

г.Москва



@SEMitrofanov

17 октября 2012 года

© Сергей Е. Митрофанов

Директор по  
стратегии

**SOCIALIST**  
мы приближаем бренды к людям

**BRAND STRATEGIST - 8 лет**  
customer experience (& service) management - более 15 лет

**Tbilisi**  
The city that loves you

**Naveon**  
ваша навигация в мире покупок

**ПервыйБИТ**  
Если быть, то быть первым

**УРАЛЬСКИЙ  
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**  
имени первого Президента  
России Б. Н. Ельцина

БЕЛЫЙ ВЕТЕР  
ЦИФРОВОЙ

**VELLE**



**МДМ Банк**

**АТЛАНТ**

**УРСА Банк**



**DOMO**  
техника ярких впечатлений

**инмарко**

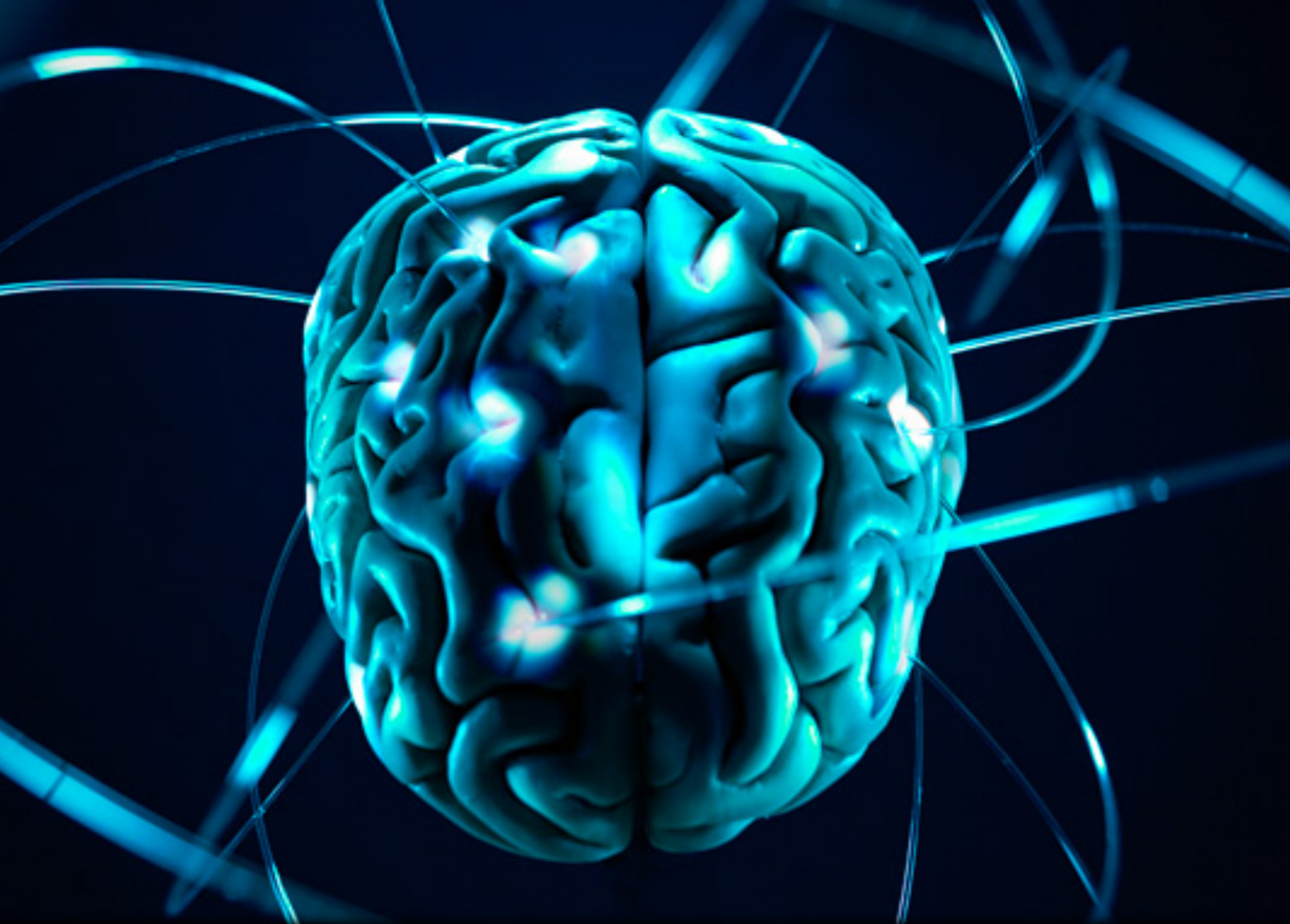
**Новард**

**МИНИПОЛИС**

**Быстров**

**(game)land**  
PUBLISHING FOR ENTHUSIASTS

**ЭКОНИКА**  
Весь мир у Ваших ног!



Истории о том, как интернет изменит бренды.

A close-up photograph of a person's finger touching a smartphone screen. The screen displays several social media icons, including the Facebook 'f' logo and a microphone icon. The background is dark, and the lighting highlights the texture of the phone's surface and the skin of the finger.

# БОЛЬШИЕ БРЕНДЫ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

г.Москва, для участников конференции «TOP Marketing»

Сергей Митрофанов © 17 октября 2012 года

**Развитие технологий  
постоянно вносит  
изменение в понимание  
того, что определяется  
словосочетанием  
«человек разумный»**





*Дейв Кэррол, музыкант, Канада*

**«...Это знаменательное событие сделало Дэйва символом **возможностей** социальных медиа в мире, где предпочитают не обращать внимания на клиентов ...»**

# BRAND MANIFESTO

2002 год || [www.medinge.org](http://www.medinge.org)



- ▶ **Брендинг – это выполнение обещаний.**
- ▶ **Чтобы стать понятным, бренд должен фокусироваться на чём-то конкретном.**
- ▶ **Бренды – не рекламные объявления.**
- ▶ **Брендинг объединяет увлеченных людей.**
- ▶ **Деньги теряют влияние на построение отношений.**
- ▶ **Хорошие бренды должны делать людей счастливыми.**
- ▶ **Бренды приносят в организацию человечность.**
- ▶ **Бренды создают сообщества.**







## [note.bene] – записные книжки ручной работы

✓ Liked

641 likes · 72 talking about this

### Product/Service

Совместный проект Лавки необычных подарков "Живые вещи" и Мастерской идей Дмитрия Кузина. Официальная страница проекта: <http://bizportret.ru/?>



641

Photos

Likes

[www.facebook.com/notebenebook](http://www.facebook.com/notebenebook)

## Дмитрий Кузин

[www.facebook.com/dmitriy.kuzin](http://www.facebook.com/dmitriy.kuzin)

**[note-bene]**

деловые аксессуары ручной работы



**[note.bene]**  
деловые аксессуары ручной работы

h for people, places and things

[note.bene] - записные к... Timeline Now

[note.bene] - записные книжки ручной работы  
7 August

Товарищи! Спасибо вам огромное за заказы! Всё дело в том, что тот объём производства, которого мы достигли благодаря небезызвестной статье (по нашему бизнес-плану мы ожидали такого объёма только через 5-7 месяцев) ничего не сломал в пресловутой цепочке. Напротив, мы стали ещё более уверены в своих силах и возможностях. И мы чудесно справились и продолжаем справляться! НО! Мы тупо выгребли с завода всю кожу, сумев (!) удовлетворить даже самые срочные заказы. А поскольку мы дорожим своим именем, репутацией и мнением наших клиентов, мы просто не хотим брать ту кожу, которая огорчит и нас и вас. Процесс производства кож на заводе с нулевого цикла составляет 21 день. Кожа поступит к нам уже через 1,5 недели. Срочные заказы мы не принимаем только на Конверты Путешественника Premium рыжего и бежевого цветов. На остальные позиции как принимали, так и продолжаем, поскольку последние 2 дня мастерская занималась пополнением склада. Конверты Премиум коричневого цвета мы сможем изготовить уже через неделю. Таким образом, если раньше чего-то не было на складе, мы изготавливали это за 5-10 дней. Следующие 2 недели мы будем изготавливать "это" на 4 дня дольше, чем обычно.

«...Активность его в социальных сетях дала быстрый результат: первые четыре месяца 2012 г. заказов поступало столько, что Наченская [партнёр Дмитрия] едва справлялась с пошивом. Месячная выручка достигла 150 000 руб., и вся она снова вкладывалась в дело.

«Мы расслабились, снизили активность, даже новости на страничке в ФБ стали вывешивать по шаблону», — говорит Кузин. И это тут же сказалось на продажах, которые в апреле 2012 г. упали до 30 000 руб. Это уже уровень даже не маленького бизнеса, а хобби, считает Кузин...»

«ВЕДОМОСТИ» 03/08/2012

<http://www.vedomosti.ru/career/news/2012/08/03/2480971?full#cut>



**Постоянные  
размышления о  
достижениях  
прошлого отвлекают  
от возможностей  
будущего**

# **БРЕНДИНГ ЭТО:**

## **РАССКАЗ**

**как и что мы рассказываем  
про себя**

## **КУЛЬТУРА**

**наше отношение и то,  
как мы делаем что-либо**

# Росатом: интеграция в игру «Мегаполис».

Мы дали пользователям уникальную возможность – возможность сравнить разные источники энергии и сделать собственный выбор.

В течение месяца проекта пользователи построили около 200 000 виртуальных АЭС.

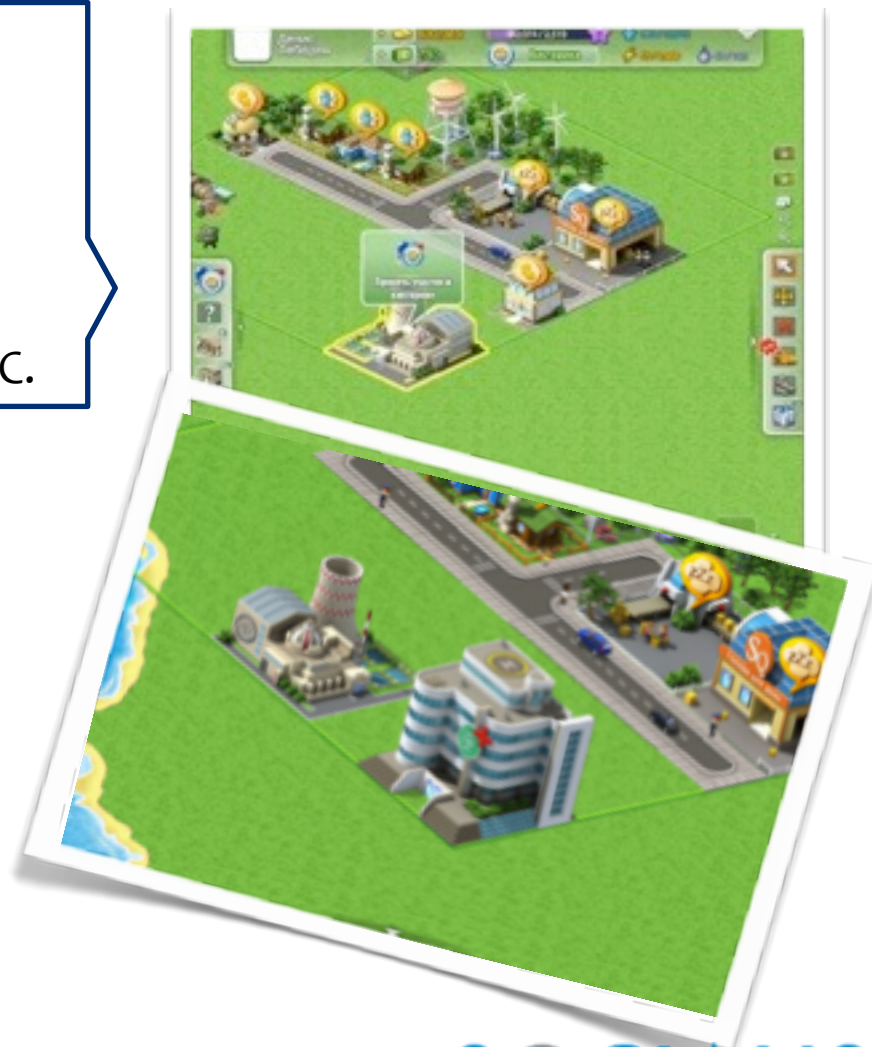
Но главное – в игре через механизм викторины мы стимулировали пользователей узнать об атоме и радиации больше.

Ежедневно на вопросы отвечало около 150 000 игроков.

Процент неправильных ответов сократился с 40 в начале проекта до 25 в конце.



РОСАТОМ



**SOCIALIST**  
мы приближаем бренды к людям

# DEMYTHIFYING SOCIAL MEDIA

THE  
McKinsey Quarterly



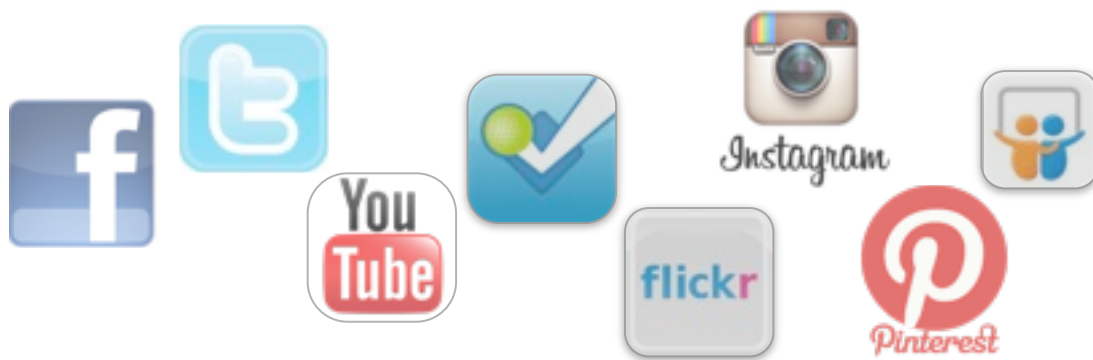
# DEMYTHIFYING SOCIAL MEDIA



Компании, у которых работа в социальных медиа реализована как часть корпоративной стратегии, способны:

- **создавать принципиально новые бренд-активы** (такие как обратная связь от клиентов),
- **открывать новые каналы взаимодействия** (сервис, построенный на Twitter, новостная лента на Facebook),
- **полностью изменить позицию бренда через общение** его сотрудников с клиентами и другими сторонами.





▶ **Усиление бренда**

*стать центром общения между клиентами.*

▶ **Снижение затрат**

*низкие затраты на коммуникации с клиентами, выявление неудовлетворённых клиентов, обслуживание и повышение эффективности традиционных видов коммуникации*

▶ **Развитие инновационных продуктов**

*поиск новых идей для продуктов и услуг*

▶ **Увеличение выручки**

Ещё недавно было модным иметь сообщество на Facebook, но сегодня становится модным **заботится о клиентах с помощью Facebook...**



...заботится  
о клиентах  
с помощью  
Facebook...



[www.socialbakers.com/blog/658-socially-devoted-brands-respond-in-4-minutes/](http://www.socialbakers.com/blog/658-socially-devoted-brands-respond-in-4-minutes/)

Вам нет смысла разрабатывать отдельную стратегию для социальных медиа. **Вам нужна бренд стратегия,** которая будет использовать новые медиа.

Не стоит кардинально менять стратегию бренда только лишь из-за того, что появился новый канал коммуникаций, иначе вы потеряете основу вашего бренда. Технологии это всего лишь телега, которую опасно ставить впереди лошади.



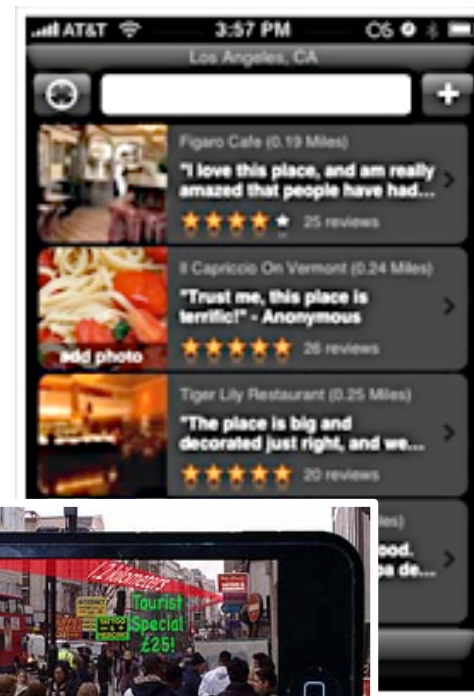
**Клиент экспериментирует.  
Он ищет новые возможности совершать  
покупки: дешевле, проще, быстрее,  
комфортнее...**



# Успех в «Эпоху Цукерберга» зависит от своевременного пересмотра вашей бизнес модели



# МЕГАТРЕНДЫ 2010x

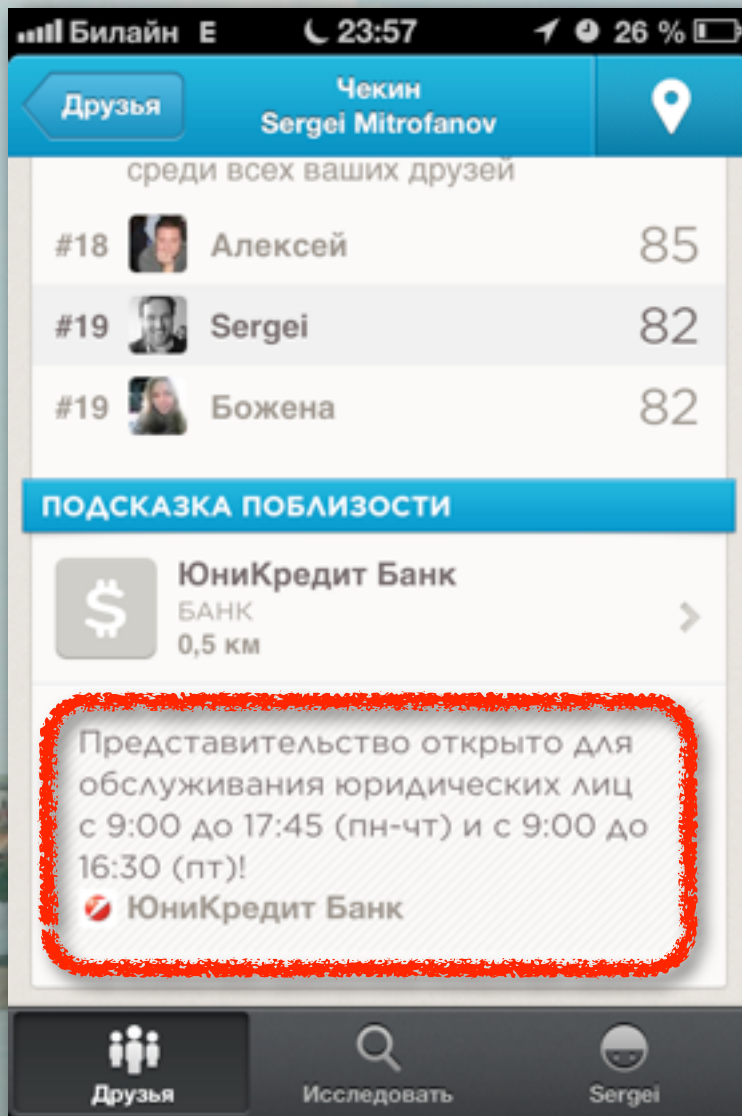


# МОБИЛЬНОСТЬ

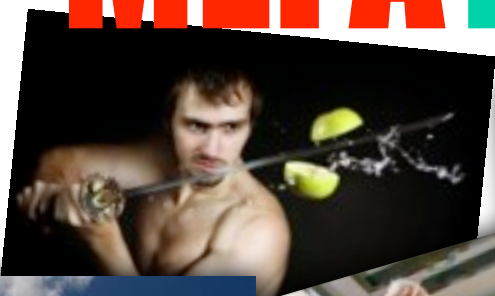


**SOCIALIST**  
мы приближаем бренды к людям

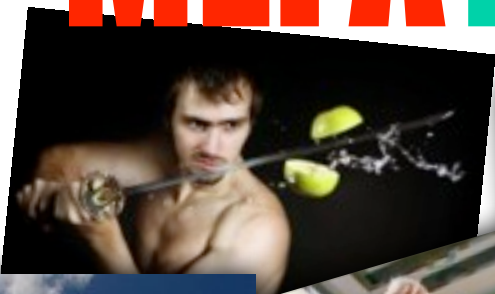




# МЕГАТРЕНДЫ 2010x

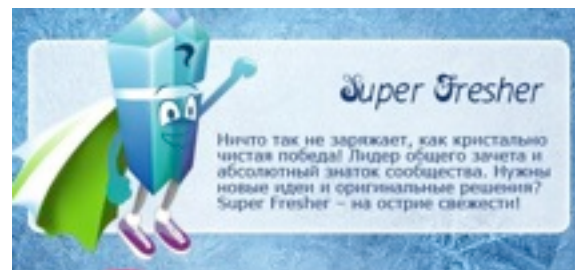


# МЕГАТРЕНДЫ 2010x

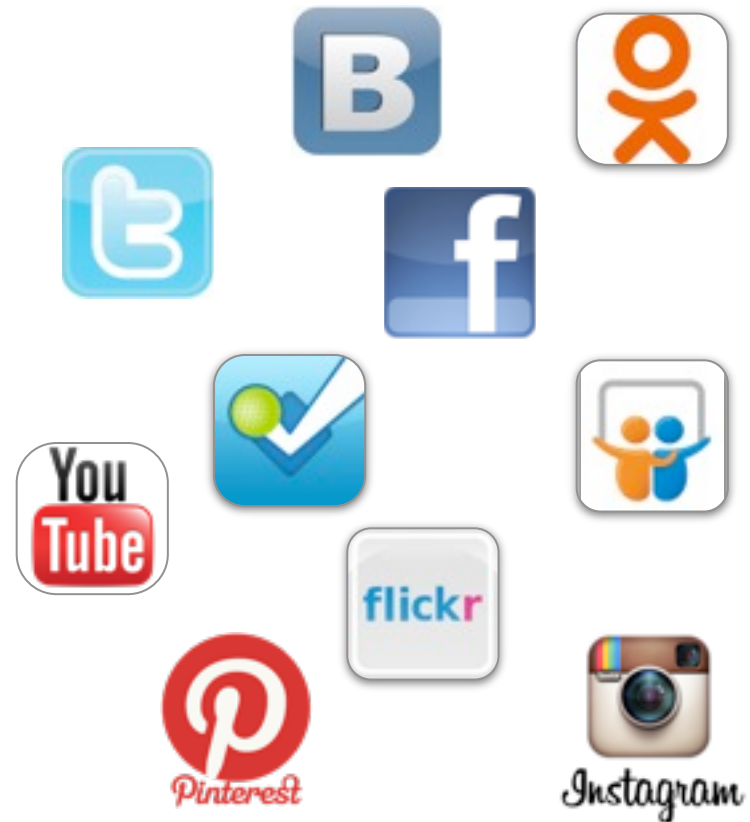


НО SOCIAL MEDIA – ЭТО НЕ ТОЛЬКО ОБЩЕНИЕ. ЭТО...

# ГЕЙМИФИКАЦИЯ ОБЩЕНИЯ



# МЕГАТРЕНДЫ 2010х



# ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

# SOCIALIST

мы приближаем бренды к людям

- ▶ **Ответственность, как успех\*** - мы работаем в открытом пространстве новых медиа где нет места для непродуманных шагов, отсутствию искренности и откровенности в отношениях.

*\*) выдержка из ценностей компании SOCIALIST*

# МЕГАТRENДЫ 2010x



# Многообразие информации ведёт к утрате внимания





не просто «лучший»,  
а **ЕДИНСТВЕННЫЙ**



# ВАШ ПЕРСОНАЛ...



... первая линия защиты  
вашего бренда.



«Мы сократили наши внутренние правила использования сотрудниками социальных сетей с трех страниц до трех слов - *empower and trust* (предоставь возможности и доверяй)»

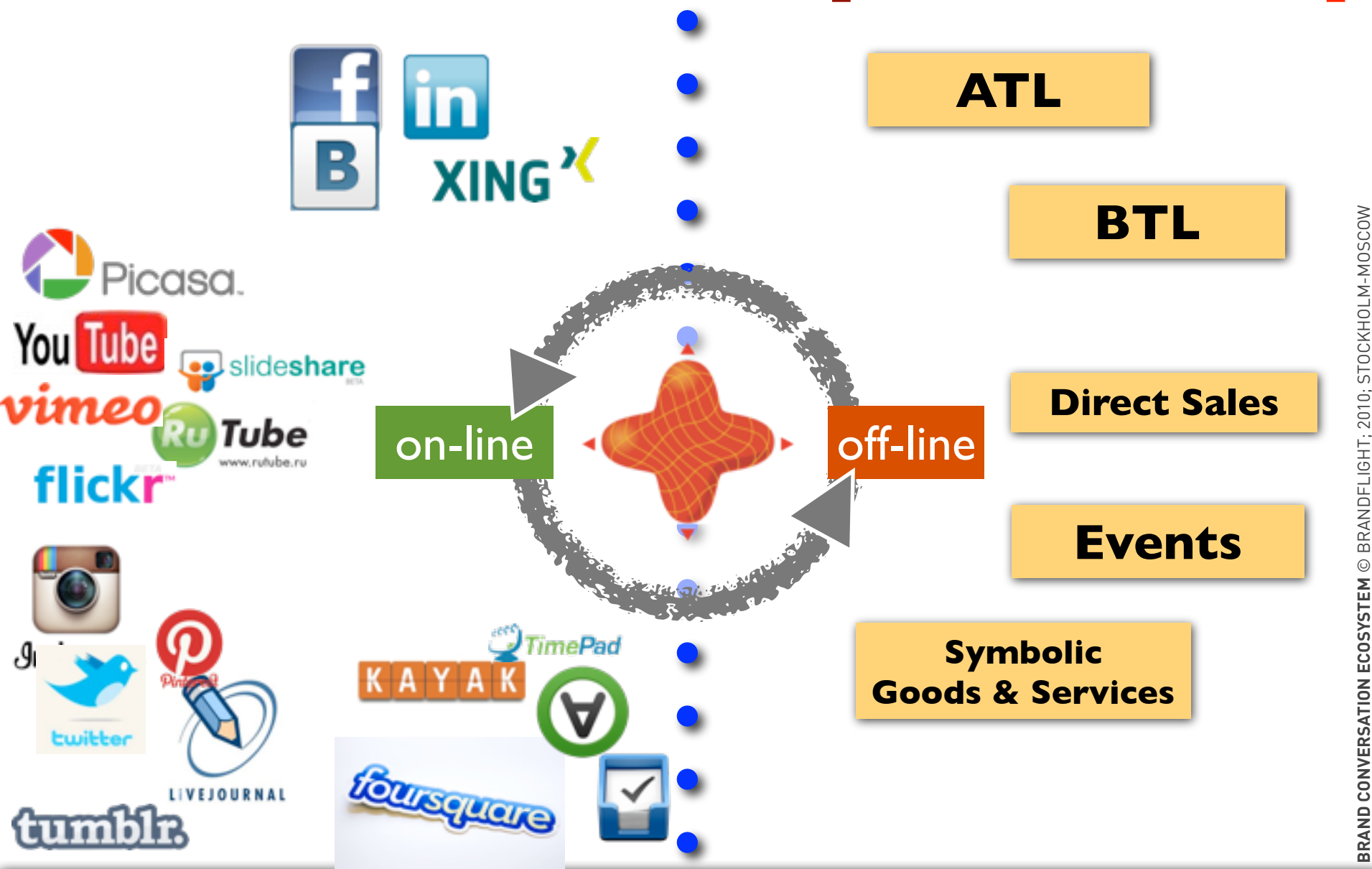
*Герхард Ворстер,  
Директор по стратегии австралийского офиса Deloitte*



# От долгосрочных рекламных кампаний к долгосрочному общению

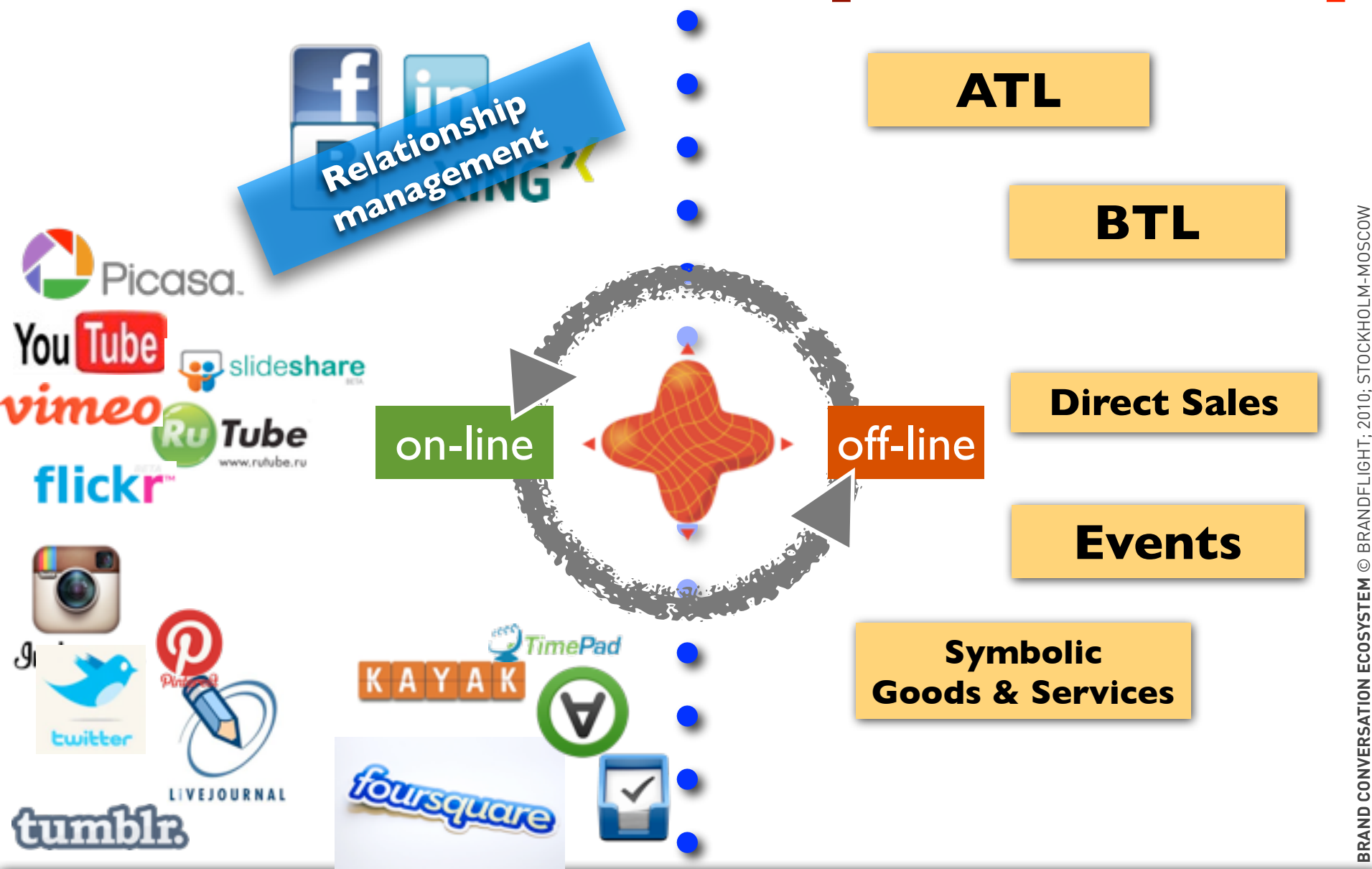


# ЭКОСИСТЕМА ОБЩЕНИЯ БРЕНДА



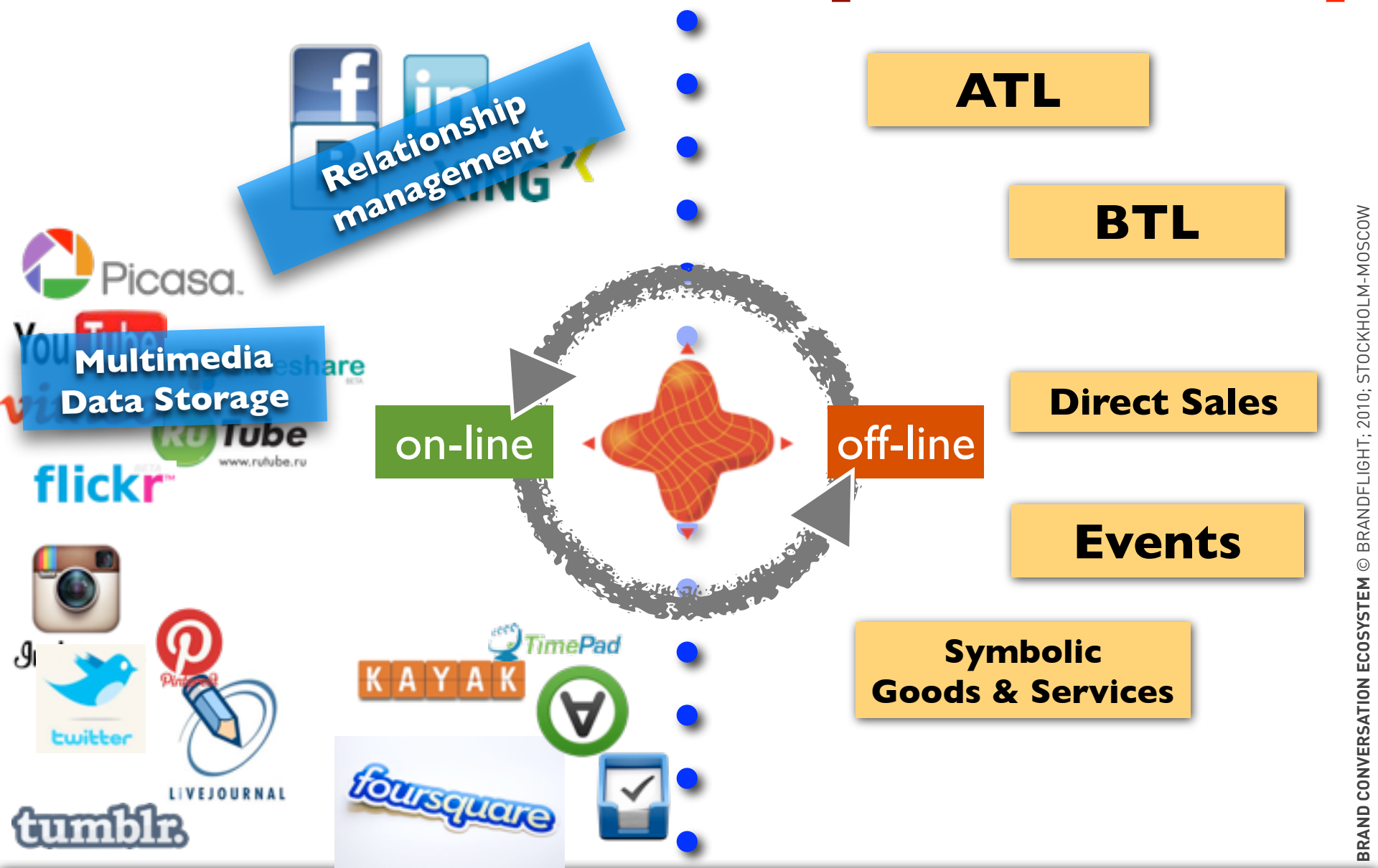
BRAND CONVERSATION ECOSYSTEM © BRANDFLIGHT; 2010; STOCKHOLM-MOSCOW

# ЭКОСИСТЕМА ОБЩЕНИЯ БРЕНДА



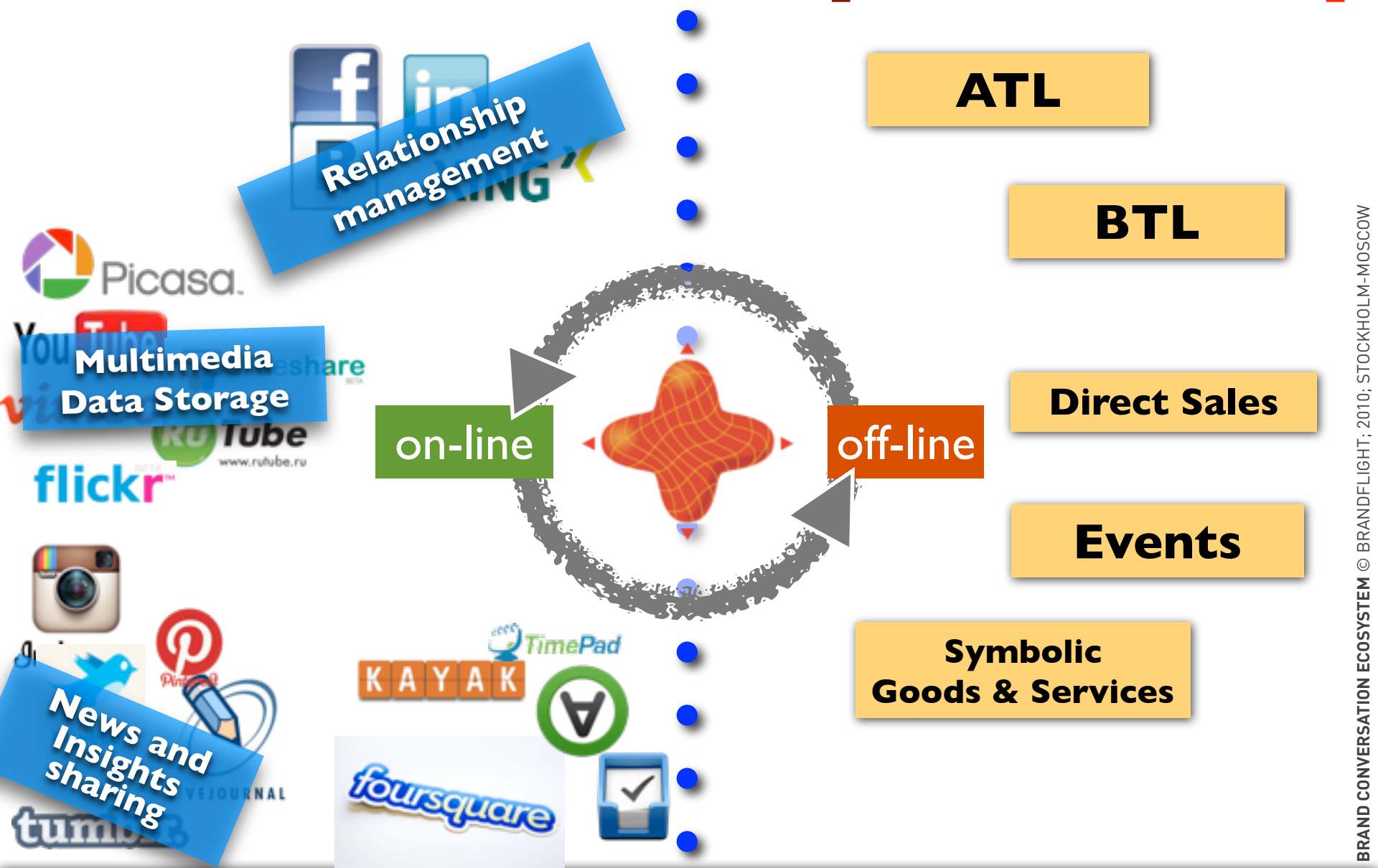
BRAND CONVERSATION ECOSYSTEM © BRANDFLIGHT; 2010; STOCKHOLM-MOSCOW

# ЭКОСИСТЕМА ОБЩЕНИЯ БРЕНДА



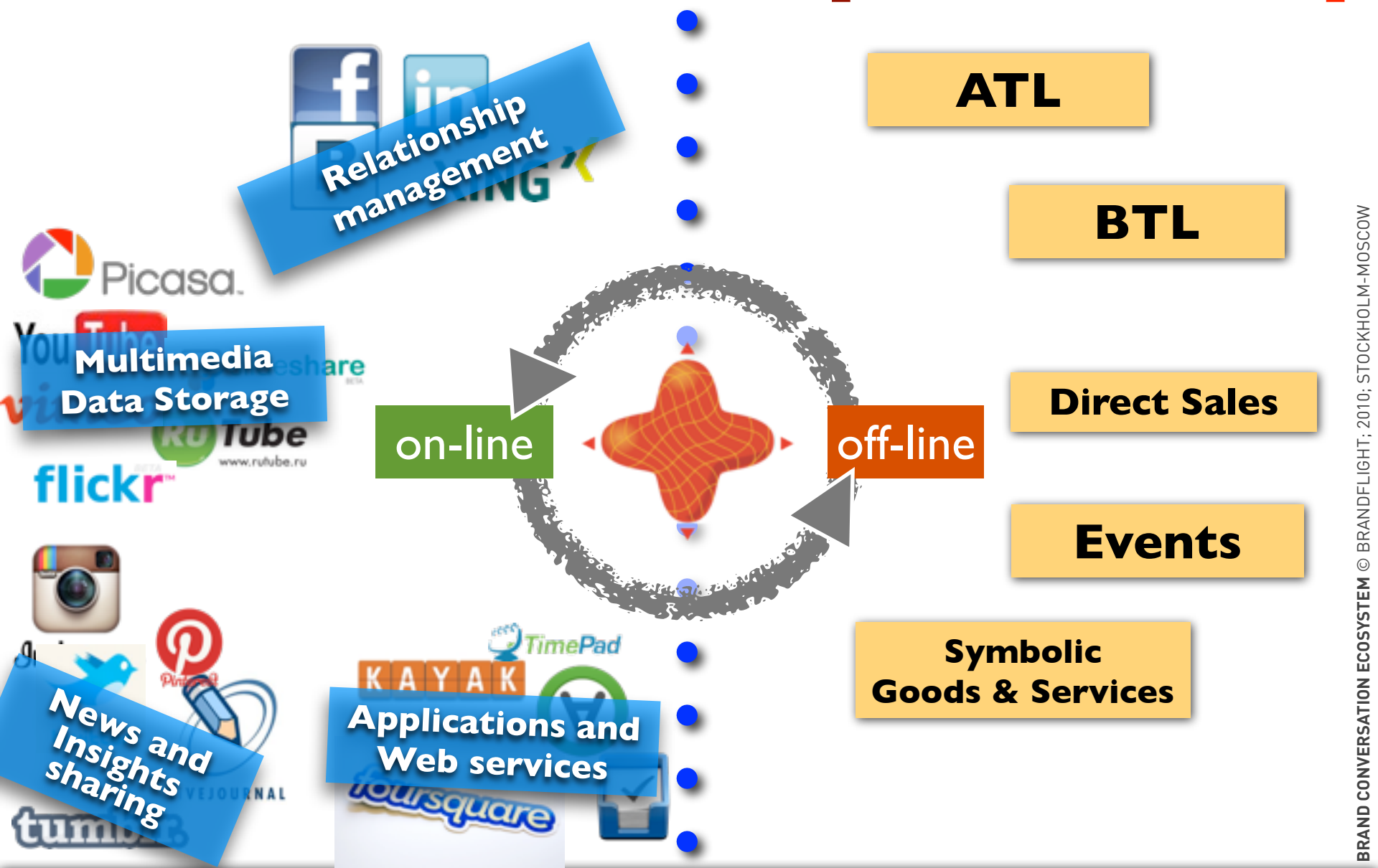


# ЭКОСИСТЕМА ОБЩЕНИЯ БРЕНДА

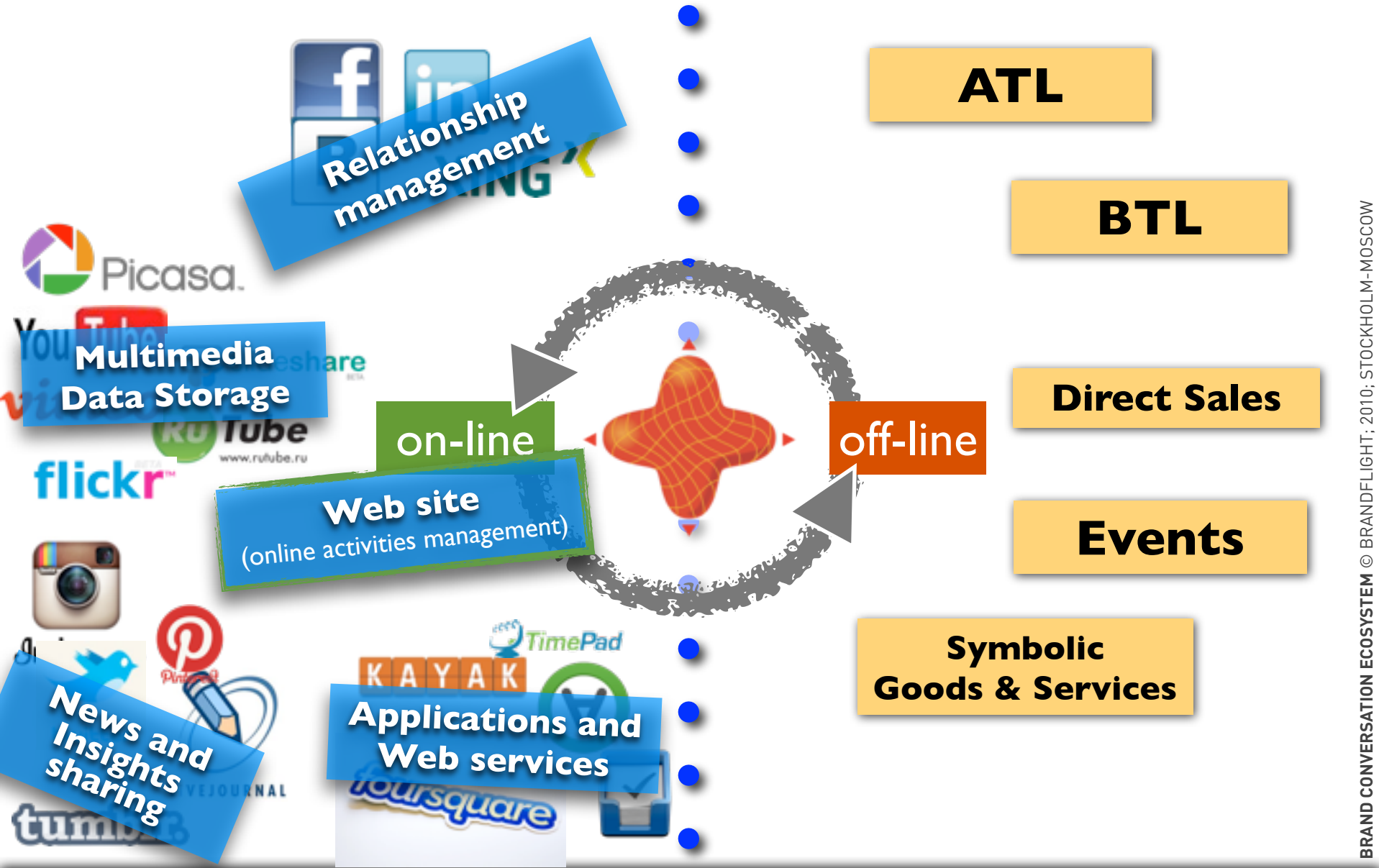


BRAND CONVERSATION ECOSYSTEM © BRANDFLIGHT; 2010; STOCKHOLM-MOSCOW

# ЭКОСИСТЕМА ОБЩЕНИЯ БРЕНДА



# ЭКОСИСТЕМА ОБЩЕНИЯ БРЕНДА





Galerijas

Aplikācijas

Grupas

Lapas

Mūzika

Pasākumi

Citi

Statistika

Draugi

D-grāmatas

Vēstules



Lapas → Swedbank → Erudīcijas spēle

Meklēt lapas...



Swedbank



✓ Oficiālā lapa



Erudīcijas spēle



Atpazīsti dziesmas!



Swedbank Olimpiskie stāsti



Galvenā lapa



Filiāle

Erudīcijas spēle noteikumi

Labs sākums mācību gadam!

Apliecini, ka esi gatavs jaunajam mācību gadam.  
Pildi testus, izaicini draugus un krāj punktus.

Esi starp gudrākajiem un 20. augustā laimē  
lieliskas balvas

spēlēt

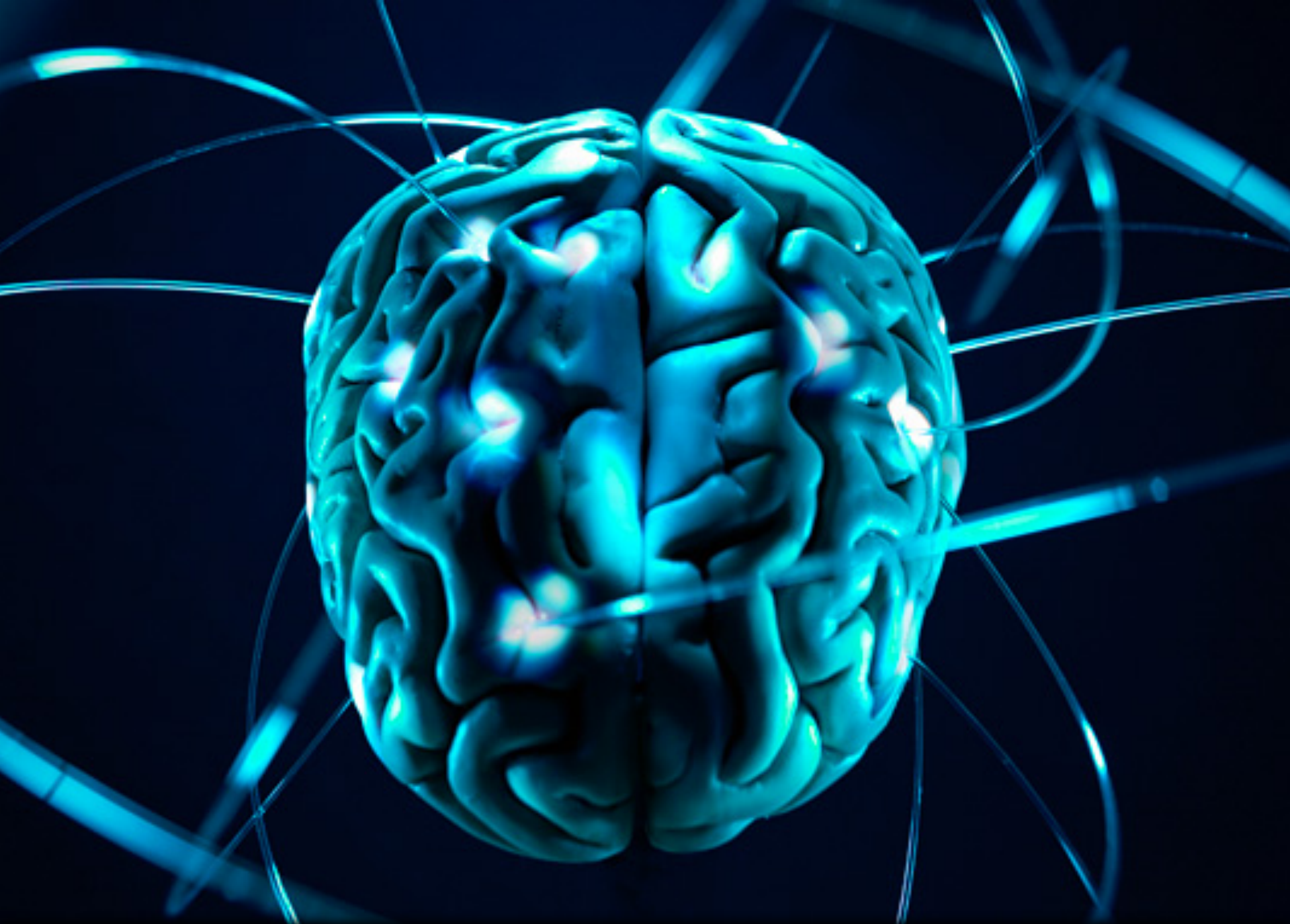
Ieteikt 367

## Swedbank opens Europe's first social media based branch of a bank

(01-06-2012 09:11)

# На расстоянии одного клика





# PALDIES!

+7 (903) 7243295



**Sergei.Mitrofanov**



**@SEMitrofanov**



**[Sergei.Mitrofanov@brandflight.com](mailto:Sergei.Mitrofanov@brandflight.com)**