

**Смена глобальной парадигмы:
переход от ориентации на
клиента к ориентации на
человека.**

Качалкин Михаил

Глобальные тренды: меняющие пользовательское поведение

ЛЮДИ

- ❖ Значимость времени, как ключевой ценности
- ❖ Рост продолжительности жизни и смена поколений
- ❖ Бренд, как способ самовыражения через единые ценности
- ❖ Эмоции важнее сути и содержания

БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ

- ❖ Доминирование управленческих процессов над производственными: Waterfall, Agile, Scrum, Kanban
- ❖ Автоматизация работы с пользователями, основанная на персонализации поведения отдельных целевых групп
- ❖ Формирование экосистем под единым брендом: монополия на клиентское внимание

ОТРАСЛИ

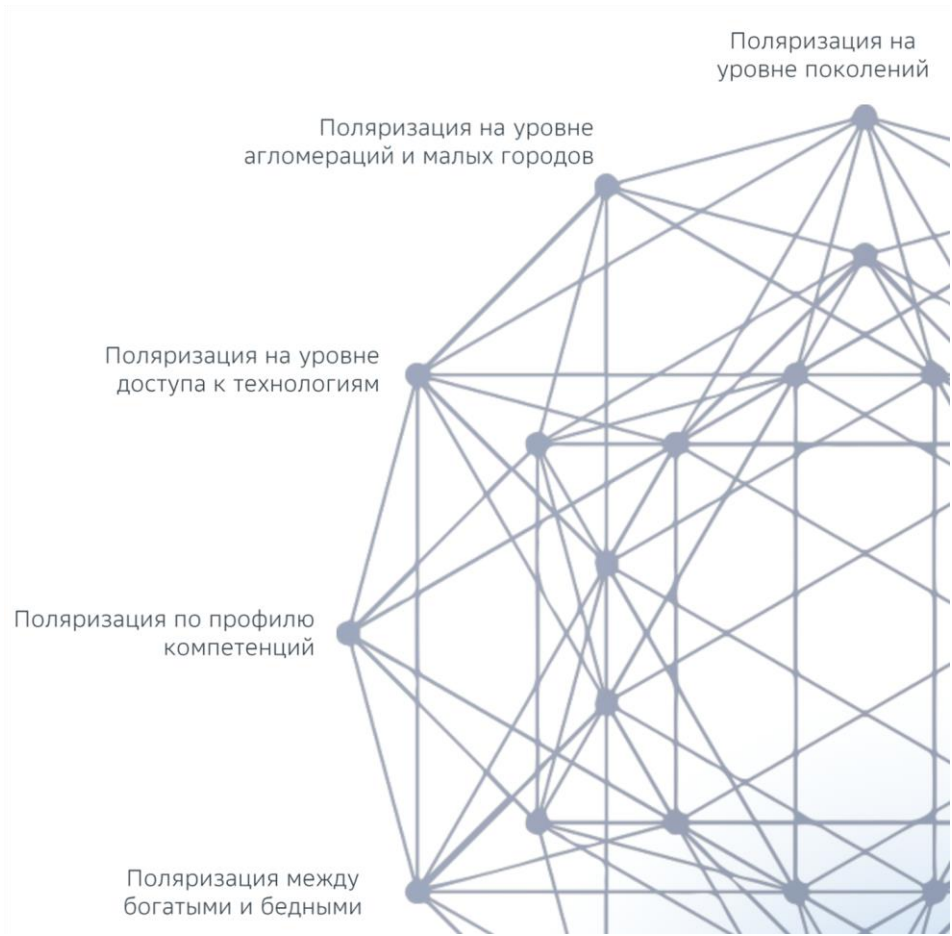
- ❖ ESG повестка, единые стандарты деятельности компании (соц, эко, корп. управление)
- ❖ IA внедряется повсеместно, повышая эффективность для общества, вытесняя экспертных профессий
- ❖ Рост спроса на «зеленые» продукты и сервисы, досуг и развлечение

КОММУНИКАЦИИ

- ❖ Мессенджер, как универсальный канал и платформа для коммуникации
- ❖ Размытие границ между продажами и коммуникациями
- ❖ «Баннерная слепота» - ценность пользовательского опыта и рекомендаций

5 мегатрендов определяют облик мира 2035

**Из исследования Сбера «Мегатренды: будущее 2035»*



Традиционные бизнес-модели эволюционировали

Этап 1: Клиентоориентированность в

Клиентоцентричность

Этап 2: Клиентоцентричность в

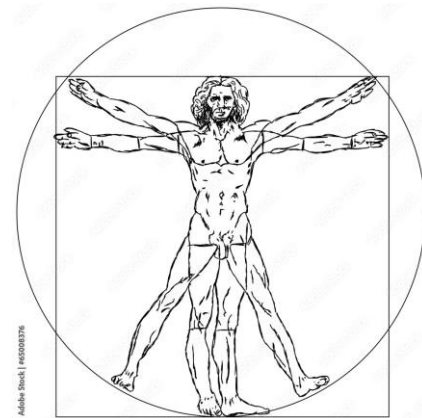
Человекоцентричность

Почему?



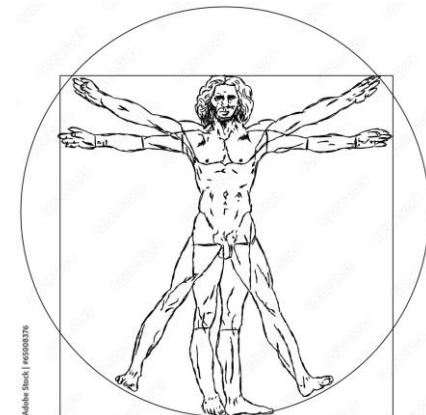
Клиентоориентированность

1. Фокус на удовлетворении потребностей клиентов и получении прибыли.
2. Клиент рассматривается как источник дохода: кросс-продажи и аппсейл.
3. Отсутствует глубокое понимание контекста и мотивации клиента.



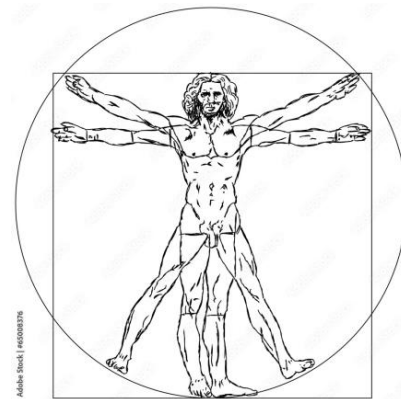
Клиентоцентричность

1. Изучение клиентского опыта - CJM.
2. Построение продукта и сервиса вокруг/от потребностей клиента.
3. Персонализация с помощью больших данных и аналитики поведения
4. Но по-прежнему фокус только на клиенте и монетизацию



Человекоцентричность

1. Фокус на человеке, его образе жизни, потребностях и ценностях.
2. Комплексное глубокое понимание психологии поведения человека.
3. Имплементация продуктов и сервисов бесшовно в его жизни и поведение.
4. Построение экосистем для жизни и построение долгосрочных отношений





Инструментарий

КАЧАЛКИН
PRO

Исследуем паттерны
поведения людей и групп
Проектируем опыт и
управляем впечатлениями
Применяем нейромаркетинг



Что важно

КАЧАЛКИН
PRO

Социальные группы
(поколенческая теория)
Жизненные сценарии
Ценности и импакт
Трендсетеры и тренды

Summary

1. Произошла эволюция от клиентоориентированности к человекоцентричности.
2. Человекоцентричность - комплексный подход к пониманию человека как пси - и био - системы
3. Ориентация на клиента не является оптимальной стратегией и приводит к оттоку клиентов.
4. Человекоцентричность способствует устойчивому развитию и росту бизнеса за счет глубокого понимания мотивации человека.
5. Задача современной Компании - создавать устойчивую эмоциональную связь с клиентами через свои продукты и сервисы.