

# КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА СМЫСЛАХ

СПИКЕР: ЕВГЕНИЯ КЛИМАНОВА





**Евгения Климанова,  
СЕО маркетингового агентства «Делфи»**

- Эксперт в области изучения потребителя, дизайнер новых концепций бизнеса, продуктов и сервисов
- 18 лет профессионально занимается маркетинговыми исследованиями, проектами по созданию новых продуктов и сервисов для бизнеса в России и за рубежом (опыт работы в 8-ми странах мира)
- Фасилитатор, эксперт по техникам группового вовлечения и совместного стратегического планирования по методу ToP (Technology of Participation). Опыт работы с государственными и частными компаниями
- Преподаватель программы MBA в City Business School, курс «Потребительское поведение»
- Основатель Сообществ Читающих Бизнесменов и маркетологов

**САМЫЙ ЧАСТЫЙ ЗАПРОС  
КЛИЕНТОВ –**

**«ПОЧЕМУ У НАС НЕ  
ПОКУПАЮТ?»»**



**САМЫЙ ЧАСТЫЙ ВОПРОС  
ПОТРЕБИТЕЛЯ И  
ПОТЕНЦИАЛЬНОГО  
СОТРУДНИКА –**

**«КАКОЙ СМЫСЛ ВЫБИРАТЬ  
ВАШ ПРОДУКТ?»»**



# УРОВНИ КОНКУРЕНЦИИ



Перео**СМЫСЛ**ить подход  
к бизнесу, бренду,  
продукту и к команде



# КОНЦЕПЦИЯ БИЗНЕСА/БРЕНДА

**01**    **Смысл**

**02**    **Продукт**

**03**    **Сервис**



# КЕЙС: СЕТЬ КАЛЬЯННЫХ «ДАВАЙ ПОКРЕПЧЕ»

## Смысл

Собрать мозги в кучу, обнулиться

## Продукт

Атмосфера «как дома». Тихая, спокойная обстановка, негромкая музыка. Разнообразие табаков и вкусов «под любое настроение»

## Сервис

Кальянщик «как брат», с которым можно поговорить, посоветоваться



# КЕЙС: САКСКИЕ БАНИ

## Смысл

Древние знания предков, воссоздание метода и техники восстановления психоэмоционального равновесия

## Продукт

Банная церемония, ароматерапия, бальзамы для тела, натуральные веники из пихты и березы

## Сервис

Отдых на горячей печи "Чингисхан", травяной чай из русского самовара на дровах, фуршет-барбекю (филе цыплёнка или сёмга по-сакски)



# КЕЙС: ПРОДУКТЫ ДЛЯ СНА МАЛЫША «ЗАСЫПАЙ-КА»

малыша засыпать  
самостоятельно

## Смысл

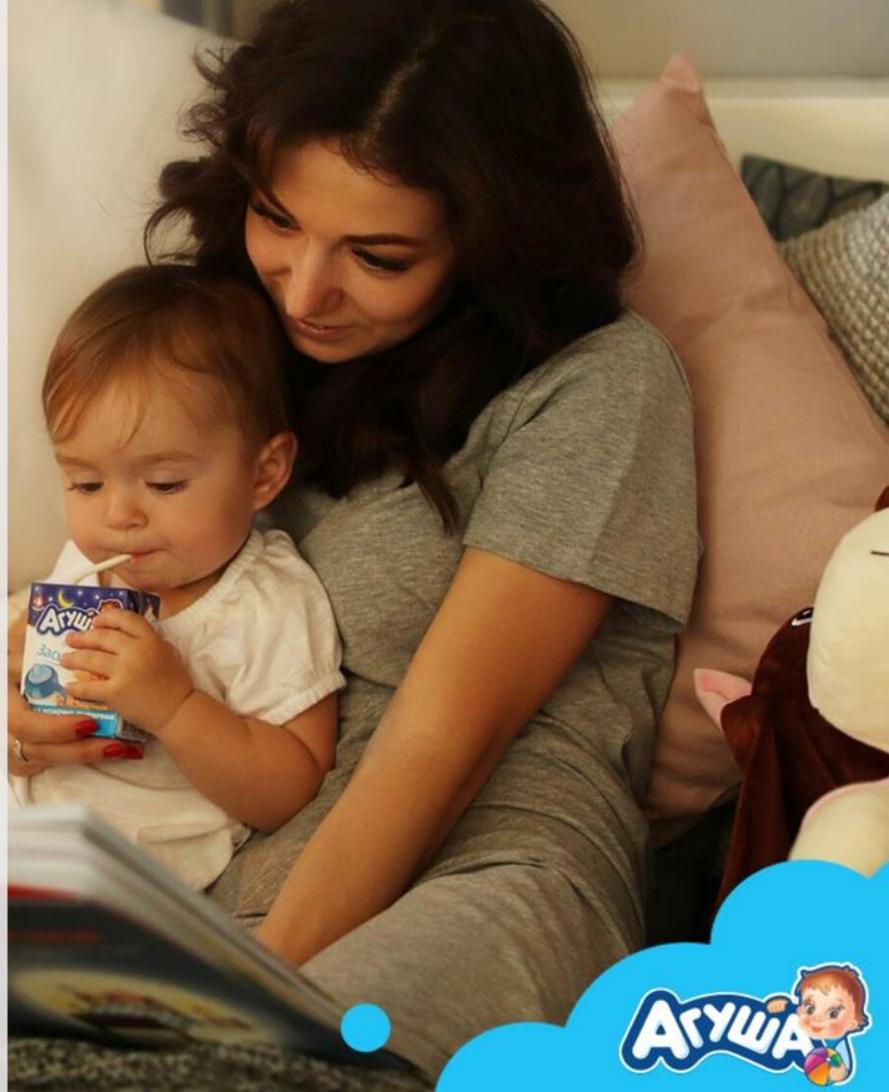
Ритуал перед сном ребенка

## Продукт

Детский молочный продукт с успокаивающими  
вкусами (мелисса)

## Сервис

Аудиосказки, колыбельные, книжки



# ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО БИЗНЕСА

**01** Исследование скрытых или зарождающихся мотивов и смыслов, востребованных у клиентов

- Почему покупают продукт?
- Как он решает жизненную задачу клиента?

**02** Сессия по конструированию продукта и дизайна клиентского опыта (ценностное предложение, customer journey map)

**03** Изменение бизнес-модели, бизнес-процессов компании

# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Потребители открыты к новым смыслами и готовы за них платить, при условии если они (смыслы) будут вписываться в их жизненные обстоятельства
2. Рынок товаров и услуг перенасыщен и конечен, поле смыслов бесконечно
3. Клиента не интересует наш продукт, он в поиске ответа на свои смысловые запросы
4. Нет умных маркетологов и глупых клиентов. Смысл должен поддерживаться продуктом и сервисом
5. Работая в парадигме Смыслов, мы создаём концептуально иной, внеконкурентный продукт с высокой добавленной стоимостью

# СПАСИБО!

БУДУ РАДА ОТВЕТИТЬ НА ВАШИ ВОПРОСЫ



JANE@DELFI2000.RU



+7 913 651 61 56



@jane\_klimanova

@delfi\_agency