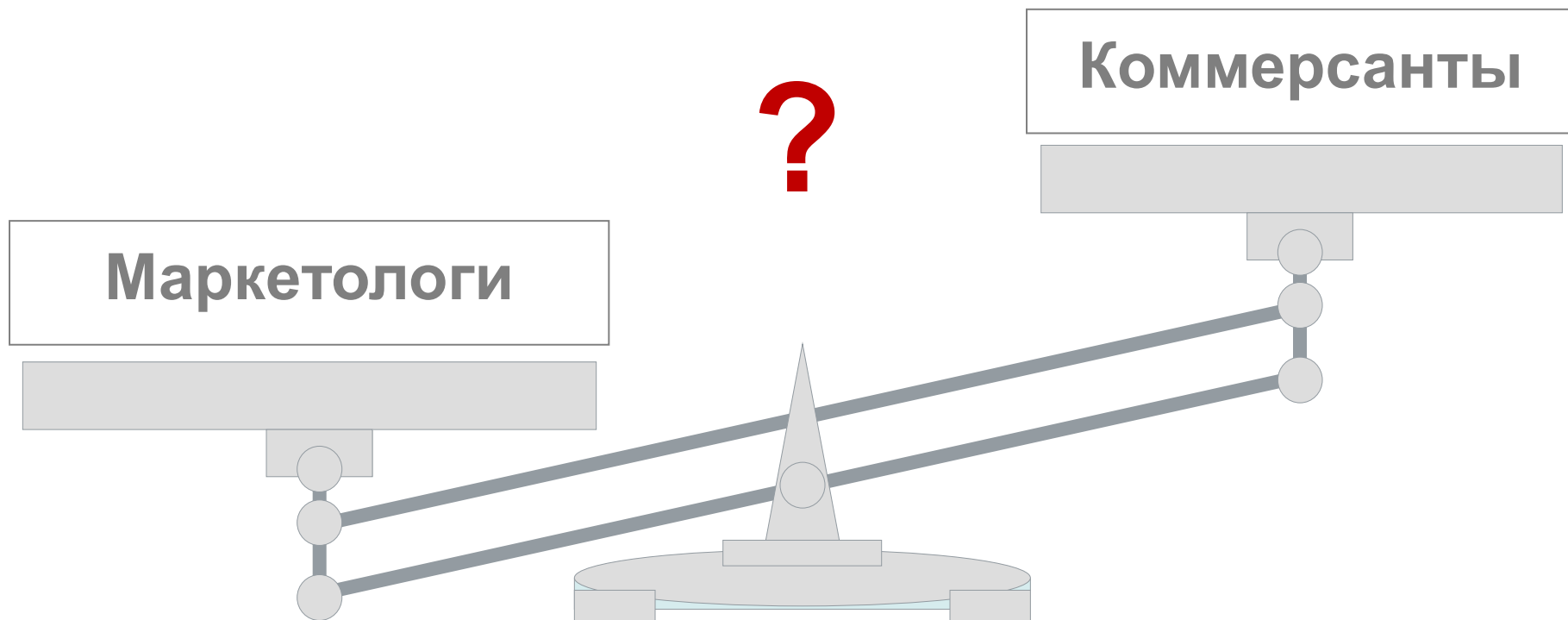




**АЛЬФА
СТРАХОВАНИЕ**

**Группа «АльфаСтрахование»
Москва**

Несколько интересных мыслей, чтобы иметь
большой вес в организации, как маркетолог и не
ТОЛЬКО



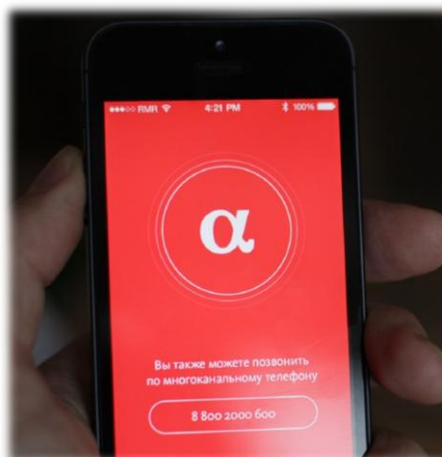
- Если у нас что-то получается, то это коммерсанты, а если не получается, то виноваты маркетологи
- Наши инициативы никому не нужны
- Мы двигаем организацию вперед, а авангарду всегда тяжело



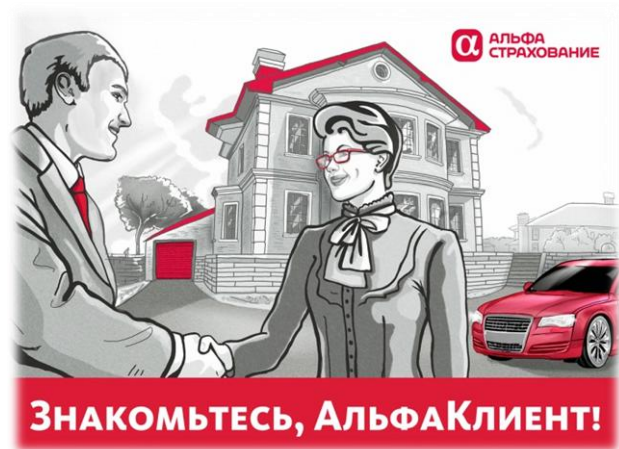
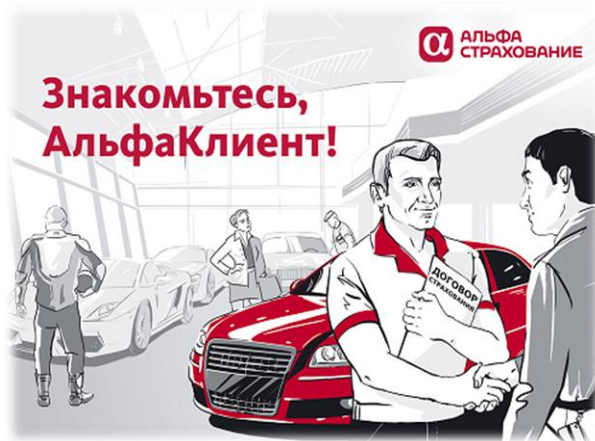
Если вы со всем этим согласны, то дальше...

Выбирайте индустрию, а не должность

- Pepsi
- Интербрю
- Финансовый сектор
- Digital



- Сделайте так, чтобы организация изначально поставила клиента на пьедестал
- Правильно определите этого клиента. Если вы не правильно его выберете, то организация не поставит его на пьедестал
- Определите, что для вашего клиента является наиболее важным в вашей работе и сделайте на ней фокус:
 - Дистрибуция
 - Бренд
 - Инновации
 - Сервис
 - Цена
 - Ничего



Не отдавайте ничего из того, что касается метрик вашего клиента другому функционалу

- Коммуникации
- Клиентский сервис
- PR
- Продукты
- Рынок
- Лояльность
- Региональное развитие



- Владимир Сорокин
- Роман Петренко
- Денис Людковский
- Игорь Верник
- Александр Грубман
- Вадим Ковалев
- Александр Сахаров
- Ованес Погосян
- Орлуша



- Дмитрий Медведев
- Ирина Манякина
- Наталья Романенко
- Юрий Ушаров
- Тарек Аль-Овейд



- Это модно, и вы будете в авангарде организации
- Это может быть будущая ваша профессия
- Это может быть будущий ваш бизнес
- Это будущее коммуникаций
- Это будущее технологий



- Аква Минерале
- Новая невозвратная бутылка на рынке пива
- Клинское в ПЭТ упаковке
- Коробки в финансовом секторе
- Продление полисов он-лайн
- Новая концепция Перекрестка
- Начисление баллов на любимые продукты



Перекресток