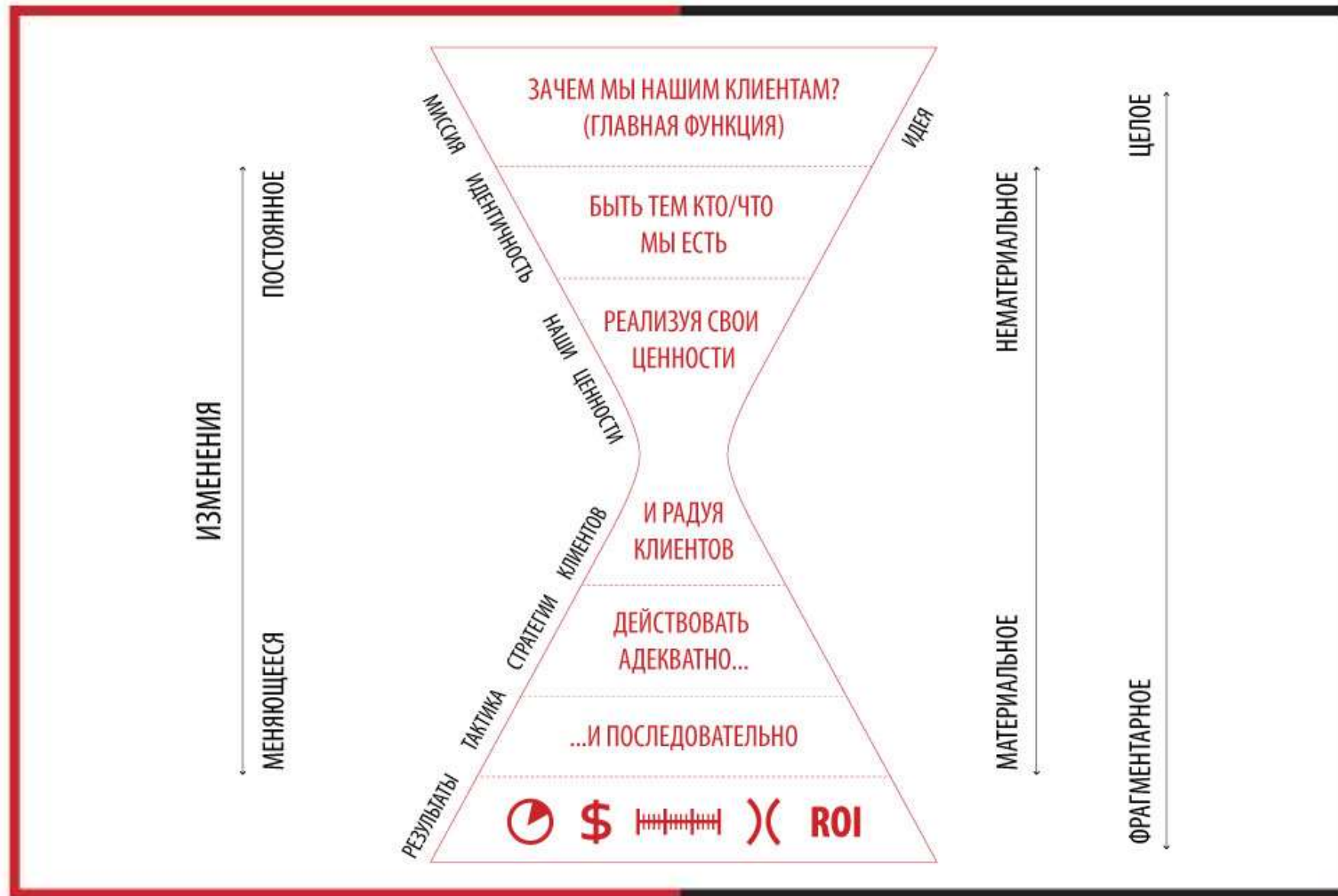


ЗНАЕШЬ МИССИЮ, ЦЕННОСТИ И КЛИЕНТОВ –
ВОЗМОЖНО НАЙТИ ОПТИМАЛЬНЫЙ ОБРАЗ

«BRANDHOUSE» – ЭТО БРЕНД-АКУШЕРКА.



ЗНАЕШЬ МИССИЮ, ЦЕННОСТИ, КЛИЕНТОВ И ОБРАЗ –
 БУДЕТ АДЕКВАТНЫЙ ВСЕМУ ЭТОМУ МАРКЕТИНГ



БРЕНД, ПРИБЫЛЬ – НЕ ЦЕЛЬ, А РЕЗУЛЬТАТ. **СЛЕДСТВИЕ.**

ЦЕЛОСТНОСТЬ ИЛИ ГИБКОСТЬ?

АДЕКВАТНОСТЬ ИЛИ КРЕАТИВНОСТЬ?



ОСНОВА ЕСТЬ. ЧТО ДАЛЬШЕ?


УПРОЩЕННАЯ КОРПОРАТИВНАЯ ИСТОРИЯ:

1. герой (компания)

2. сталкивается с испытаниями


3. выходит обновленным

И ваша аудитория проходит тот же путь вместе с вами – участвует, сопереживает, сочувствует.


 **Родион Раскольников** поделился статусом **Сони Мармеладовой**

Нужна срочная помощь! Как многие из вас, наверное, знают, вчера вечером насмерть был раздавлен мой папенька, отставной чиновник Мармеладов. Семья его находится сейчас в крайне бедственном положении. Не могу сказать, что раньше их положение было не такое бедственное, но при живом отце нищета все-таки выглядит благообразнее. Овдовевшая и больная чахоткой Катерина Ивановна осталась одна с тремя маленькими детьми на руках. Сама помогаю всем, чем могу, работаю сверхурочно, но денег все равно не хватает катастрофически. Кто может, скиньтесь по рублю на достойные похороны. Буду благодарна за перепост.

Мне нравится · Комментировать · Поделиться


 **Александр Заметов**
📍 возле Хрустального Дворца

Запой мой заканчивается более чем странно: сажу с Родион Раскольников, который вот уже битый час меня то смешит, то


 **Порфирий Петрович**

Любопытнейшая статья-с Родион Раскольников в «Периодической речи». Так сказать-с, все-с мои-с профессиональные-с интересы-с затронуты-с.


Мне нравится · Комментировать · Поделиться

 **Родион Раскольников** А я и не знал, что ее в итоге напечатали.


Мне нравится

 **Порфирий Петрович** А ведь напечатали-с, экая штука-с, да?))) Меня там-с одна-с мысль заинтересовала-с про людей-с, которых-с вы называете необыкновенными-с и которые-с могут-с любые-с бесчинства-с творить-с и закон-с-с-с для них будто бы не писан.

Мне нравится

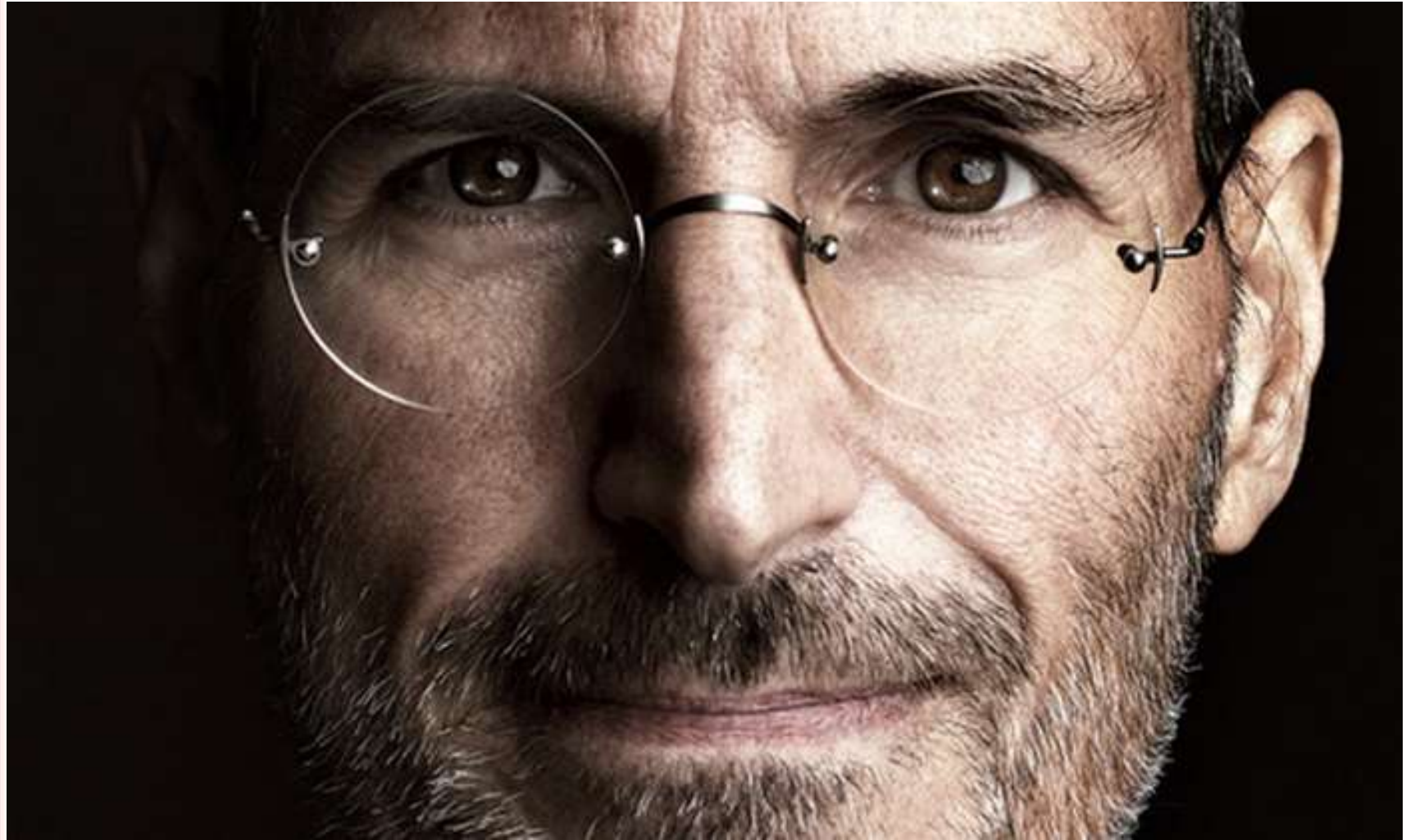
 **Дмитрий Разумихин** У меня ссылка не открывается, но Родька такого точно не мог написать, вы чего-то не так поняли

👍 Родиону Раскольникову это понравилось

 **Родион Раскольников** Ну я просто намекнул, что человек необыкновенный может принести какие-то жертвы, если его идея того потребует, вот и все.

ВСЕ ТОТ ЖЕ РОДИОН РАСКОЛЬНИКОВ СЕГОДНЯ

<http://w-o-s.ru/article/2580>



ЦЕЛЬ. МЕНЯТЬ МИР?

brandhouse



КАКОГО МИРА ВЫ ХОТИТЕ?

brandhouse

ВЫ РЕШАЕТЕ ЧТО-ТО ИЗМЕНИТЬ:

Что-то вас не устраивает, и вы хотите что-то
изменить...

Вы создали «картину желаемого будущего» и
хотите ее реализовать...

Вы хотите изменить себя...

Вы хотите изменить рынок...

Вы хотите изменить клиентов...

КАК НАЧИНАЕТСЯ **ПРОАКТИВНАЯ** ИСТОРИЯ?

ВАМ ПРИХОДИТСЯ МЕНЯТЬСЯ:

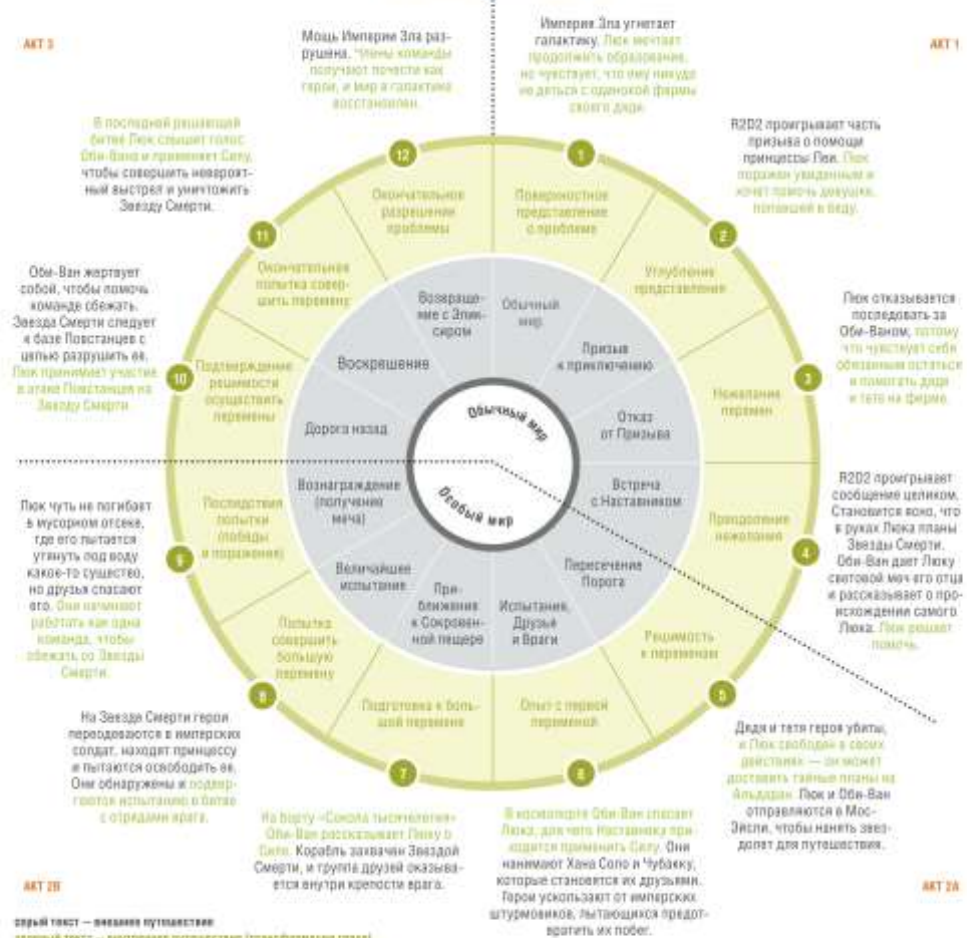
Кто-то или что-то вам угрожает;
Вам приходится измениться под воздействием
обстоятельств;
Клиенты изменили свои предпочтения;
Изменились правила игры;
(В вас кто-то влюбился)

КАК НАЧИНАЕТСЯ РЕАКТИВНАЯ ИСТОРИЯ?



КОНФЛИКТ МЕЖДУ ИНТЕРЕСАМИ, КАРТИНАМИ МИРА,
ЖЕЛАНИЯМИ И ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Путешествие Героя



серый текст — название путешествия
зеленый текст — внутреннее путешествие (трансформация героя)

Дополнительный факт: Говорят, что когда Джордж Лукас начал писать на работу Джозефа Камбелла, он переделал «Звездных войны: Эпизод IV» так, чтобы фильм в большей степени следовал давней модели.

Мифы и кино дают уроки

СТРУКТУРА ИСТОРИИ

Ненси Дуарте «Resonate» изд-во «Манн, Иванов, Фербер»





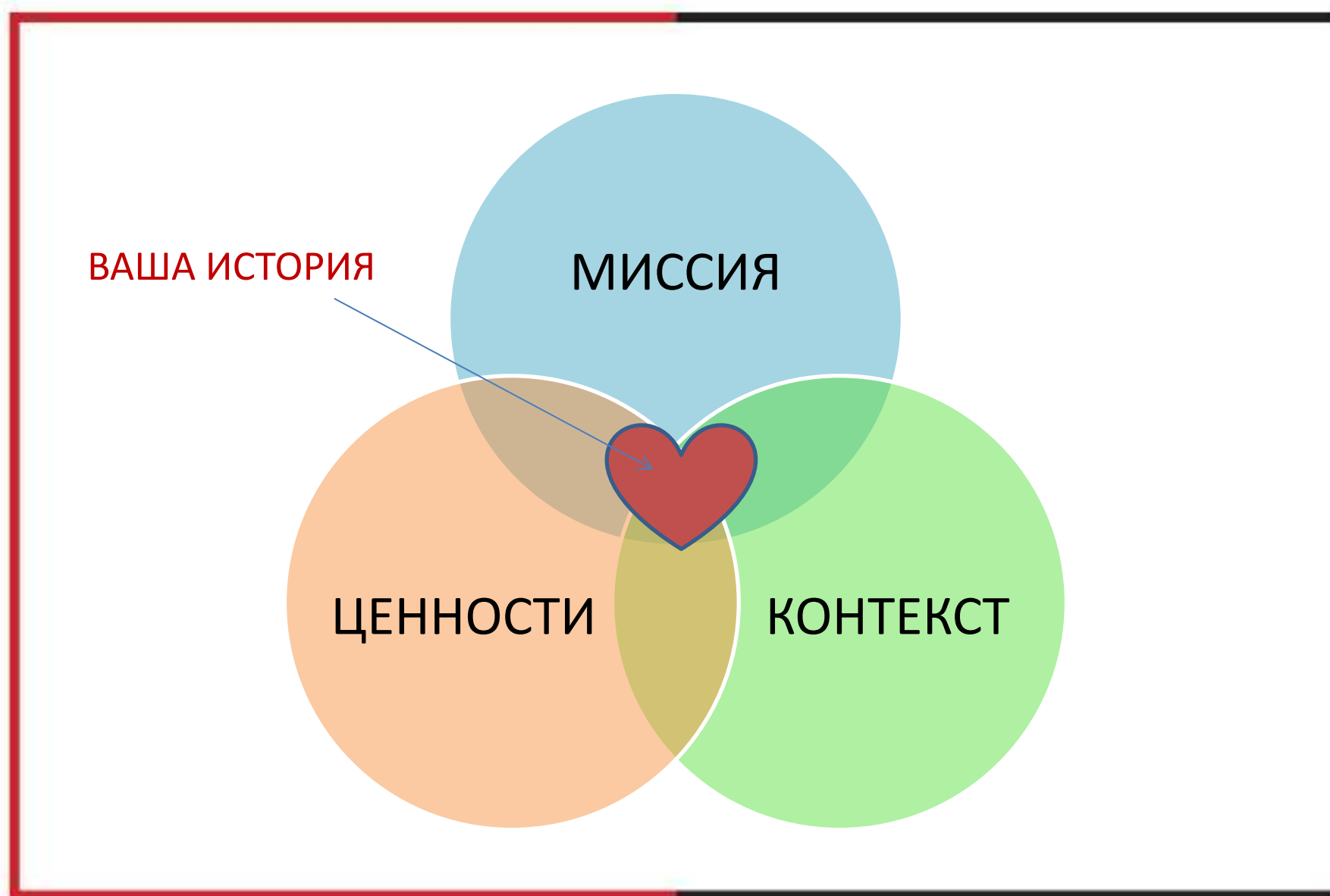
90% ОТКАЗЫВАЮТСЯ, И ПРЕВРАЩАЮТСЯ В
«ЗАВИСТНИКОВ»



ЧТО СЛЫШИТ «СОМНЕВАЮЩАЯСЯ ЧАСТЬ» ГЕРОЯ?



ГЛАВНЫЙ МЕССЕДЖ МОЕГО ВЫСТУПЛЕНИЯ



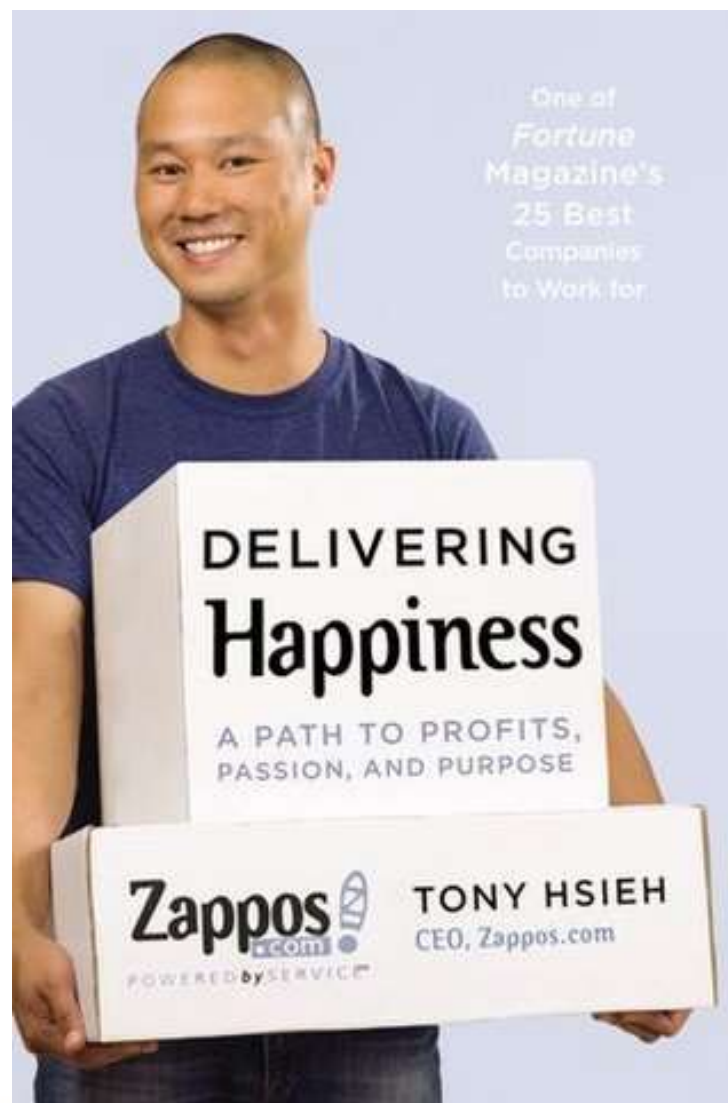
КАК ПОНЯТЬ, ВАША ЛИ ЭТО ИСТОРИЯ?



МИХАЙ ЧИКСЕНТМИХАЙИ «ПОТОК»



«БИЗНЕС МОЖЕТ РАДОВАТЬ»



«УПРАВЛЯЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРОЙ». ИСТОРИЯ
О СМЕНЕ ЦЕННОСТЕЙ ОСНОВАТЕЛЯ



«У НАС МОЖНО ДЕЛАТЬ БИЗНЕС ЧЕСТНО И БЕЗ
ВЗЯТОК»...

brandhouse



«ПРАВИЛА БИЗНЕСА СТОИТ ПЕРЕСМОТРЕТЬ С ТОЧКИ
ЗРЕНИЯ ЗДРАВОВОГО СМЫСЛА»...



ГЕРОЙ С ХАРАКТЕРОМ



ПОБУЖДАЮЩАЯ СИТУАЦИЯ



ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ ЦЕЛЬ – ВЕРНУТЬ ПОКОЙ В СВОЕ
БОЛОТО

brandhouse



КОНФЛИКТ: КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ



КОНФЛИКТ: ОЖИДАНИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ



КОНФЛИКТ: ПОТЕРЯ СМЫСЛА



РЕШАЮЩАЯ БИТВА

brandhouse

*Принц не очарователен.
Принцесса не спит.
Закадычный друг не помогает.
Людоед — герой.
Сказки никогда не будут прежними*

МИР «ШРЕКА»



КУЛЬМИНАЦИЯ



КТО КОРПОРАТИВНЫЙ СЦЕНАРИСТ?



КТО КОРПОРАТИВНЫЙ РЕЖИССЕР?



ВЫХОДИТЕ ЗА ГРАНИЦЫ

brandhouse



КАКОЙ БУДЕТ ВАША ИСТОРИЯ?

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Джозеф Кемпбелл «Тысячеликий герой»/»Герой с тысячей лиц»

Ненси Дуарте «RESONATE» изд-во «Манн, Иванов, Фербер»

Алексей Каптерев «МАСТЕРСТВО ПРЕЗЕНТАЦИИ» изд-во «Манн, Иванов, Фербер», любые другие публикации

Олег Линецкий, публикации

Роберт Макки «История на миллион долларов»

СЛОВАРИК И СВЯЗЬ ПОНЯТИЙ

Идеология – система взглядов, сознательно формулируемая составляющая мировоззрения человека или сообщества.

Брендинг – последовательные маркетинг, PR, HR, административные политики на основе бренд-платформы.

Бренд-платформа – смысловая платформа организации. Ее «конституция». Ее «идеология». Содержит видение, миссию, ценности, политики.

Миссия – точка пересечения интересов компании и ее клиентов. Как правило, отвечает на вопрос «Зачем мы клиентам?»

Ценности – реальные «важности» ТОП-менеджмента, которые практически, в процессе жизни компании, формируют корпоративную культуру.

Позиционирование – процесс и результат пристрелки вашего маркетингового ружья. Результат - Выгодное (для выбранной социальной группы) Реальное Отличие.

Социальная группа – некоторое количество людей, имеющее один или несколько общих социальных признаков.

brandhouse

МОИ КОНТАКТЫ:

+38 (067) 503 51 46

TZ@BX.COM.UA

WWW.BRANDHOUSE.COM.UA

wikicity
nomica



ДИЗАЙН-ПАРТНЁР:



WWW.MITCI.COM.UA