

БЕЗ КНУ ТА



Жинь Елена

global digital marketin manager, Lamyra

ТОЛЬКО ПРЯНИКИ

Как влюбить команду и партнёров в продукт
через креативное обучение?

Почему обучение - недооцененный канал
маркетинга?

Почему обучение - недооцененный канал маркетинга?

01

Обучение работает в долгую, не давая быстрых продаж

02

Трудно связать обучение напрямую с конверсией

03

Нужны эксперты и качественный контент, что требует ресурсов, поэтому чаще прибегают к ADS

Классическое обучение ≠ вовлечение

01

Сухие презентации и методички:
никто не читает, никто не запоминает

02

Продавцы перегружены, партнеры
перегружены, маркетологи перегружены

03

Команда «знает продукт»,
но **не чувствует его**

В результате

— формальный подход, слабая
мотивация и посредственные результаты

Зачем мы ходим на обучение?

Не за фактами

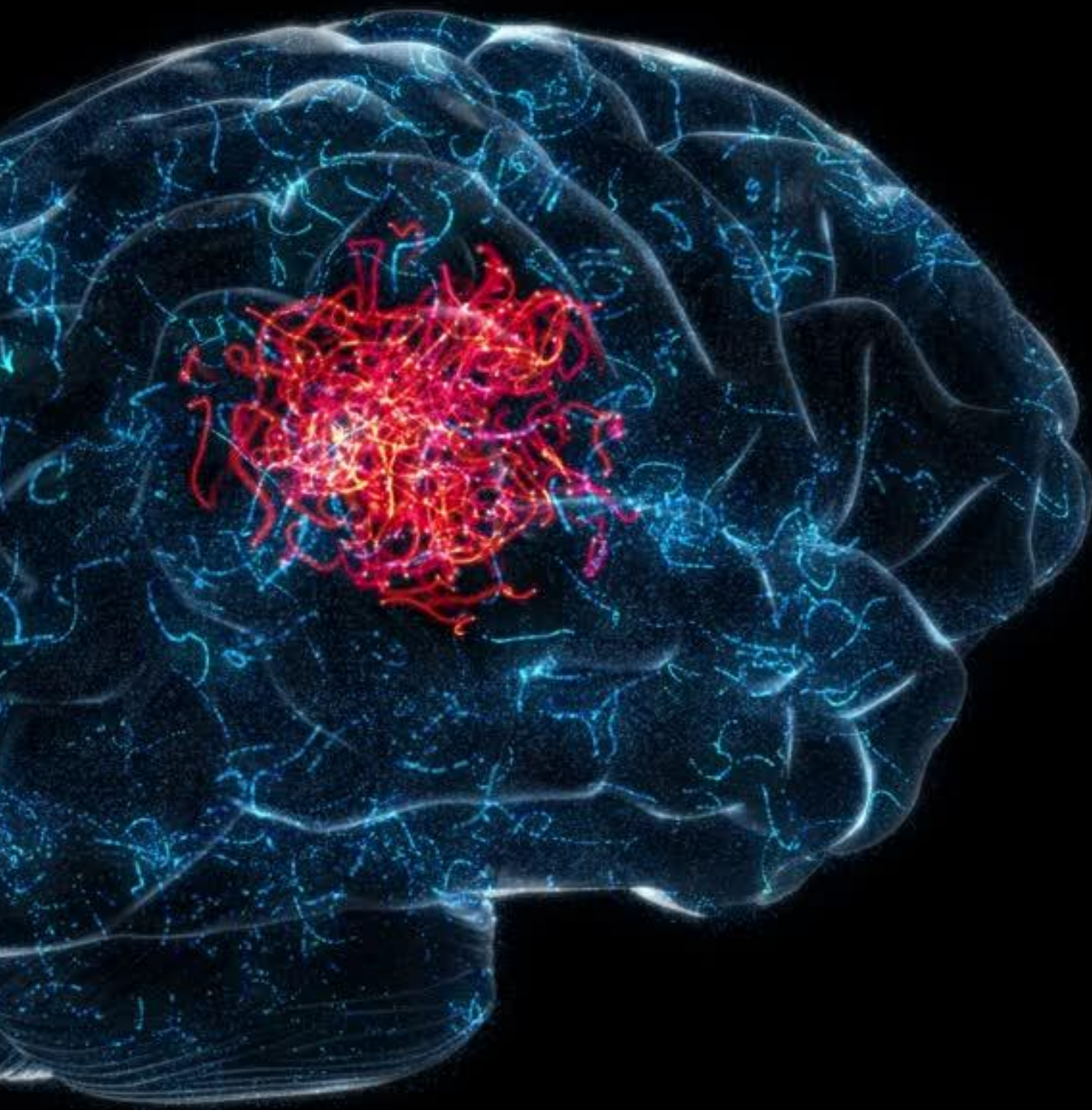
А за эмоцией, возможностью общения,
рекреацией

... и вкусным кофе с мерчем

Будешь кофе
с печеньками? :)



LAMYRA



70%

информации через опыт

10-15%

при пассивном слушании

компании с высоким вовлечением сотрудников в продукт продают в среднем на **21% больше**, чем компании с «инструкционным» подходом

ЭМОЦИИ → СМЫСЛ → ПАМЯТЬ



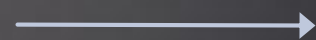
“обучать — это не давить, а вдохновлять”

Принцип «не кнут, а пряник»:

01 \

Обучающий контент =
интересный контент

вовлечённая
команда



02 \

Креатив — это уважение
к вниманию

вовлечённые
партнёры



лояльные
клиенты

«Креатив работает не только наружу — он меняет атмосферу внутри компании и партнёрской сети.»

Внутренний кейс:

Multizan Феррум

LAMYRA

Какие ставились задачи?

01

Донести отличия нового препарата на основе железа в регионе

02

Заинтересовать врачей и дать им простой образ для запоминания

03

Сделать это нестандартно

04

Сделать омниканальную рекламу и увеличить продажи





37%

Ролик «3 поколения машин — 3 поколения железа»

LAMYRA

01 \

Не таблица, не формула,
а **яркая аллегория**

02 \

3 поколения автомобилей:
от “старого жука” до
современных гибридов

Когда смотришь видео
с машинками и изучаешь
новый продукт

03 \

Параллель с
препаратом железа

04 \

Простой визуальный образ —
понятный и врачу, и потребителю



92%

участников отметили, что видео помогло лучше понять позиционирование продукта и его отличие от предыдущих поколений железа

87%

врачей указали, что метафора “три поколения” сделала информацию более наглядной и запоминающейся

78%

заявили, что такой формат обучения вызывает больше доверия и интереса к продукту, чем классические презентации

>80%

аудитории охарактеризовали ролик как “вовлекающий” и “необычный для медицинского тренинга”

Ролик **усилил восприятие Мультизан® Феррум** как инновационного и современного препарата, а также повысил общую вовлечённость врачей в обучающий процесс.

LAMYRA

Решили масштабировать идею — адаптировали ролик для потребителя

01 Запустили B2C-рекламный digital флайт для усиления касаний

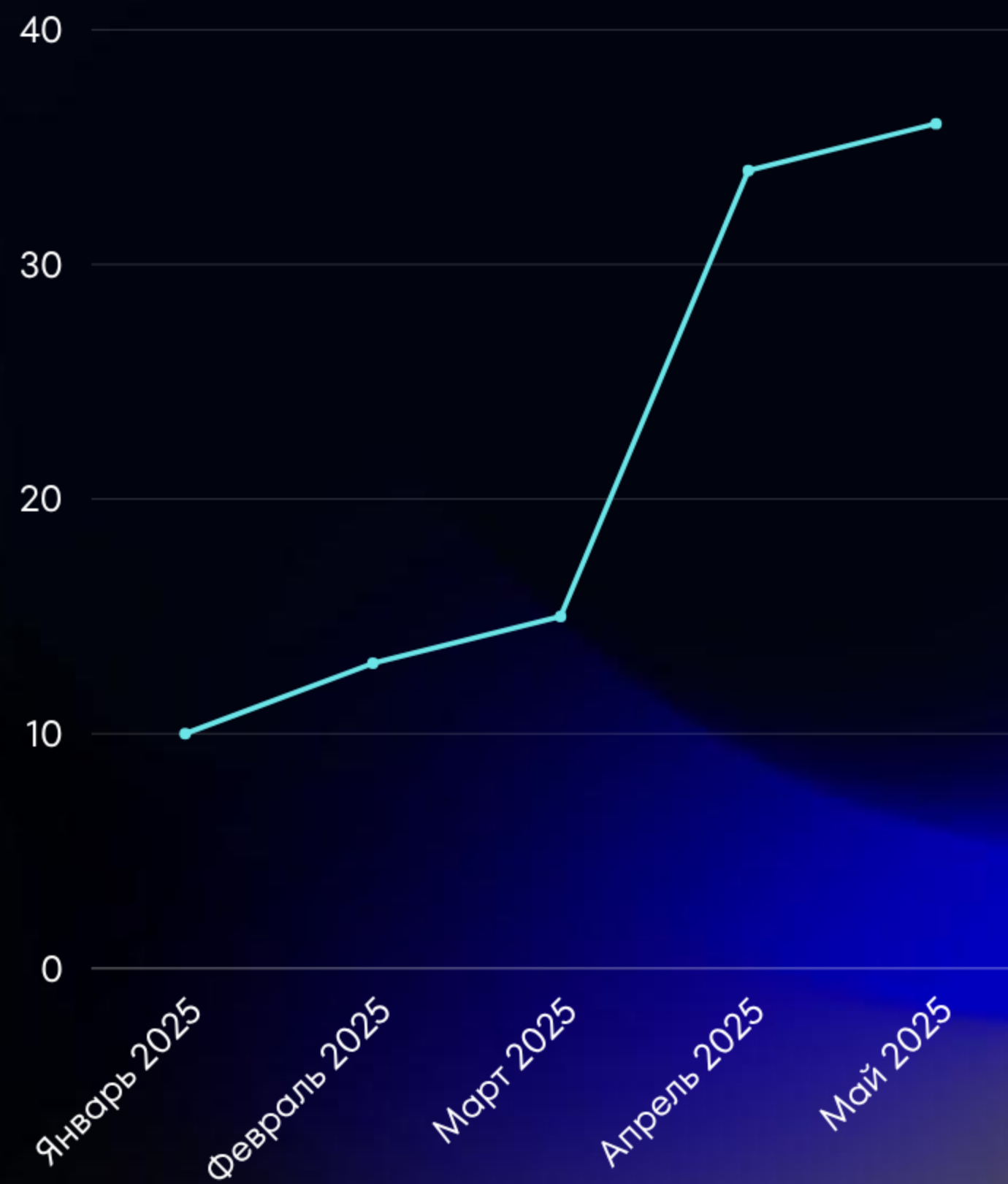
02 \ Одна идея = единое восприятие у врачей и пациентов

03 \ Омниканальность: обучение + реклама → синергия

Рост продаж

+130%

в целевых регионах уже в первый месяц



Маркетологи, которые «прожили» продукт, создают коммуникации, которые продают

71% компаний с высокой маркетинговой эффективностью инвестируют в обучение сотрудников и маркетинговых партнеров в нестандартных форматах (игровые методики, storytelling, дизайн-мышление) и демонстрируют в **2.4 раза больший рост** узнаваемости бренда по сравнению с компаниями без таких практик

give me
my money

82%

отмечают увеличение вовлеченности клиентов

68%

рост лояльности к бренду



LAMYRA

Что важно помнить маркетологу:

LAMYRA

01 Обучение — это тоже маркетинг

Внутренние и партнёрские коммуникации требуют креатива не меньше, чем внешние.

02 Не бойтесь метафор и образов

Даже сложный продукт можно объяснить через понятный, жизненный пример.

Подумайте об этом

03 Один креатив — много точек входа

Хорошая идея работает и для партнера, и для потребителя, и для команды.

04 Не думайте, что вас «и так поймут»

Говорите на языке аудитории — не медицинским, а человеческим.

05 Омниканальность = усиление эффекта

Когда обучение и реклама работают вместе — вы получаете результат быстрее и мощнее.



Что можно внедрить уже завтра

– Ты что-то
понял?



01 \

Продукт-квиз

02

Практика "1 инсайт в
день"

03

Мини-сериал, карточки, бренд-игры

LAMYRA

**Используйте креативные методы
и неожиданные подходы, чтобы
вдохновить команду на новые идеи!**

Вопросы?



Жинь Елена

global digital marketin manager, Lamyra



lamyra.org

LAMYRA