

A - Лизинг

СМЫСЛ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АКТИВ:

**КАК МАРКЕТИНГ ФОРМИРУЕТ ЦЕННОСТЬ БРЕНДА В
ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ЭКОСИСТЕМ**

ВСЁ УСКОРИЛОСЬ.

ВСЁ ОПТИМИЗИРУЕТСЯ.

ВСЁ ИЗМЕРЯЕТСЯ.

СМЫСЛ ОПРЕДЕЛЯЕТ:

- ГОТОВНОСТЬ КЛИЕНТА ВОЗВРАЩАТЬСЯ
- УРОВЕНЬ РЕКОМЕНДАЦИЙ
- УСТОЙЧИВОСТЬ БРЕНДА В КРИЗИС
- ВНУТРЕННЮЮ МОТИВАЦИЮ КОМАНДЫ





McKinsey провела глобальное исследование, которое показало:

- ПОТРЕБИТЕЛИ ГОТОВЫ ПЛАТИТЬ **10–25% БОЛЬШЕ** ЗА УСЛУГИ/ТОВАРЫ БРЕНДОВ, С КОТОРЫМИ ОНИ ЭМОЦИОНАЛЬНО СВЯЗАНЫ И КОТОРЫМ ДОВЕРЯЮТ
- 87% ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СЧИТАЮТ, ЧТО КОМПАНИЯ **ДОЛЖНА ИМЕТЬ ЧЕТКУЮ ПОЗИЦИЮ В СОЦИАЛЬНЫХ ВОПРОСАХ**, И ЭТО ВЛИЯЕТ НА ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ РЕШЕНИЕ
- БРЕНДЫ С ЧЕТКО СФОРМУЛИРОВАННЫМИ ЦЕННОСТЯМИ И МИССИЕЙ ИМЕЮТ В СРЕДНЕМ **НА 30–40% БОЛЕЕ ВЫСОКИЕ ТЕМПЫ РОСТА ВЫРУЧКИ**, ЧЕМ ТЕ, КТО ОРИЕНТИРУЕТСЯ ТОЛЬКО НА ПРОДУКТОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

В 2010-х инновацией был **DIGITAL**

В 2020-х — **DATA**

В 2026-м — **ИНТЕГРАЦИЯ СМЫСЛА В ЦИФРОВУЮ ЭКОСИСТЕМУ**

СКОРОСТЬ

ДААННЫЕ

ДОВЕРИЕ






СМЫСЛ - ЭТО НЕ МИССИЯ НА САЙТЕ.

**ЭТО ФАКТОР, КОТОРЫЙ ВЛИЯЕТ НА
ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК И УСТОЙЧИВОСТЬ
БРЕНДА.**

СМЫСЛ ВЛИЯЕТ НА:

- NPS
 - ПОВТОРНЫЕ СДЕЛКИ
 - УСТОЙЧИВОСТЬ В КРИЗИС
 - РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ
- 

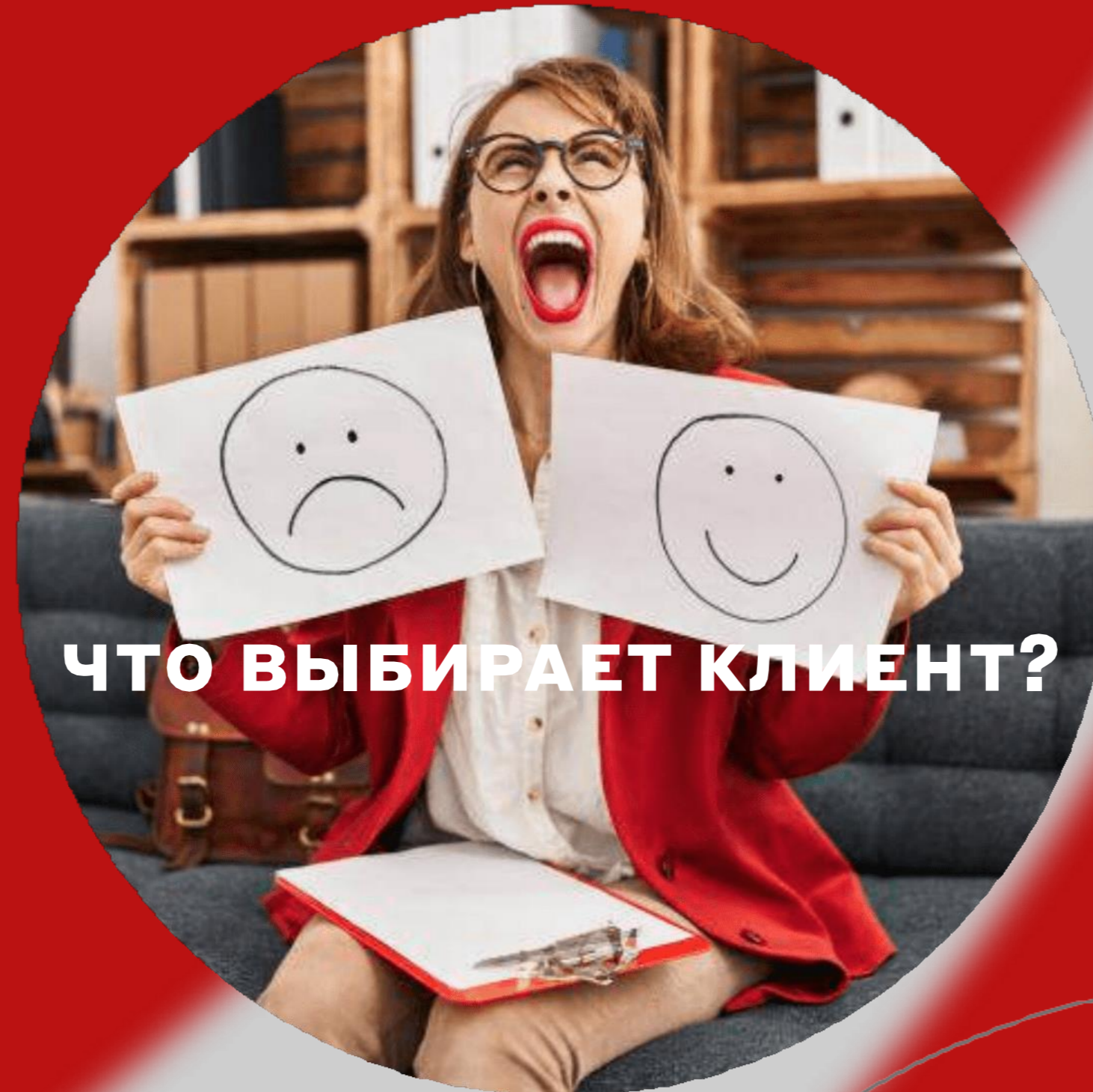
РАЦИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

СРОК

АВАНС

СТАВКА

ГРАФИК



ЧТО ВЫБИРАЕТ КЛИЕНТ?

УВЕРЕННОСТЬ

ПАРТНЁРСТВО

ПРОЗРАЧНОСТЬ

ПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ



СМЫСЛ

УВЕРЕННОСТЬ КЛИЕНТА

АРХИТЕКТУРА ОПЫТА

Доступность 24/7

Прозрачность условий

СКОРОСТЬ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

ПАРТНЁРСКАЯ МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИИ

ИНСТРУМЕНТЫ

AI-ПОДДЕРЖКА

CRM-ТРИГГЕРЫ

АВТООДОБРЕНИЕ

ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ

ESG-ИНИЦИАТИВЫ

DIGITAL УСКОРЯЕТ. СМЫСЛ НАПРАВЛЯЕТ.

APPLE ПРОЕКТИРУЕТ ТЕХНОЛОГИИ ВОКРУГ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА, А НЕ ВОКРУГ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЧИПА.



NIKE СТРОИТ ЦИФРОВЫЕ
ПЛАТФОРМЫ ВОКРУГ КОМЬЮНИТИ И
КУЛЬТУРЫ, А НЕ ВОКРУГ E-COMMERCE.

СКОРОСТЬ БЕЗ НАПРАВЛЕНИЯ = ХАОС

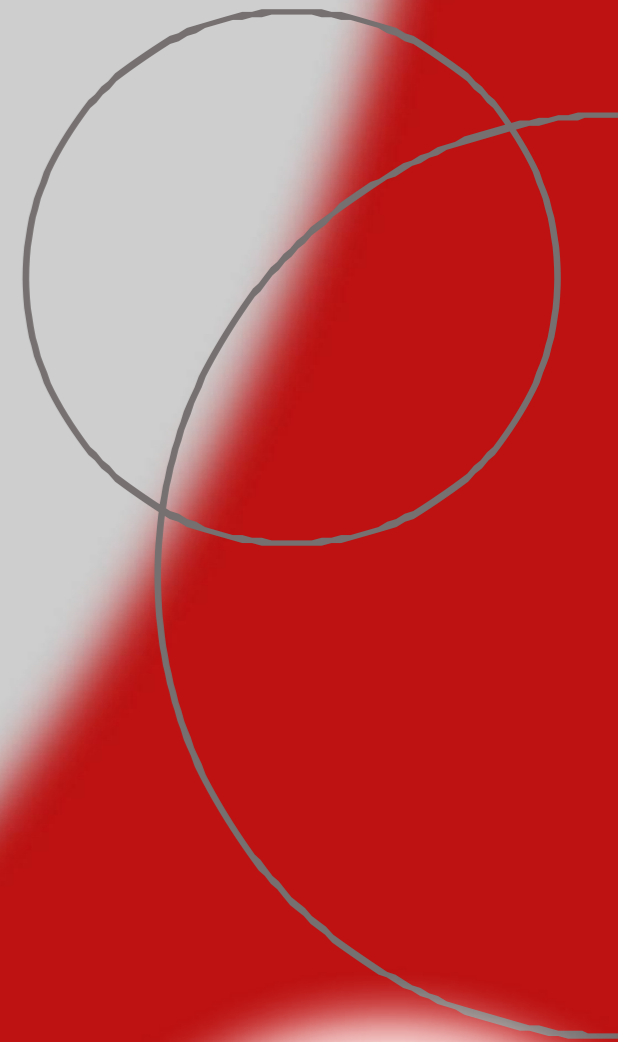
СКОРОСТЬ + СМЫСЛ = СТРАТЕГИЯ

ВАШ БРЕНД



ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СТАНОВИТСЯ УСТОЙЧИВОЙ, КОГДА:

- ЕСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СМЫСЛ, ПОНЯТНЫЙ ВСЕЙ КОМПАНИИ
- ТЕХНОЛОГИИ ПОДЧИНЕНЫ ЦЕННОСТИ, А НЕ ТРЕНДУ
- МЕТРИКИ ОЦЕНИВАЮТ ДОВЕРИЕ, А НЕ ТОЛЬКО ЭФФЕКТИВНОСТЬ





ИССЛЕДОВАНИЕ GARTNER, MARKETING LEADERS SURVEY 2025

GARTNER ОТМЕТИЛ, ЧТО:

- БОЛЕЕ 60% С-МАРКЕТОЛОГОВ СЧИТАЮТ, ЧТО AI БОЛЬШЕ ВЛИЯЕТ НА ОПЕРАЦИОННУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ЧЕМ НА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА.
- КОМПАНИИ, КОТОРЫЕ СВЯЗЫВАЮТ AI С ТРАНСФОРМАЦИЕЙ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА, А НЕ ПРОСТО С АВТОМАТИЗАЦИЕЙ, ПОКАЗЫВАЮТ:
 - +33% УЛУЧШЕНИЕ CLV
 - +27% РОСТ ПОВТОРНЫХ ПОКУПОК
 - -19% СНИЖЕНИЕ ОТТОКА
- МАРКЕТОЛОГИ, КОТОРЫЕ ИНТЕГРИРУЮТ AI ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЦЕННОСТЕЙ И СМЫСЛА, ДОСТИГАЮТ БОЛЕЕ УСТОЙЧИВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ, ЧЕМ ТЕ, КТО ИСПОЛЬЗУЮТ ТЕХНОЛОГИИ КАК ТАКТИКУ.

СМЫСЛ

АРХИТЕКТУРА

ТЕХНОЛОГИЯ

ЭФФЕКТ

- РОСТ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ
- РОСТ ПОВТОРНЫХ КЛИЕНТОВ
- РОСТ ЦИФРОВОЙ АДАПТАЦИИ
- СНИЖЕНИЕ ОПЕРАЦИОННОГО НАПРЯЖЕНИЯ





ЕСЛИ СМЫСЛ — СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АКТИВ, ОН ДОЛЖЕН ИЗМЕРЯТЬСЯ

ТРАДИЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ ИЗМЕРЯЕТ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАМПАНИЙ

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ ИЗМЕРЯЕТ УСТОЙЧИВОСТЬ БРЕНДА

CPL — КРАТКОСРОЧНО

ROI — ОПЕРАЦИОННО

NPS

- ПОВТОРНЫЕ СДЕЛКИ
- ЦИФРОВАЯ АДАПТАЦИЯ
- МУЛЬТИКОНТРАКТНОСТЬ
- РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ

А - Лизинг

ИТОГИ 2025 Г.:

68% NPS

9,5/10 CSI

1/15 БАЗЫ

МУЛЬТИКОНАЛЬНЫЕ
КЛЕНТЫ

ИННОВАЦИЯ В 2026 ГОДУ — ЭТО СПОСОБНОСТЬ ИЗМЕРЯТЬ НЕМАТЕРИАЛЬНОЕ

И ИМЕННО ЭТО НАЧИНАЕТ ВЛИЯТЬ НА КАПИТАЛИЗАЦИЮ БИЗНЕСА

ЧТО НЕЛЬЗЯ АВТОМАТИЗИРОВАТЬ

- ЭТИКА
- ЭМПАТИЯ
- КОНТЕКСТ
- ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



С 26 МАЯ 2025 ГОДА А-ЛИЗИНГ СТАЛ УЧАСТНИКОМ СЕТИ ГЛОБАЛЬНОГО ДОГОВОРА ООН

ESG И СМЫСЛ КАК БАЗА ДОВЕРИЯ НА РЫНКЕ БЕЛАРУСИ

По данным Kantar, более 70% потребителей считают, что прозрачные социальные и экологические стратегии отражают надежность бренда

Процесс экологической и социальной ответственности в Беларуси ещё в стадии формирования, но всё больше потребителей начинают обращать внимание на прозрачность компаний. Согласно недавнему исследованию, более 60% потребителей считают, что социальная ответственность бренда должна быть частью его ценностной философии.



Анна Благополучная

Руководитель отдела маркетинга **A** - Лизинг



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ