



Проверенная и работающая технология создания продуктов бестселлеров

На примере кейса «Открытие
Страхование», где при помощи нового
продукта удалось вывести компанию с
рынка сверхвысокой конкуренции в
«голубой океан».



Инсайт

– проблема потребителя, между тем, что он хочет достичь и наличие ограничения в достижение желаемой цели.

Это столкновение «хочу», но «не могу достичь».



Продукт бестселлер

- Решение такого конфликта!





Инсайты вещь изменчивая

Их необходимо исследовать постоянно, при:

- Выпуске нового продукта
- При улучшение любых продуктов
- При создание новых сервисов, креативных компаний, программ продвижения
- И пр.



**ТЕХНОЛОГИЯ ПОЛУЧЕНИЯ И
ПРИМЕНЕНИЯ ИНСАЙТА ДЛЯ
УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ**



Технология

Инсайт можно
получить
путем
прозрения?



Точные шаги
для
получения
гарантирован
ного
результата?



Родом из Америки

Технология создания
продуктов бестселлеров,
которую мы привезли и
адаптировали для
потребностей среднего
бизнеса, обкатали более чем
на 150 кейсах и в 98,5%
случаях получали продукты
бестселлеры!!!





Шаг 3. Предпосылки

Customer
journey
map





Шаг 3. Предпосылки

Шкала
продаж
Бена
Ханта

6. Использует/ Сарафанит

5. Покупка

4. Выбор продукта/ Поставщика

3. Выбор решения

2. Проблема очевидна

1. Проблема неочевидна

0. Нет проблем



На примере кейса «Открытие Страхование»

где при помощи нового продукта удалось вывести
компанию с рынка сверхвысокой конкуренции в
«голубой океан»

**6. Использует/
Сарафанит**

5. Покупка

**4. Выбор
продукта/
Поставщика**

**2. Проблема
очевидна**

**1. Проблема
неочевидна**

0. Нет проблем

**6. Использует/
Сарафанист**

5. Покупка

**4. Выбор
продукта/
Поставщика**

**2. Проблема
очевидна**

**1. Проблема
неочевидна**

0. Нет проблем

Не брали в проекте

<p>6. Использует/ Сарафанит</p>		
<p>5. Покупка</p>		
<p>4. Выбор продукта/ Поставщика</p>		
<p>2. Проблема очевидна</p>		
<p>1. Проблема неочевидна</p>	<p><u>НОВАЯ ГРУППА ДЛЯ КАТЕГОРИИ:</u></p> <p>Инсайт: «Хочу быть спокоен, но постоянно беспокоюсь о возможных рисках»</p>	<p>Кейсы и истории/ storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Испугать ухудшениями • Рассказать о последствиях бездействия • Рассказать о плюсах спокойствия = разжечь цель
<p>0. Нет проблем</p>	<p>Не брали в проекте</p>	

<p>6. Использует/ Сарафанит</p>		
<p>5. Покупка</p>		
<p>4. Выбор продукта/ Поставщика</p>		
<p>2. Проблема очевидна</p>	<p><u>Ключевой инсайт на проекте: «Готов застраховаться, но я не эксперт, сложно выбрать из множества сложно сравнимых вариантов»</u></p>	<p>Готовые решения - пакеты услуг, ориентированные на конкретную группу покупателей. B2C: «автовладельцы», «туристы», «клиенты банка» B2B: «государственные учреждения», «автопарки», «компании перевозчики» среди юридических лиц.</p>
<p>1. Проблема неочевидна</p>	<p><u>НОВАЯ ГРУППА ДЛЯ КАТЕГОРИИ:</u></p> <p>Инсайт: «Хочу быть спокоен, но постоянно беспокоюсь о возможных рисках»</p>	<p>Кейсы и истории/ storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Испугать ухудшениями • Рассказать о последствиях бездействия • Рассказать о плюсах спокойствия = разжечь цель
<p>0. Нет проблем</p>	<p>Не брали в проекте</p>	

<p>6. Использует/ Сарафанит</p>		
<p>5. Покупка</p>		
<p>4. Выбор продукта/ Поставщика</p>	<p>Инсайт: «Хочу купить услугу тут, но опасаясь, что обманут».</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Отзывы и кейсы • История компании • Рассказ о сотрудниках, награды, премии, факты • Личный визит • И пр.
<p>2. Проблема очевидна</p>	<p><u>Ключевой инсайт на проекте: «Готов застраховаться, но я не эксперт, сложно выбрать из множества сложно сравнимых вариантов»</u></p>	<p>Готовые решения - пакеты услуг, ориентированные на конкретную группу покупателей. B2C: «автовладельцы», «туристы», «клиенты банка» B2B: «государственные учреждения», «автопарки», «компании перевозчики» среди юридических лиц.</p>
<p>1. Проблема неочевидна</p>	<p><u>НОВАЯ ГРУППА ДЛЯ КАТЕГОРИИ:</u> Инсайт: «Хочу быть спокоен, но постоянно беспокоюсь о возможных рисках»</p>	<p>Кейсы и истории/ storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Испугать ухудшениями • Рассказать о последствиях бездействия • Рассказать о плюсах спокойствия = разжечь цель
<p>0. Нет проблем</p>	<p>Не брали в проекте</p>	

<p>6. Использует/ Сарафанит</p>		
<p>5. Покупка</p>	<p>Инсайт «готов купить, но не хочу расставаться с деньгами» <u>Банк Тинькофф:</u> <u>Готов купить, но не хочу тратить много времени, куда-то ехать, стоять в очередях...</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Выгодные цены на комплексы • Специальные финансовые предложение, рассрочки и пр. • Сервис превосходящий ожидания (конкретика!)
<p>4. Выбор продукта/ Поставщика</p>	<p>Инсайт: «Хочу купить услугу тут, но опасуюсь, что обманут».</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Отзывы и кейсы • История компании • Рассказ о сотрудниках, награды, премии, факты • Личный визит • И пр.
<p>2. Проблема очевидна</p>	<p><u>Ключевой инсайт на проекте:</u> <u>«Готов застраховаться, но я не эксперт, сложно выбрать из множества сложно сравнимых вариантов»</u></p>	<p>Готовые решения - пакеты услуг, ориентированные на конкретную группу покупателей. B2C: «автовладельцы», «туристы», «клиенты банка» B2B: «государственные учреждения», «автопарки», «компании перевозчики» среди юридических лиц.</p>
<p>1. Проблема неочевидна</p>	<p><u>НОВАЯ ГРУППА ДЛЯ КАТЕГОРИИ:</u> Инсайт: «Хочу быть спокоен, но постоянно беспокоюсь о возможных рисках»</p>	<p>Кейсы и истории/ storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Испугать ухудшениями • Рассказать о последствиях бездействия • Рассказать о плюсах спокойствия = разжечь цель
<p>0. Нет проблем</p>	<p>Не брали в проекте</p>	

6. Использует/ Сарафанит	Инсайт : «Готов был ба поделиться информацией, но лень, нет стимула»	Бонусы и скидки Приведи друга (Когда, кто-то тут был первым!) Рассылки, анонс о предложениях
5. Покупка	Инсайт «готов купить, но не хочу расставаться с деньгами» <u>Банк Тинькофф:</u> <u>Готов купить, но не хочу тратить много времени, куда-то ехать, стоять в очередях...</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Выгодные цены на комплексы • Специальные финансовые предложение, рассрочки и пр. • Сервис превосходящий ожидания (конкретика!)
4. Выбор продукта/ Поставщика	Инсайт: «Хочу купить услугу тут, но опасуюсь, что обманут».	<ul style="list-style-type: none"> • Отзывы и кейсы • История компании • Рассказ о сотрудниках, награды, премии, факты • Личный визит • И пр.
2. Проблема очевидна	<u>Ключевой инсайт на проекте:</u> <u>«Готов застраховаться, но я не эксперт, сложно выбрать из множества сложно сравнимых вариантов»</u>	Готовые решения - пакеты услуг, ориентированные на конкретную группу покупателей. B2C: «автовладельцы», «туристы», «клиенты банка» B2B: «государственные учреждения», «автопарки», «компании перевозчики» среди юридических лиц.
1. Проблема неочевидна	<u>НОВАЯ ГРУППА ДЛЯ КАЕГОРИИ:</u> Инсайт: «Хочу быть спокоен, но постоянно беспокоюсь о возможных рисках»	Кейсы и истории/ storytelling <ul style="list-style-type: none"> • Испугать ухудшениями • Рассказать о последствиях бездействия • Рассказать о плюсах спокойствия = разжечь цель
0. Нет проблем	Не брали в проекте	



Результаты. 2012 год

- Создан новый продукт
- Охвачена качественно новая целевая аудитория – выход в голубой океан
- Вход компании на аудиторию не охваченную конкурентами, сокращение стоимости сделки в разы!
- Оптимизация рекламных бюджетов и увеличение продаж

The screenshot shows the website for 'Открытие Страхование'. The header includes the company logo, contact information (8 800 200 71 00), and a search bar. The navigation menu lists categories like 'О КОМПАНИИ', 'КОРПОРАТИВНЫМ КЛИЕНТАМ', 'МАЛОМУ И СРЕДНЕМУ БИЗНЕСУ', 'ФИЗИЧЕСКИМ ЛИЦАМ', and 'ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ'. Below the navigation are three main banners:

- Готовые решения для производственных компаний**: Accompanied by an image of an industrial tower. Below the banner is the text 'ВСЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ'.
- Готовые решения для малого и среднего бизнеса**: Accompanied by an image of red birdhouses. Below the banner is the text 'ВСЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА'.
- Готовые решения для клиентов банка Открытие**: Accompanied by an image of colorful blocks. Below the banner is the text 'ВСЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ'.

* Спустя полтора года конкуренты скопировали решение.....



Контакты

Тел: + 7 495 369 20 28

Крылова Мария: + 7 916 143 88 47