

deepUP  
ПОГРУЖАЙСЯ, ЧТОБЫ ВЫРАСТИ

инновационные стратегии  
с использованием телесного  
и эмоционального интеллекта

# КАКИЕ ВЫЗОВЫ МЫ ЗАМЕЧАЕМ В БИЗНЕСЕ?

---

---

## Со стороны бизнеса

Противостояние подразделений губительно сказывается на эффективности (маркетинг, производство, логистика, продажи ...)

Новых клиентов привлекать становится все труднее и дороже

Сотрудники не готовы работать только за деньги

## Со стороны людей

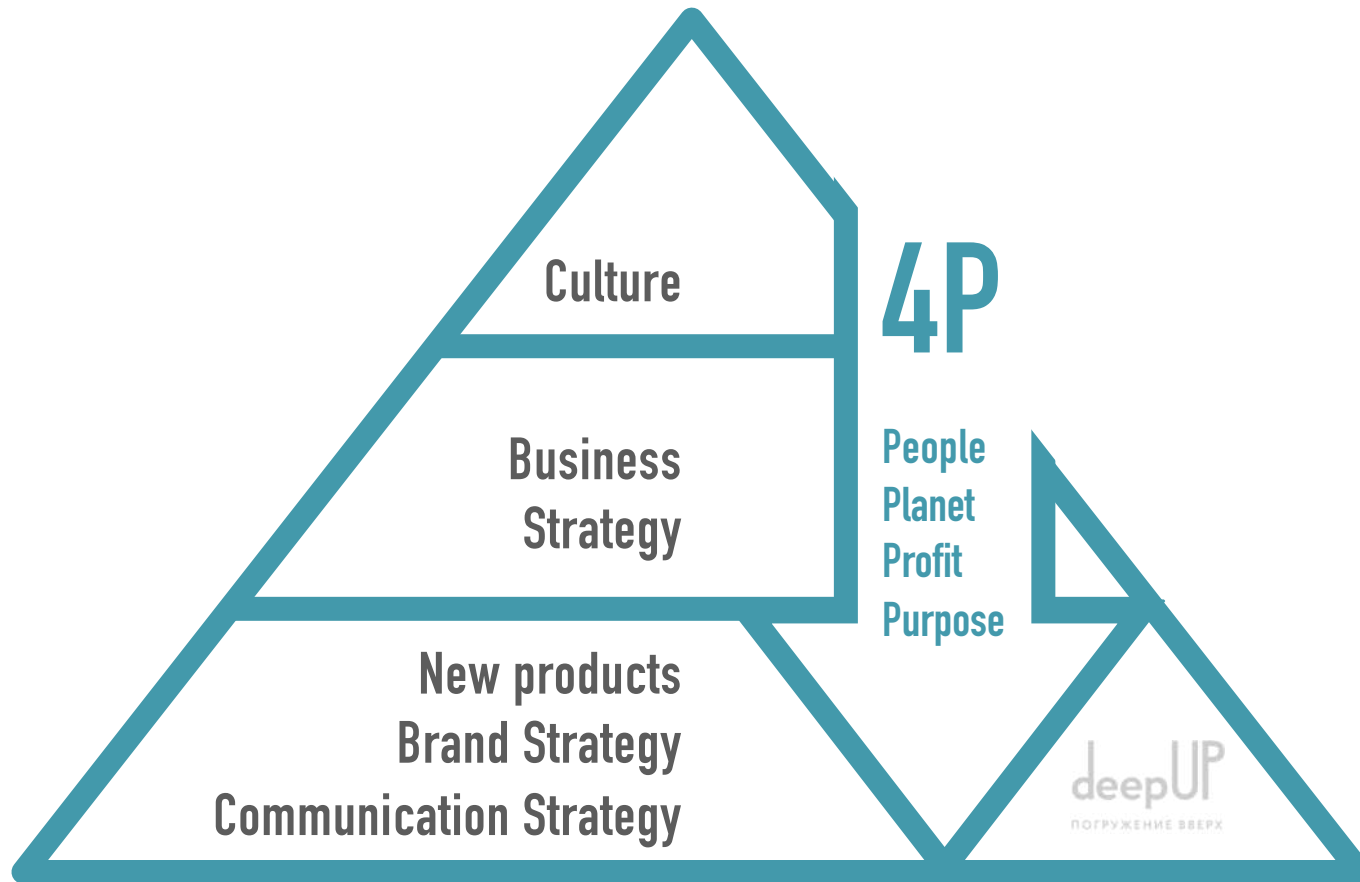
Новые поколения потребителей требуют большей ответственности бизнеса и индивидуального подхода

Информационный шум вынуждает закрываться

Фантастический спрос на сервис и скорость работы

---

# МЫ РАЗРАБАТЫВАЕМ СТРАТЕГИИ И КУЛЬТУРУ



создаём инновационные стратегии с использованием телесного и эмоционального интеллекта

Аудит бизнеса и трендов  
Трансформация корпоративной культуры  
Развитие корпоративного предпринимательства  
Разработка бизнес стратегии  
Позиционирование бренда  
Коммуникационная стратегия  
Разработка новых продуктов

Стратегические воркшопы  
Стратегические сессии  
Тренинги  
Коучинг

# ПОЧЕМУ МЫ?

---

- Целостный взгляд на бизнес: бренд → бизнес → культура
- Подбор настоящих профессионалов на рынке, работающих со страстью над задачей клиента, а не загрузка текущих сотрудников
- Поиск решения задачи именно вашего бизнеса и подбор прорывных инструментов под задачу, а не копирование прошлого опыта



# НАШ ОПЫТ

---

deepUP

ПОГРУЖЕНИЕ ВВЕРХ

# 50+

Мы собрались, чтоб решать сложные задачи.  
Мы верим, что нет проблем, которые мы не можем решить.

Когда мы объединяем и вдохновляем фантастических людей, даем им технологии и инструменты, мы создаем принципиально новое мышление и тогда позитивные изменения происходят.



C A S E S

# РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ДО 2025 ГОДА

---

Volvo Truck Russia



## Было:

Большое количество стейкхолдеров с различными интересами и не понимание их глубинных потребностей.

## Задача:

Разработать стратегию развития компании и ключевые активности до 2025 года. Усилить вовлеченность сотрудников и кроссфункциональное взаимодействие.

## Результат:

Разработанная стратегия и приоритетные проекты на каждый год



# СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА НА ФЕДЕРАЛЬНЫЙ РЫНОК

Abbott Diabetic Care

**Было:**

Freestyle libero – инновационное устройство мониторинга здоровья человека с диабетом.

Продажи - только на территории Москвы.

**Задача:**

Разработать стратегию выхода на федеральный рынок. Сегментировать потребителей и понять их глубинные потребности. Доработать позиционирование бренда freestyle libero.

Разработать коммуникационную стратегию

Разработать коммуникационную стратегию

**Результат:**

Разработана стратегия и приоритетные проекты на каждый год





РЕЙТИНГ  
**Forbes**  
ТОП 10  
САМЫХ УДАЧНЫХ  
РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ

выручка  
**550**  
млн. руб.



# РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА КОМОС ГРУПП (УДМУРТИЯ)

Задача: Разработать бренд и программу вывода на рынок

Результат:

Превращение из небольшого молочного завода в Удмуртии в огромный агрохолдинг с федеральной дистрибуцией. Сейчас более 40 наименований продукции в портфеле: колбаса, сыр, мороженое, творог и тд.

## Выручка бренда "Село Зеленое" может вырасти до 10 млрд. рублей в 2019 году

Об этом в комментарии The DairyNews рассказала заместитель генерального директора по маркетингу ООО "КОМОС ГРУПП" Юлия Сергеева. По данным Nielsen компания является наиболее динамично развивающейся в продажах молочной продукции в России в последний год.

17.09.2019

Источник: The DairyNews  
Регион: Удмуртская Республика

Поделиться и обсудить в:



Справка DIA: Удмуртская Республика

Просмотрено: 2304

#инвестиции

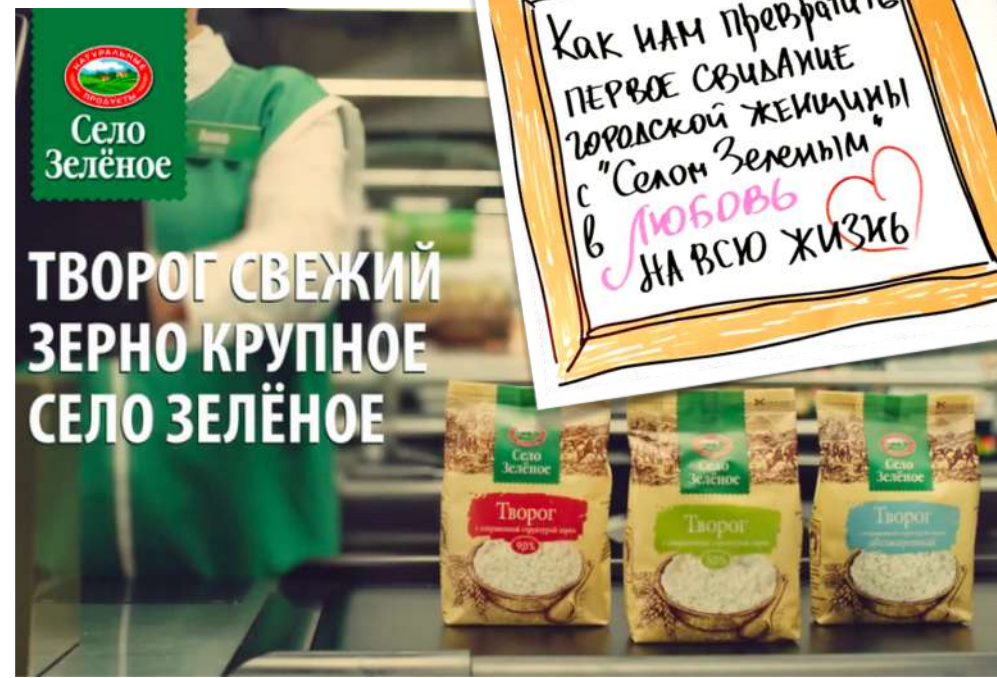


Ранее мы писали о том, что рост продаж агрохолдинга "Комос" в категории молокопродуктов является самым значительным среди отечественных компаний как в денежном эквиваленте, так и в натуральном выражении.

Как отметила Юлия Сергеева, "КОМОС" с 2018 года сосредоточена на продвижении флагманского бренда - "Село Зеленое". Это фокусная стратегия как в коммерческой, так и в маркетинговой политике, которая заключается в концентрации усилий в целевых регионах, каналах продаж и каналах

# РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

(КОМОС)



ТВОРОГ СВЕЖИЙ  
ЗЕРНО КРУПНОЕ  
СЕЛО ЗЕЛЁНОЕ

# СТРАТЕГИЯ «ЛИЦОМ К КЛИЕНТУ»



## Задача:

Как сделать так, чтобы «Пятерочка» стала частью каждой семьи?  
Разработать новое позиционирование сети уйдя от образа дискаунтера, повернуть магазин лицом к покупателям.

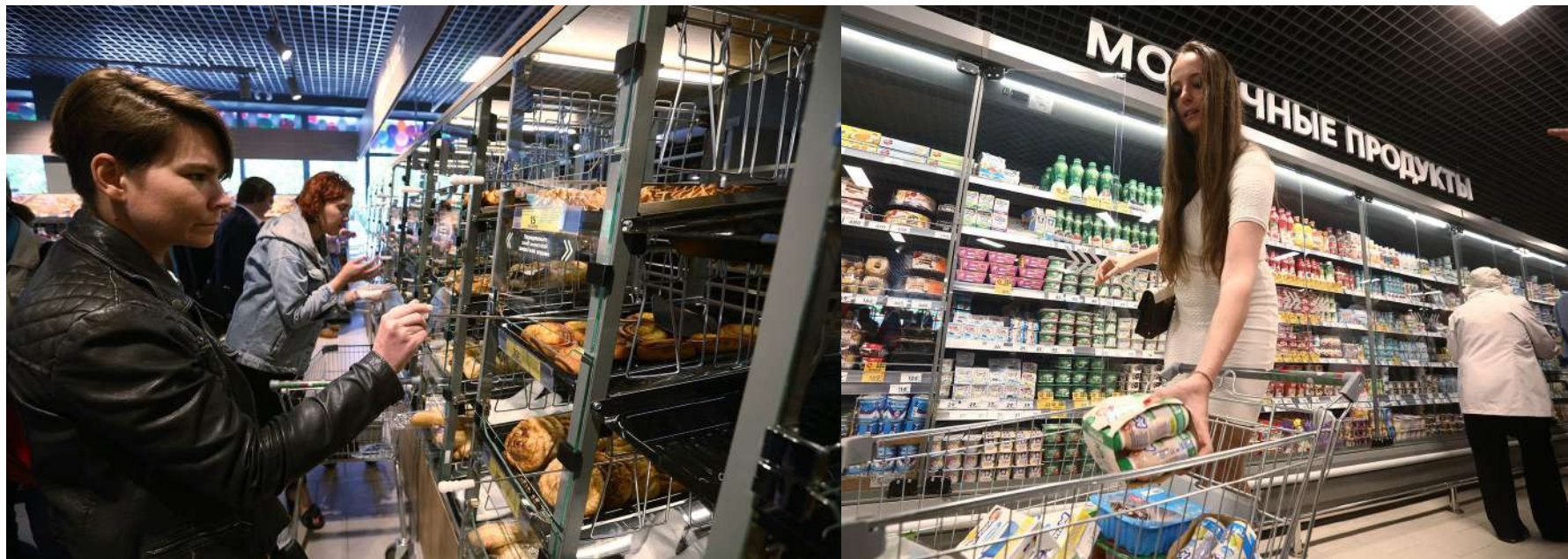


# СТРАТЕГИЯ «ЛИЦОМ К КЛИЕНТУ»



## Решение:

- Анализ текущих исследований.
- Погружение кроссфункциональной команды в мир покупателей.
- Сегментация и выявление глубинных потребностей.
- Разработка нового позиционирования и наполнения нового магазина (навигация, сервисы, атмосфера, программ по развитию клиентоориентированности и тд)



## Результат:

Разработаны новое позиционирование, новые услуги и решения, которые позволят уйти от восприятия дискаунтера. Сейчас идет редиазйн внешнего вида магазинов, наполнения и навигации и продвижения. Пилотные магазины уже функционируют.

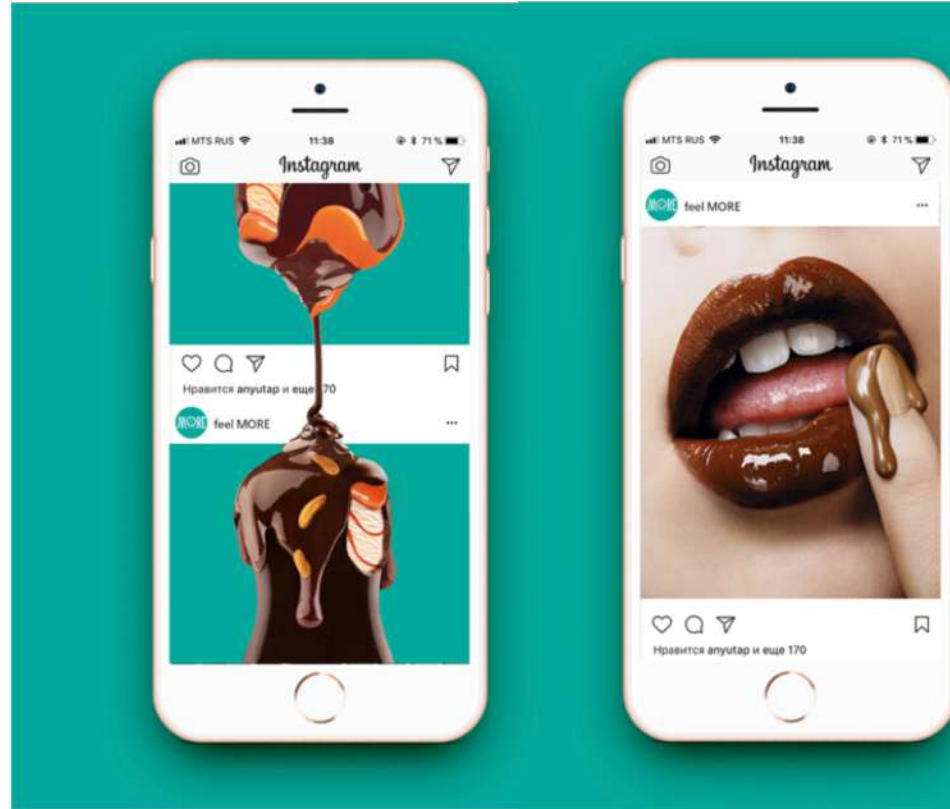
# УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ ЗАПУСК НОВОГО ПОРТФЕЛЯ БРЕНДОВ

Мороженое «Волга Айс» (Чебоксары)

**Задача:**  
перевод продаж из стагнации к росту через выявление глубинных потребностей потребителей мороженого, сегментация, разработка нового портфеля брендов.

**Было.**  
Разрозненный портфель брендов и не растущие продажи.





Результат:  
Запуск 5 новых брендов. Продажи

+ 20%

сезон 2018 к сезону 2017



# РАЗРАБОТКА БРЕНДОВ И ПОРТФЕЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ

deepUP

ПОГРУЖЕНИЕ ВВЕРХ

Сажинский Кондитерский комбинат

## Было:

Устаревший ассортимент, неуникальные продукты.  
Слабая узнаваемость бренда. Отсутствие понимания того, что хочет потребитель

## Задача:

Создание портфельной стратегии. Определение вектора развития компании. Разработка продуктов и брендов под то, что нужно потребителям. Рост продаж

## Результат:

Перепозиционирование бренда «Наслада» и разработка нового дизайна упаковки. Создание нового бренда «Здоровые традиции». Обнаружение еще 2 потенциальных территории для запуска новых брендов. Рост вовлеченности людей и понимание, куда движется компания. Разработка стратегия развития компании на ближайшие годы



# РАЗРАБОТКА ТУРИСТИЧЕСКОГО БРЕНДА РОССИИ





# ПЕТЛЯ ЛОЯЛЬНОСТИ

---





ДО

Что бизнес/продукт

Кто целевая аудитория

Что хотите создать

НАЧАЛО

Что происходит тут

Что чувствуешь

Какое взаимодействие с категорией

Что важно, Почему

В чем проблема

Что поможет перейти на следующий шаг



deepUP  
ПОГРУЖЕНИЕ ВВЕРХ

Презентация  
& видео «Тренды 2019»  
в Сколково

---

[www.deepUP.ru](http://www.deepUP.ru)