

КРИЗИС ДОВЕРИЯ

В МАРКЕТИНГЕ: КУЛЬТУРА VS СТРАТЕГИЯ

ARTEM ZAGORUYKO | TRUE DIGITAL DAY'24

Всю свою проф жизнь я искал наиболее эффективный рычаг, чтобы увеличить бизнес

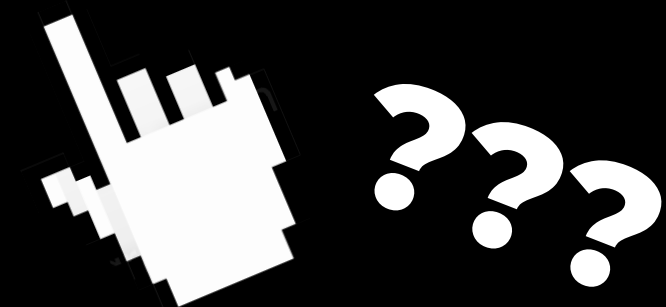
○ Реклама Acquisition Лидочки

○ Аналитика Data ROI

○ Бренд Эмоции Коммуникации

○ Люди Менеджмент БП

✓ Стратегия Market-ing 7P



Всю свою проф жизнь я искал наиболее эффективный рычаг, чтобы увеличить бизнес

○ Реклама Acquisition Лидочки

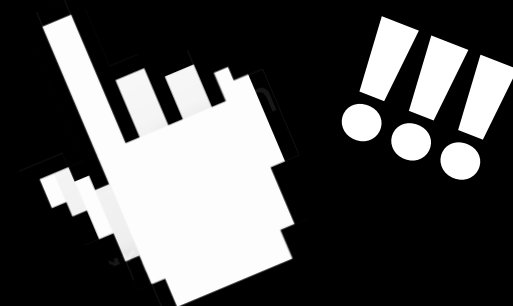
○ Аналитика Data ROI

○ Бренд Эмоции Коммуникации

○ Люди Менеджмент БП

✓ Стратегия Market-ing 7P

✓ Культура Ценности Убеждения

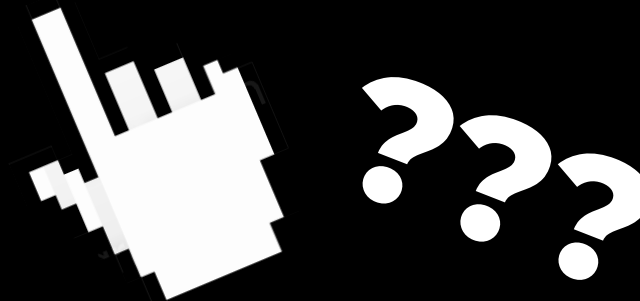


ДОВЕРИЕ

Generally speaking, would you say that most people can be trusted or that you need to be very careful in dealing with people?

☐ Most people can be trusted

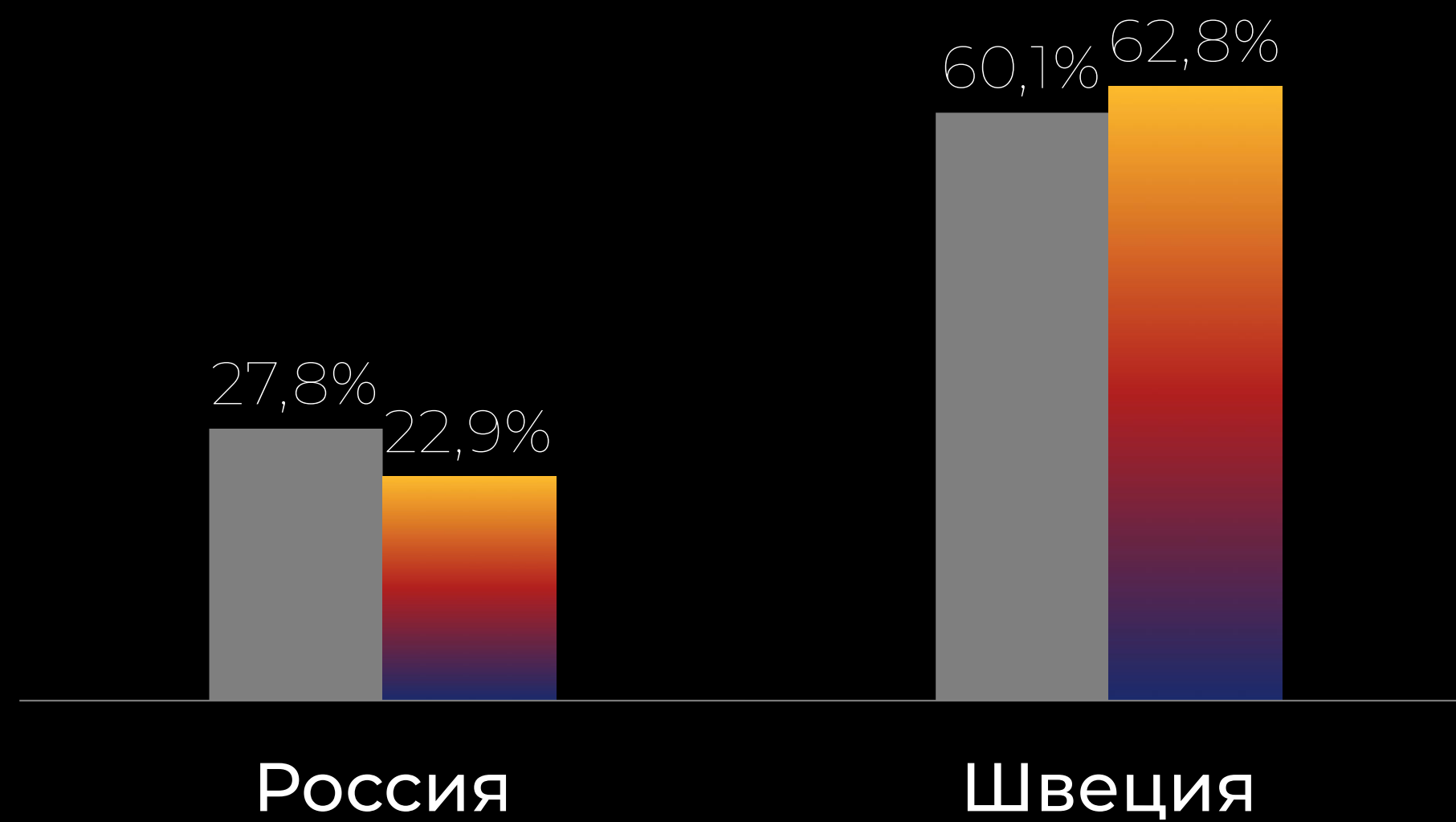
☐ Need to be very careful



Средний уровень доверия большинству людей

Most people can be trusted

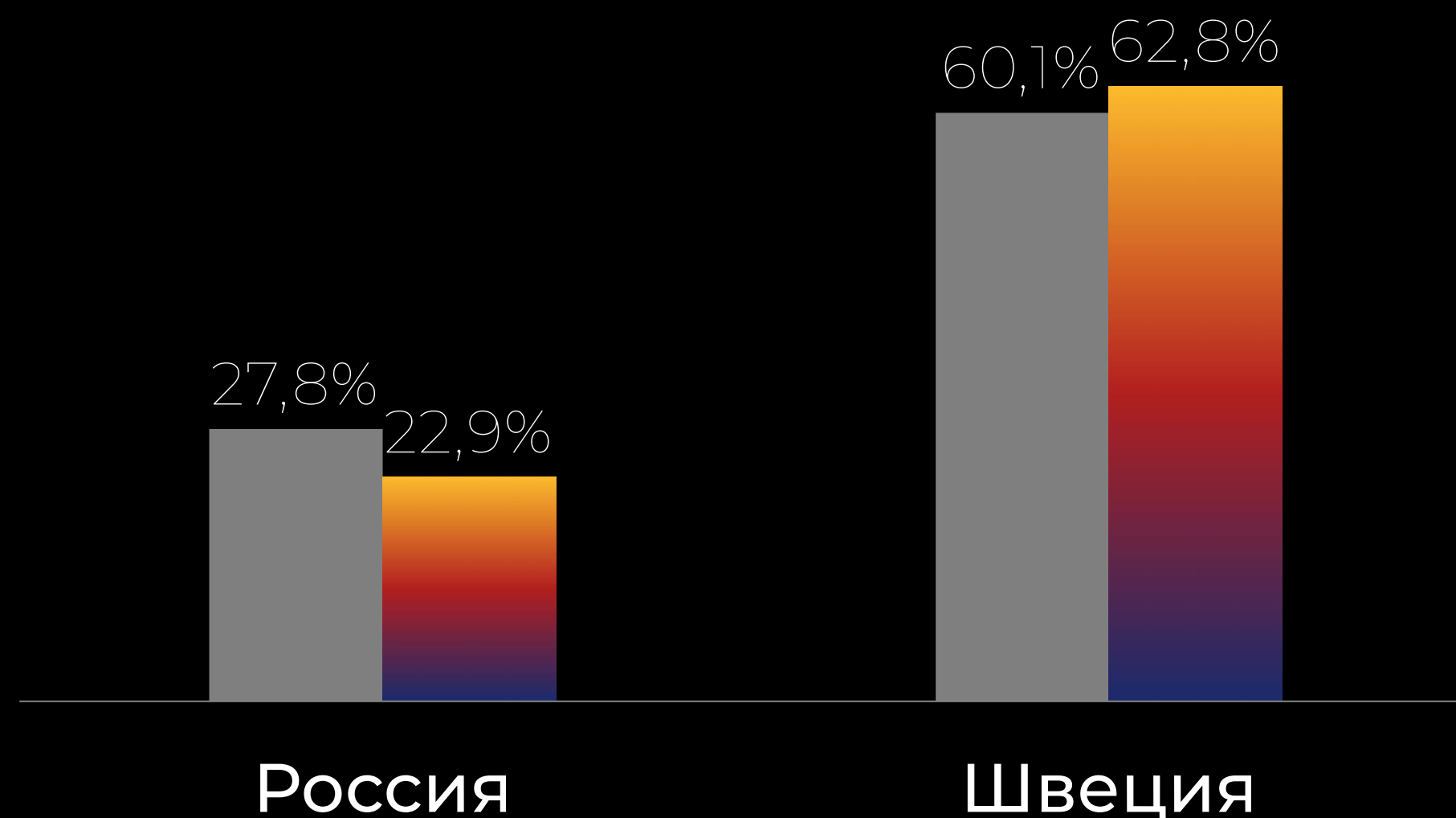
■ 2014 (6 волна) ■ 2022 (7 волна)



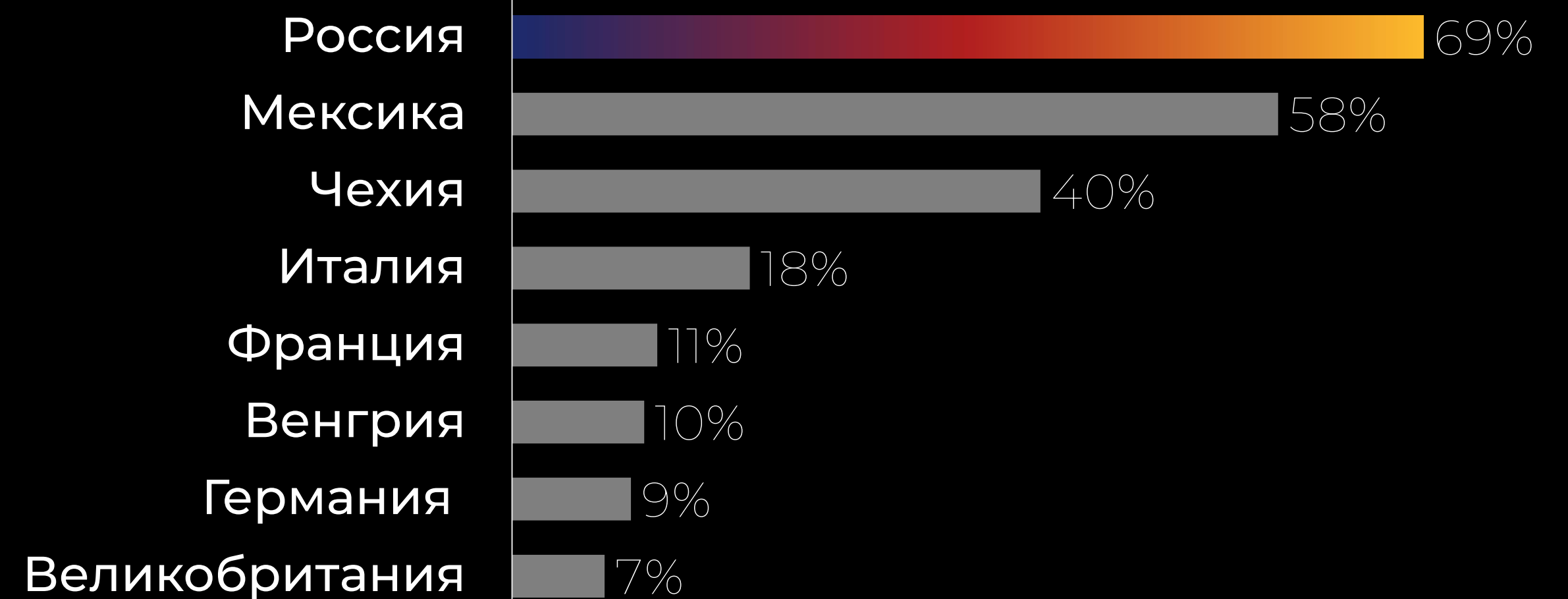
Если бы в России уровень доверия был такой,
как в Швеции, то ВВП на душу населения
был бы на 69 % больше

Most people can be trusted

■ 2014 (6 волна) ■ 2022 (7 волна)



Прирост ВВП на душу населения при уровне доверия, как в Швеции



Как это вообще возможно? В чём магия?

Всё дело – в транзакционных издержках

Если люди доверяют друг другу, не нужно дополнительно

✗ искать гарантии

✗ давать взятки

✗ ...

✗ нанимать юристов

✗ совершать лишние действия

... для того, чтобы один человек выполнил обязательства перед другим.

То же – на микроуровне (организации).

Типичные последствия дефицита доверия:

✗ административные косты

✗ вечный цейтнот ЛПР

✗ медленные решения

✗ демотивация сотрудников

✗ выученная беспомощность

✗ корп войны

✗ потеря обратной связи

✗ проекты вязнут

✗ расчеловечивание

То же – в нашей родной индустрии



о Реально делаем

- о Тендеры по полгода
- о Отчётности
- о Дерьмовые слайды
- о Полиграф
- о Новые вводные и указания
- о Бесконечные согласования
- о Тысячи чатов и писем
- о «Мяч на их стороне»
- о ...

о Должны бы делать

- о Изучение болей, потребностей клиентов
- о Создание / трекинг ценностей
- о Их трансляция вовне и внутри
- о Управление единой концепцией
- о Анализ «черного ящика»
- о Глубокий анализ CJM и ROMI
- о Поиск системных точек роста / оптимизации
- о Маховик test&learn
- о ...

В ИТОГЕ

- 1 Процвечают корп политики;
трансформируется роль маркетолога
- 2 Проекты делаются долго, дорого, криво
и никого не радуют
- 3 Реальный лид создаётся на 3-5 уровней ниже;
стоимость «бредовой» работы переносится в цену (лида)

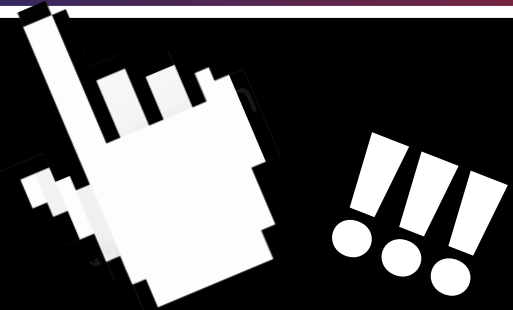
меньше ЦА

хуже ROI

недоинвестирован рост

Разрываем порочный круг

- Стратегия прироста доверия
- Пассионарии-единомышленники

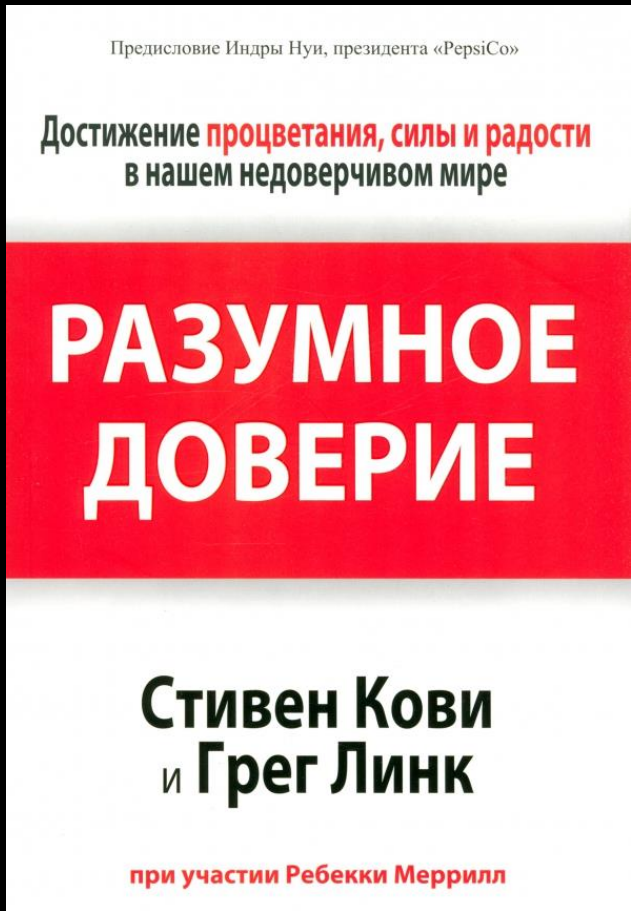
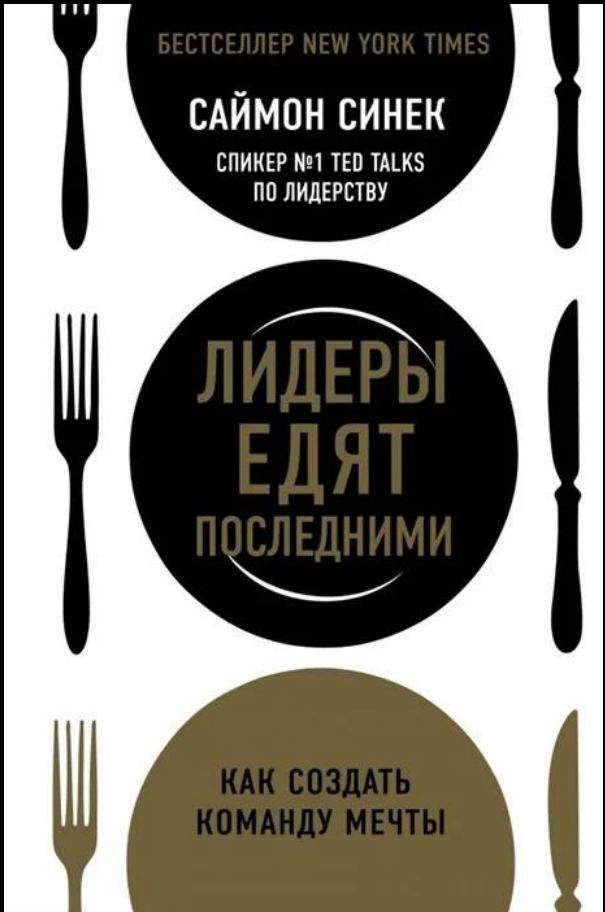


LET'S DISCUSS



@ART_GROWTH

APPENDIX | Что почитать на тему



+

