

ДЕЛАЙ КАК НИКТО

креатив, который взбодрит ваш бренд

Роман Сельчёнок
директор по маркетингу
БНБ-Банк

Неочевидные подходы
к решению маркетинговых
и бизнес-задач



БЕЛАРУСКИ
НАРОДНЫ БАНК

О СПИКЕРЕ

15 лет помогаю компаниям расти за счёт яркого и смелого маркетинга

Обладатель нескольких десятков маркетинговых наград и член жюри профессиональных маркетинговых премий, конкурсов и фестивалей

Успешно работал в таких бизнес-доменах, как консалтинг, FMCG, девелопмент, IT, финансы

Развивал маркетинг как с нулевыми бюджетами, так и с маркетинговыми вложениями свыше 3 млн USD в год

4 раза подряд довел маркетинг БНБ-Банка до звания лучшего банковского маркетинга в стране по результатам премии «Банк Года Беларуси»

Бизнес-тренер на программе MBA



ЗАМОК

Это был быстрый тест рыцарь
ты или слесарь



МУЖА

Это был быстрый тест
пессимист ты или пекарь





КРЕАТИВ

Это был быстрый тест
творец ты или стратег

ГДЕ ЕСТЬ МЕСТО КРЕАТИВУ?

МАРКЕТИНГОВЫЕ
КОММУНИКАЦИИ

БРЕНД
И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

СЕРВИСНАЯ
МОДЕЛЬ

ПРОДУКТОВЫЙ
ПОРТФЕЛЬ

БИЗНЕС-
МОДЕЛЬ

NAKED TRUTH

рекламный креатив нужен
только тем, кто его создаёт



НАИБОЛЬШАЯ ЦЕННОСТЬ

привносить креатив (новое!) туда,
где его традиционно не хватает



ПОЧЕМУ ТАК МАЛО КРЕАТИВА В БИЗНЕСЕ?

КРЕАТИВ В МАРКЕТИНГЕ

инструмент
(операционная деятельность)

КРЕАТИВ В БИЗНЕСЕ

мышление
(стратегическая деятельность)



КАК СДЕЛАТЬ КРЕАТИВ ПРИМЕНИМЫМ?

ДЕЛАЙ РАЗ

Дивергентное мышление

ДЕЛАЙ ДВА

Конвергентное мышление



ЧЕТЫРЕ ВСАДНИКА КРЕАТИВА

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ

создать новое «от клиента»

ЛАТЕРАЛЬНОЕ МЫШЛЕНИЕ

сломать правила игры

ТРИЗ

найти нестандартное решение
для нерешаемой задачи

SCAMPER

модифицировать существующее



ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ И ЛЮБОВЬ К КЛИЕНТУ

Фокусируйтесь на понимании, что нужно пользователю, и создавайте инновационные продукт, услугу, решение.

6 ШАГОВ К ЦЕЛИ

1 ПРОЯВИТЕ ЭМПАТИЮ

Погрузитесь в опыт пользователя: наблюдайте, проводите интервью, анализируйте поведение.

2 АНАЛИЗИРУЙТЕ И СИНТЕЗИРУЙТЕ

Формулируйте проблемы на основе полученных данных, выделяйте инсайты.

3 ГЕНЕРИРУЙТЕ ИДЕИ

Создавайте множество вариантов решений с помощью мозгового штурма и аналогий.

4 СОЗДАВАЙТЕ ПРОТОТИПЫ

Быстро создавайте простые модели или макеты для проверки идей на практике.

5 ТЕСТИРУЙТЕ

Проверяйте прототипы с реальными пользователями, собирайте обратную связь для доработки.

6 УСТРАИВАЙТЕ СТОРИТЕЛЛИНГ

Презентуйте решения через истории для лучшего восприятия и убеждения.

ТРИЗ И РЕШЕНИЕ НЕРЕШАЕМОГО

Ищите нестандартные решения, когда стандартные методы исчерпали себя.

4 ШАГА К ЦЕЛИ

1 АНАЛИЗИРУЙТЕ СИСТЕМУ

Определите, из каких элементов состоит объект или процесс.

2 ВЫЯВЛЯЙТЕ ПРОТИВОРЕЧИЯ

Найдите, какой параметр нужно улучшить и какой при этом может ухудшиться.

3 ФОРМУЛИРУЙТЕ ИДЕАЛЬНЫЙ КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ (ИКР)

Представьте, каким было бы самое лучшее решение без лишних затрат.

4 РАЗРЕШАЙТЕ ПРОТИВОРЕЧИЯ

Выйдите из плоскости и попробуйте принципиально новое решение, чтобы убрать противоречие.

ЛАТЕРАЛЬНОЕ МЫШЛЕНИЕ, ИЛИ КАК ПЕРЕВЕРНУТЬ ВСЁ С НОГ НА ГОЛОВУ

Ищите идеи, отбросив шаблоны и используя максимально неожиданные подходы.

4 ШАГА К ЦЕЛИ

1 ОПРЕДЕЛИТЕ ФОКУС ЗАДАЧИ

Сформулируйте одну конкретную проблему или объект, с которым работаете.

2 НАРУШЬТЕ ШАБЛОН (СОЗДАЙТЕ ЛАТЕРАЛЬНЫЙ РАЗРЫВ)

- Дополнение: добавьте необычный элемент.
- Исключение: уберите привычный компонент.
- Замена: поменяйте что-то ключевое.
- Гиперболизация: сильно увеличьте/уменьшите что-то.
- Измените порядок: переставьте этапы, роли, функции.

3 СОЗДАЙТЕ КАК МОЖНО БОЛЬШЕ НЕОЖИДАННЫХ ИДЕЙ

Ничего не отбрасываем. Чем абсурднее, тем лучше.

4 ОСМЫСЛИТЕ И АДАПТИРУЙТЕ ИДЕИ К РЕАЛЬНОСТИ

«Заземлите» идеи, оцените выгоды и риски.

SCAMPER, ИЛИ КАК НАЙТИ ТОЧКИ ИЗМЕНЕНИЙ

Трансформируйте существующие продукты, услуги или процессы, задавая вопросы о возможных модификациях.

SUBSTITUTE (ЗАМЕНИ)

Что можно заменить?
(материалы, процессы, людей)

S

COMBINE (ОБЪЕДИНИ)

Что можно объединить?
(функции, продукты, идеи)

C

ADAPT (АДАПТИРУЙ):

Что можно адаптировать
или изменить для других целей?

A

MODIFY/MAGNIFY/MINIFY (ИЗМЕНИ/УВЕЛИЧЬ/УМЕНЬШИ)

Как модифицировать, усилить
или уменьшить что-то?

M

PUT TO OTHER USE (ИСПОЛЬЗУЙ ПО-ДРУГОМУ)

Как использовать продукт или идею иначе?

P

ELIMINATE (УДАЛИ):

Что можно убрать
или упростить?

E

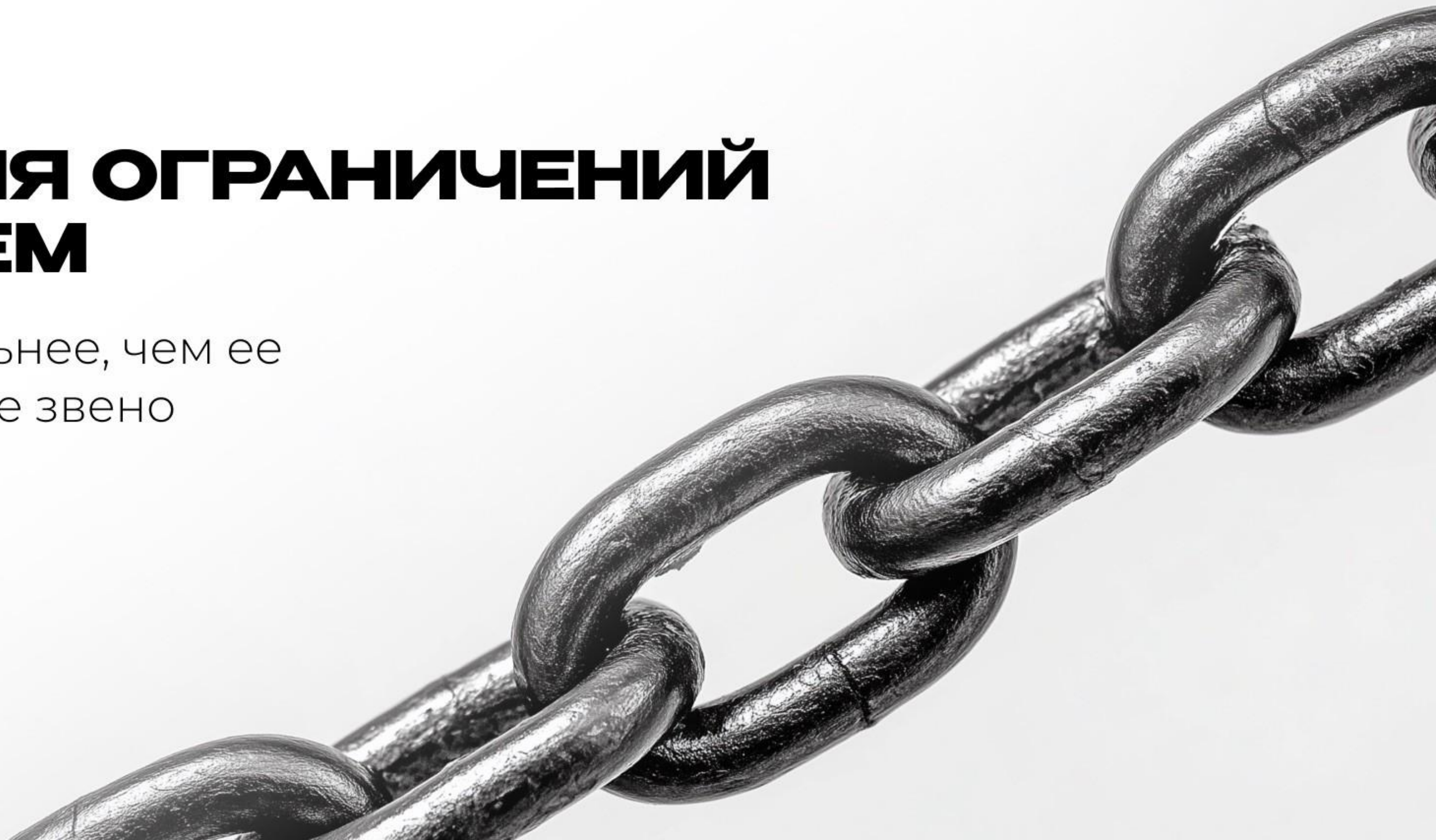
REVERSE/REARRANGE (ПЕРЕВЕРНИ/ПОМЕНЯЙ ПОРЯДОК)

Можно ли изменить последовательность, перевернуть процесс?

R

ТЕОРИЯ ОГРАНИЧЕНИЙ СИСТЕМ

Цепь не сильнее, чем ее
самое слабое звено



КТО ЗДЕСЬ САМОЕ СЛАБОЕ ЗВЕНО?



СНИМАЕМ ОГРАНИЧЕНИЯ, ПОШАГОВЫЙ ГАЙД

1 Выявить главное ограничение системы
(её «слабое звено»)

2 Максимально эффективно использовать
ограничение

3 Подчинить остальные элементы
системы ограничению

4 Увеличить пропускную способность
ограничения

5 Проверить, осталось
ли звено ограничением

4 ПРИМЕРА
ИЗ ОПЫТА БНБ-БАНКА



ЦИФРОВЫЕ КАРТЫ КАК «НОВЫЙ ЧЁРНЫЙ»



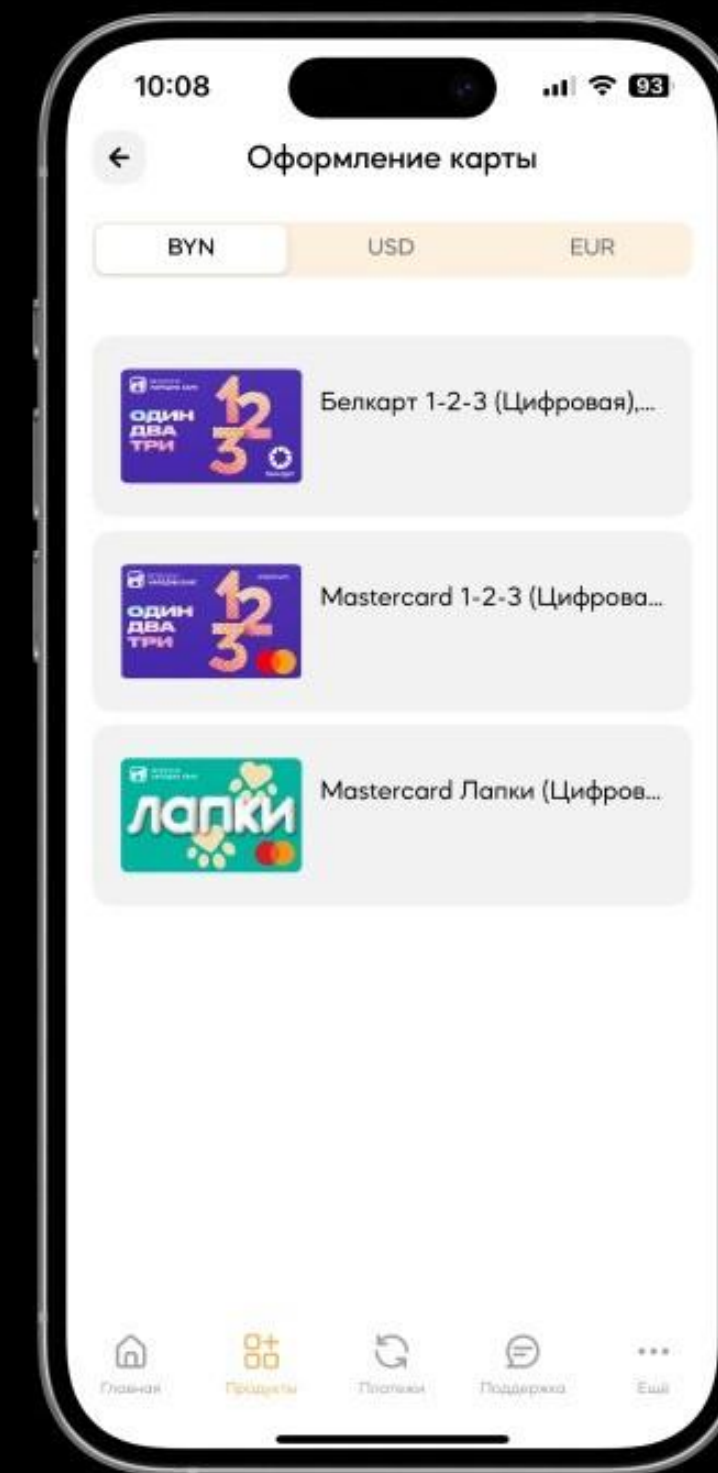
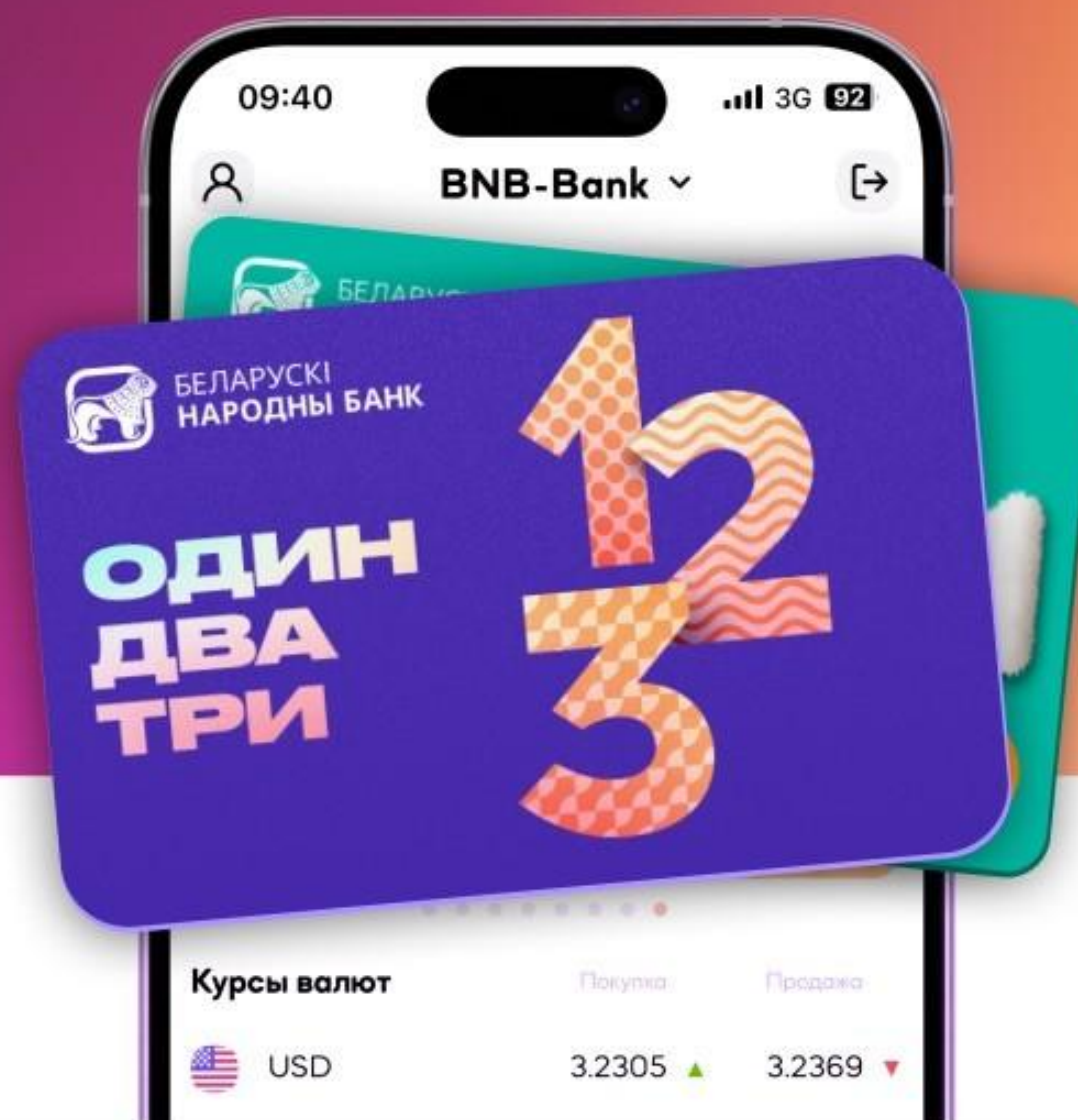
БЕЛАРУСКІ
НАРОДНЫ БАНК

Приятно открыть бесплатно!

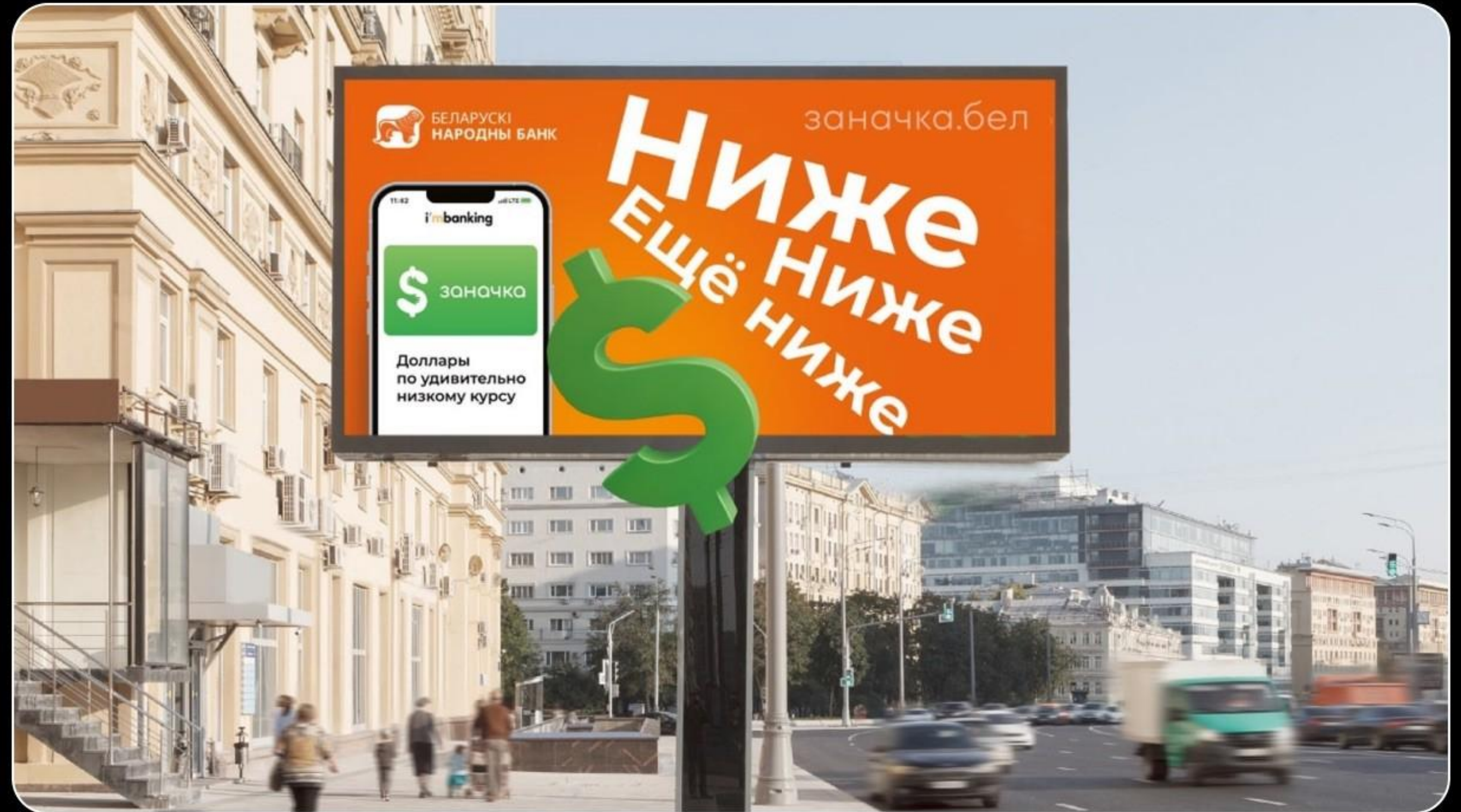
Открыть



Открывай цифровую карточку 1-2-3
в приложении



ЗНАЧКА – ДЕПОЗИТ НАОБОРОТ



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ НЕПЕРСОНАЛИЗИРУЕМОГО

Малиновка
уже во всю
манибэчит!

Ты с нами?


БЕЛАРУСКІ НАРОДНЫ БАНК | mastercard.

world
ОДИН
ДВА
ТРИ

bnb.by

АГЕНТ 0,07, ИЛИ РЕФЕРАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ЗА ОДНУ НОЧЬ



 БЕЛАРУСКИ
НАРОДНЫ БАНК

Агент 0,07!
У нас для тебя
задание...

**ПОЛУЧИ
ДЕНЬГИ
ОТ БАНКА!**

Инструкция на bnb.by

ОАО «БНБ-Банк»
УНП 100513485

SUMMARY

Ищем точки применения креатива
за пределами рекламы

Определяем проблемное поле

Применяем описанные выше методологии
(или любые другие)

Меняем бизнес, а не только
коммуникации

PROFIT

ПОЖАЛУЙСТА!

Роман Сельченок
директор по маркетингу
БНБ-Банк



БЕЛАРУСКІ
НАРОДНЫ БАНК