



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

Сессия «Жизнь без сложностей.
Стремление к простоте и
легкости во всем»

Татьяна Комиссарова, MBA, PhD, декан

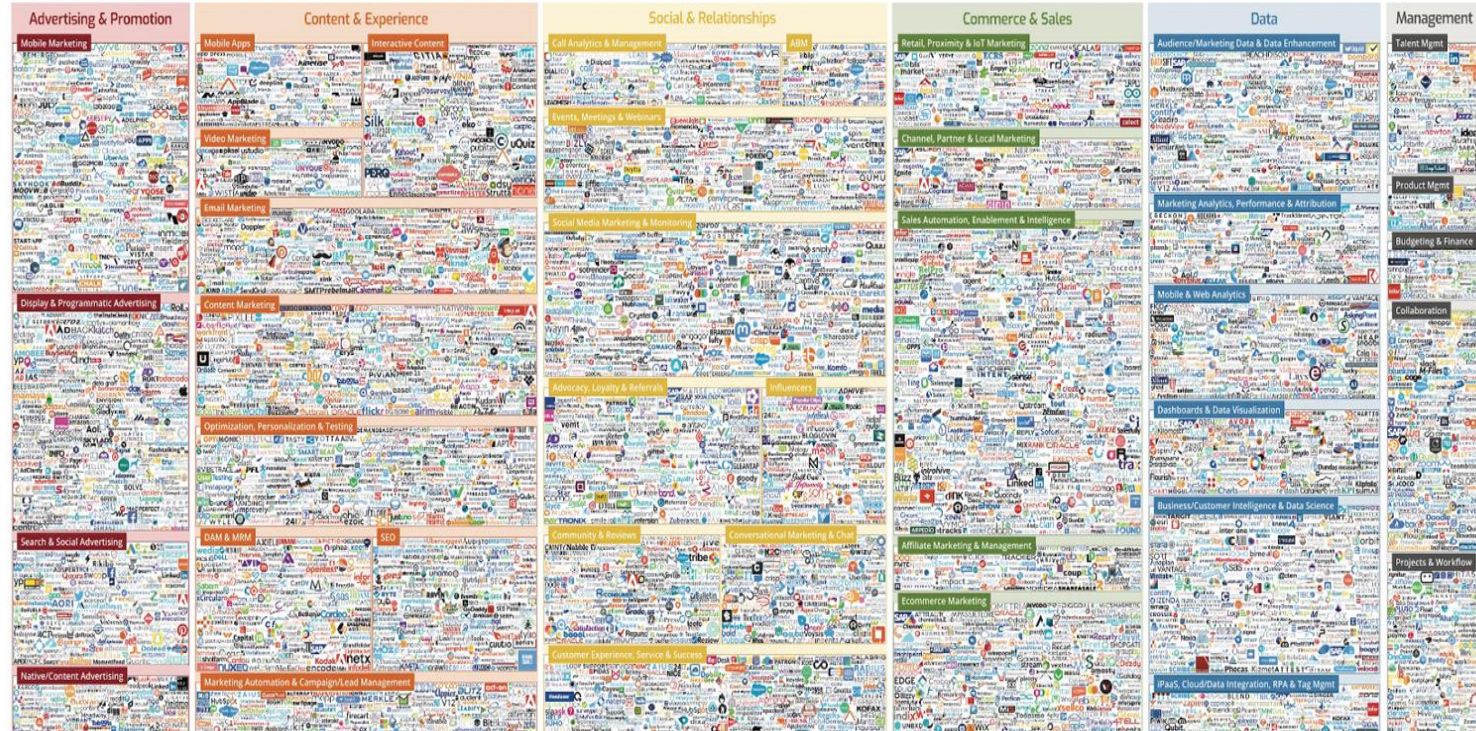
Москва, 16 октября 2019 г.



Оцифровка потребителя

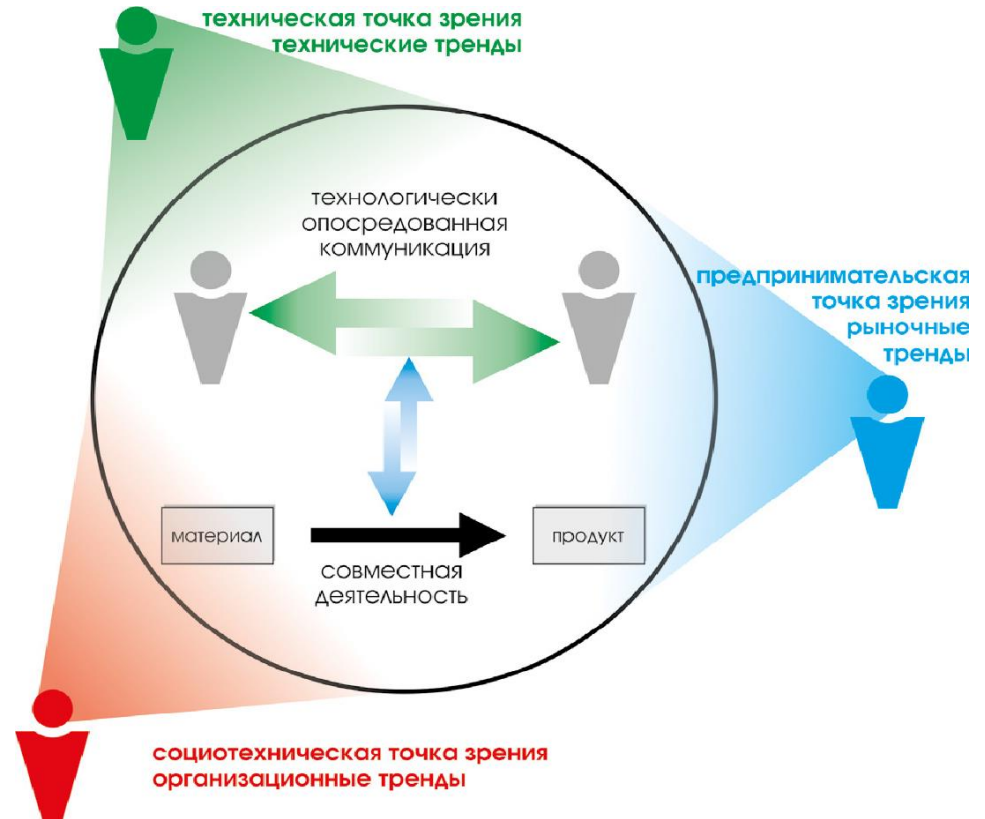
chiefmartec.com Marketing Technology Landscape ("Martech 5000")

April 2019



Тренды, влияющие на формирование среды

Анализ состояния и динамики мирового рынка нейротехнологий. РВК 2015





Стремления к простоте и легкости
строится на знании клиентского опыта

Что нужно знать о потребителе

Какие эмоции человек
захочет испытывать и в
связи с какими событиями



Что нужно знать о потребителе

Какие «игры» доставляют
ему удовольствие



Что нужно знать о потребителе

Каким образом человек хочет сам
покупать себе товары и услуги



Что нужно знать о потребителе

Как человек познает новое и как
захочет, чтобы мы его понимали:
взглядом, словом,
вздохом, мысленно ...



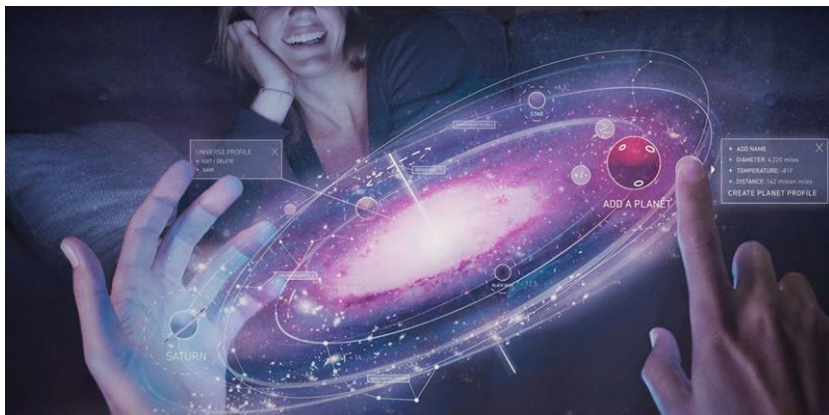
Какую информацию нужно доносить до потребителя

Бренд – медиа несет информацию о важном и интересном для меня



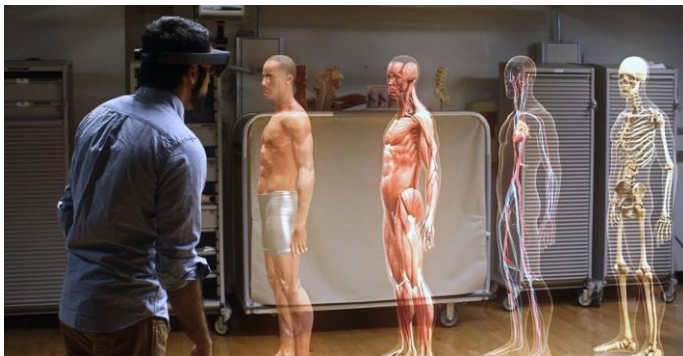
Какую информацию нужно доносить до потребителя

Среда, как медиа,
информирует меня ...



Какую информацию нужно доносить до потребителя

Среда информирует меня
о моем состоянии





Человек: место и роль

Человек в реальном мире

A close-up photograph of a person's hand with the index finger pointing down at a stack of several books. The books are stacked on top of each other, with the top book having a dark cover. The background is plain white.

Вопрос:

«Что мне нужно делать
сегодня для своего
будущего?»

Ответ Д.Пескова:

«Учиться и переучиваться»

Человек в мире фантазий

Вопрос: «Мир неопределенности уже наступил?!»

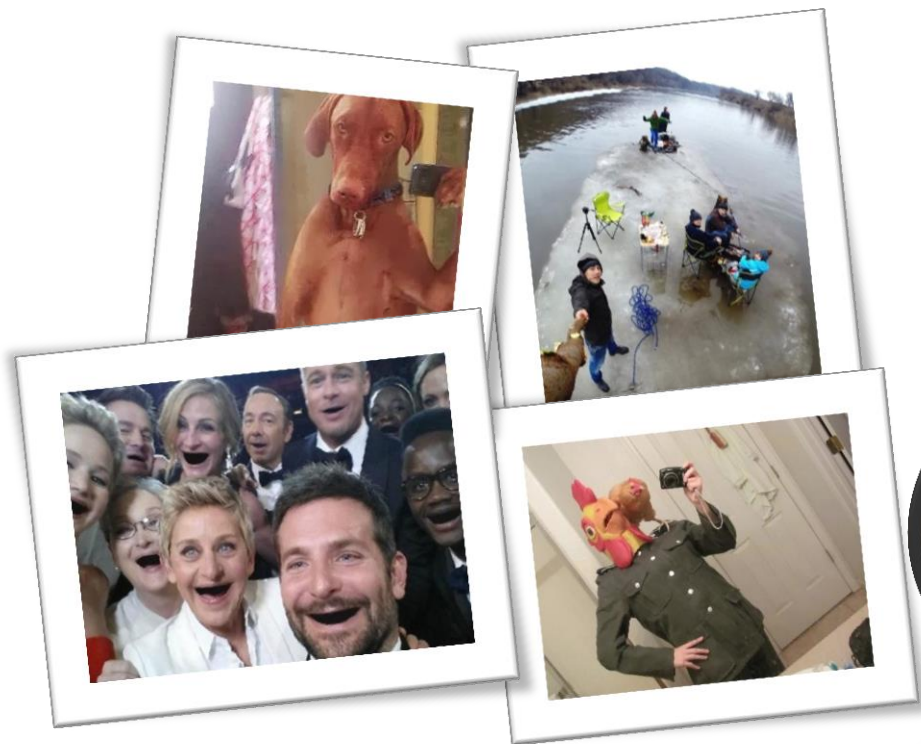
Ответ:

«Да. Научитесь
управлять
своей
идентичностью»



Человек в мире фантазий: социальные сети

Селфи и не только



Аватарки



Виртуальный Я

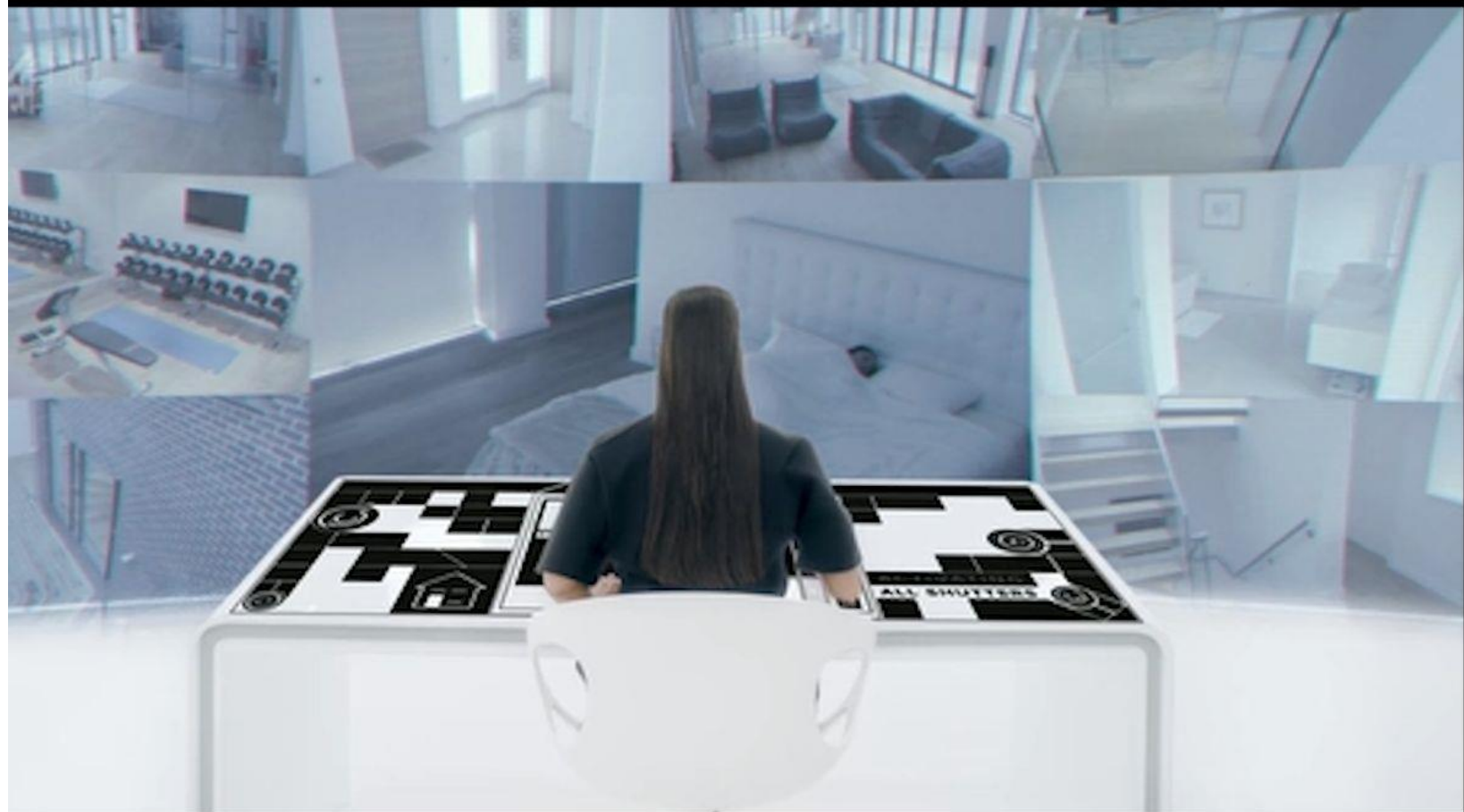
Вопрос: «Мой электронный ассистент – мой клон?»

Ответ:

А.Себрант, Яндекс

«Имейте смелость делегировать машине...»





Мир фантазий

МИР
КОНТЕНТА

Реальный мир

ДОПОЛНЕННАЯ
РЕАЛЬНОСТЬ

VR-РЕАЛЬНОСТЬ

ВИРТУАЛЬНЫЙ Я

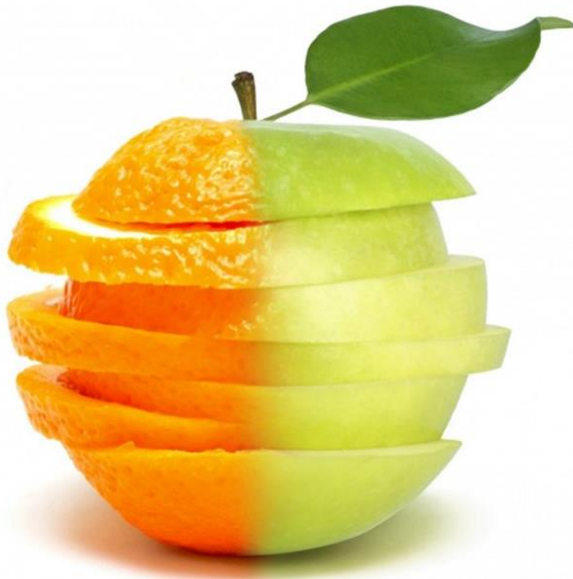
Виртуальный мир





Фрагментарность поведения человека сегодня

Фрагментация реальности – фрагментация потребления

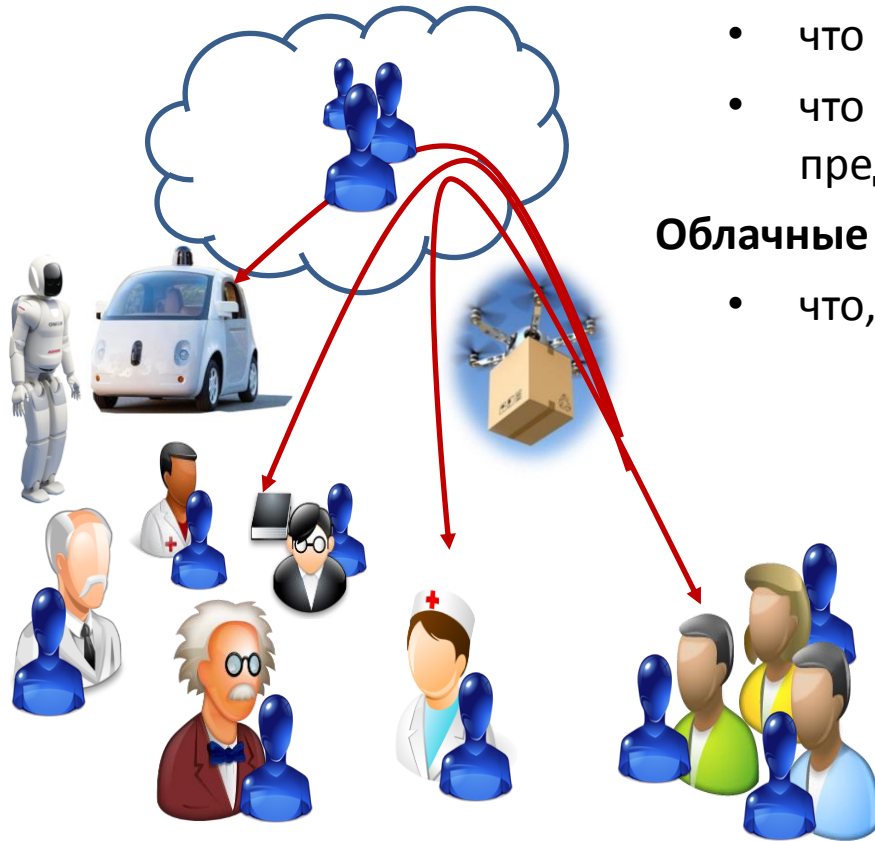


- Современный покупатель лоялен к своему опыту использования продукта в конкретной ситуации. Человек хочет испытывать ощущения, которые ему запомнились.
- Бренд для него – навигатор при поиске продукта для получения ощущений.
- Бренд характеризует человека в социуме.

Рольевые модели современного покупателя 2018-2019



Скоро: Глобальный агентский секретариат



Персональные агенты знают

- что вам сейчас надо
- что вы можете предложить

Облачные агенты знают

- что, где, когда, почему

*Сергей Шумский
НТИ НейроNet*

Пять стадий зрелости ХМ в компании

Источник: Quatrics, SAP



Навыки ХМ укоренились во всей организации, и опыт является основой для их постоянной дифференциации

Имея сильные компетенции ХМ, организация систематически использует понимание его для выявления и улучшения опыта

После того как руководители рассматривают ХМ как стратегический приоритет, сотрудники способствуют улучшению опыта

Лидеры анализирующие потенциальную ценность ХМ. Они исследуют как ХМ может помочь компании и как запустить методологию ХМ

Компании, которые не сфокусированы на ХМ как стратегических возможностях



QR-код “Оцените свой уровень ХМ-зрелости”



Ссылка на опрос:

https://qtrial2019q2az1.az1.qualtrics.com/jfe/form/SV_d7gqRIJZbH7P2JL

Исследование SAP и ВШЭ октябрь-ноябрь 2019



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

www.marketing.hse.ru