

ИРИНА НОВИКОВА



- Генеральный директор ТД ООО «Минский молочный завод № 1»
- Антикризисный топ-менеджер
- Эксперт в управлении и переговорах
- Стратегический аналитик
- 20 лет опыта в сфере продаж, бизнеса и управления
- Бизнес-тренер по эмоциональному интеллекту и управлению командой
- Член «Женского бизнес-альянса»

**Что объединяет
белорусские бренды?**

**И как среди этого
найти своё лицо и не
потеряться?**



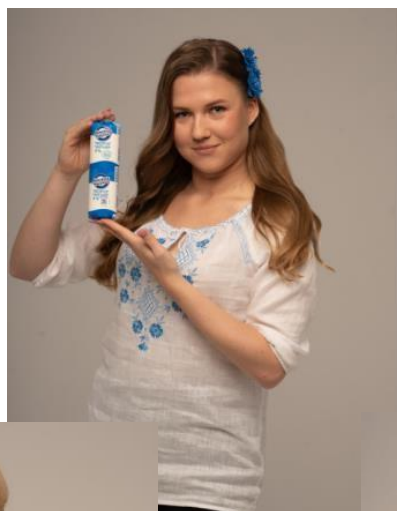


«Денег нет, но бренду
БЫТЬ!»



Люди покупают у людей

Наш козырь: Гибкость и Человечность



Вызовы современного маркетинга

Стоимость рекламы растет, а доверие к классическим медиа снижается.

Бренды с большими бюджетами не всегда побеждают в этой новой игре.

«Большой бренд — это авианосец. Он мощный, но неповоротливый. Вы — надувная лодка с ракетной установкой. Вы можете сделать то, на что у них никогда не хватит смелости или скорости.»

Ограничения — это не минус, это топливо для креатива.

- **Фокус на идее, а не на инструменте**

Голос звучит как доверие

- **Сила искреннего сторителлинга**

Покажите, что за брендом стоят реальные люди, которые любят свое дело, а не бездушный рекламный отдел.



Участие в кулинарных шоу

Прозрачность, натуральность и открытый диалог .
Мы строим доверие, а не навязываем продажу.

Участие в проекте «Дежурный по кухне» с ведущим Ильей Лазерсоном на телеканале «Еда» с интеграцией продукции торговой марки «Минская марка» бренда «1М Молочный» и личном участии Генерального директора – Ирины Новиковой.



Участие в форумах, премиях и выступление как спикер

— это инвестиции не в сиюминутные продажи, а
в репутационный капитал, который становится
главным конкурентным преимуществом
компании на долгие годы.



Разрыв шаблона: Новые правила игры

Мы разрушили главный миф

БОЛЬШОЙ МАРКЕТИНГ = БОЛЬШИЕ ДЕНЬГИ.

*Настоящая сила — в способности **УДИВЛЯТЬ**.*



От вас ждут блогера — вы даете слово покупателю



От вас ждут скидку — вы даете эмоцию



От вас ждут масштаб — вы даете искренность



5 Инструментов «Вопреки», которые работают



Эмоциональный маркетинг

Говорим не о продукте (молоке), а о моменте, в котором он живет: «Вкус детства», «Натуральность как привычка доверять».



Покупатели – Амбассадоры

Используем реальных клиентов: Конкурс «наш сыр на вашей кухне», фото без постановки. Искренность создает вирусность.



Партнерства и коллаборации

Объединяемся с другими локальными брендами. Пример: сыр + кофе, молоко + выпечка. Совместные акции удваивают охват при нулевых затратах.



PR через смысл

Создаем истории о людях, которые создают продукт. Короткие видео: «1 день на заводе». Это контент, а не прямая реклама.



Локальные инициативы

Комьюнити-маркетинг: участие в жизни города, фестивали, кулинарные мастер-классы. Бренд становится частью сообщества.



Философия «Вопреки»

Идеи

Маркетинг — это не про деньги. Это про идеи, которые двигают людей и меняют поведение.



Гибкость

Способность быстро адаптироваться и менять курс, в отличие от неповоротливых конкурентов.



Искренность

Построение долгосрочных отношений с аудиторией через правду и открытость.



Фокус

Концентрация на ключевом сообщении и его искренней подаче.



**Доверие и искренность-
фундамент, на котором строятся великие бренды .**



Основные показатели Торгового дома

72

региона

360

фур в месяц

420

SCU

90 тыс. тонн
14,5 млрд. руб.

объем реализации

В ГОД



QR-code
Instagram



QR –code
на соц. Сети VK Новиковой И.В.



Сайт novikovabiz.ru

