

СИЛА СООБЩЕСТВ
ПОЧЕМУ БИЗНЕСУ ВАЖНО
СОЗДАВАТЬ КОМЬЮНИТИ

НИКИТА



ГРИНЬ

О СПИКЕРЕ:

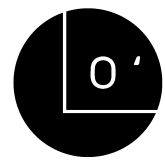
inst, tg: @donnikitius

Сооснователь коммуникационного
агентства О'Смысле

Основатель и CEO школы
digital-профессий О'Смысле

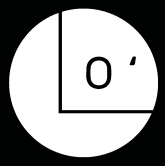
Преподаватель УРФУ, Реклама и PR

Основатель некоммерческого
проекта «ВыДвижение»



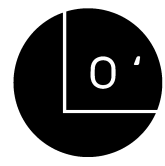
НА ЭТОЙ ЛЕКЦИИ ТЫ УЗНАЕШЬ:

- 01** Что такое «третье место» и почему стоит обратить на него внимание при создании бизнеса
- 02** Что даёт бизнесу комьюнити
- 03** Опыт O'Sмысле в создании комьюнити
- 04** Как создать крутое комьюнити вокруг бренда?



Исторически людям было важно найти похожих по духу людей, получить возможность поделиться своими мыслями и идеями, вдохновиться и узнать что-то новое.

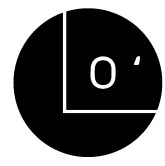
→ *ЛЮДЕЙ* быстрее всего
РАЗВИВАЮТ ДРУГИЕ ЛЮДИ



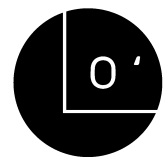
«Третье место» включает в себя все места, где человек проводит время вне дома («первое место») и работы («второе место»).

«Третье место» мотивирует человека коммуницировать с другими людьми, погружает в общественную жизнь. Находясь в новых местах, человек может зарядиться новыми эмоциями и прийти к гениальным идеям.

«ТРЕТЬЕ МЕСТО» – ЭТО ПРОСТРАНСТВО, ГДЕ ВЫСТРАИВАЕТСЯ СООБЩЕСТВО

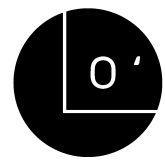


КОМЬЮНИТИ ОБЪЕДИНЯЕТ ЛЮДЕЙ
*С ОБЩИМИ ИНТЕРЕСАМИ, ЦЕЛЯМИ
И ЦЕННОСТЯМИ*



ПОЧЕМУ ЛЮДЯМ ВАЖНО БЫТЬ ЧАСТЬЮ КОМЬЮНИТИ?

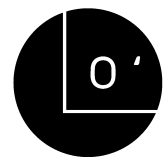
- 01** Социальная поддержка
- 02** Обмен знаниями и опытом
- 03** Создание связей
- 04** Совместная деятельность
- 05** Влияние на изменения



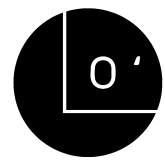
ОСНОВНАЯ ПРОБЛЕМА, КОТОРУЮ МЫ РЕШАЕМ В КОМЬЮНИТИ — **ОДИНОЧЕСТВО**

Мы не психологи, но мы в силах создать между людьми глубокие горизонтальные связи, а главное — **сформировать доверие.**

Взаимоотношения между участниками — первое, о чем нужно заботиться.

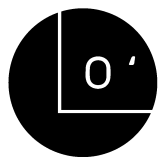


В КОМЬЮНИТИ ЛЮДИ ВСТРЕЧАЮТ ЛЮДЕЙ,
БЛИЗКИХ ПО ДУХУ И НАЧИНАЮТ СВЯЗЫВАТЬ
ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЭМОЦИИ С БРЕНДОМ,
КОТОРЫЙ ИХ ОБЪЕДИНИЛ



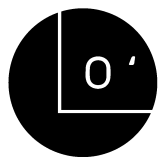
ЕСЛИ У ВАС ЕСТЬ КОМЬЮНИТИ, ТО:

- 01** Повышается виральность (по-другому — вирусность).
- 02** Увеличивается прибыль.
- 03** Становится более качественной обратная связь.
- 04** Улучшается репутация.
- 05** Растёт узнаваемость бренда.
- 06** Появляются народные эксперты.
- 07** Демонстрируется экспертность компании.



NIKE N RUN CLUB

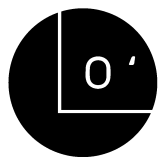




КЕЙС LEGO

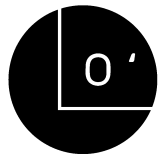
LEGO online
community *case* study:
what benefits do they
get *from* it ?





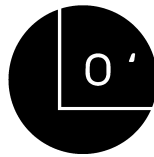
БРУСНИКА – СОСЕДСКИЕ КЛУБЫ





JEEP OWNERS GROUP





HARLEY-DAVIDSON

REWARDS
COMMUNITY
ACCESS
RIDE WITH US
EVENTS
EXPERIENCES
CONTENT

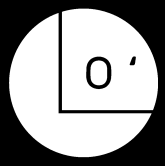


MEMBERSHIP

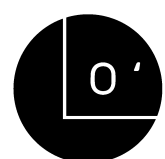
On or off the bike, H-D® Membership connects, empowers, and rewards our community, enhancing the Harley-Davidson experience.

LEARN MORE





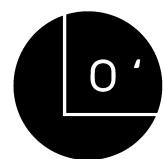
СИЛА В ЛЮДЯХ, КОТОРЫЕ НАЧИНАЮТ
ОКРУЖАТЬ, СЛЕДИТЬ И ПОДДЕРЖИВАТЬ.
*МЫ СОЗДАЕМ КОМЬЮНИТИ НЕ ДЛЯ ЛЮДЕЙ,
А ВМЕСТЕ С НИМИ.*



ATLAS DEVELOPMENT × O'СМЫСЛЕ

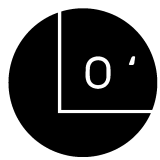
- 01** Лекции — как основа знания.
- 02** Мастер-классы для детей — как возможность ребенку больше познать мир.
- 03** Тренинги — как практика личного роста.
- 04** Подкаст — как дополнительный источник знаний для новых мыслей и действий.
- 05** Спорт — как основа здоровой и качественной жизни





ATLAS DEVELOPMENT × O'СМЫСЛЕ





SOK × O'СМЫСЛЕ

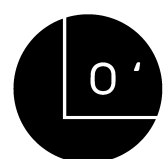
«Больше чем офис»



Москва Санкт-Петербург Казань
Екатеринбург Тель-Авив

**БОЛЬШЕ
ЧЕМ ОФИС**





SOK × O'СМЫСЛЕ

SOK

service
office
knowledge

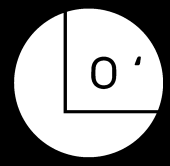
SOK ×

13/06 19:00

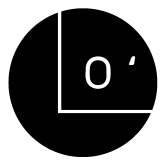
САМЫЙ СОК:

ЛЕКЦИЯ

**ОБУЧЕНИЕ В СИСТЕМЕ,
КАК ЧАСТЬ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА**



В КОМЬЮНИТИ ВАЖНО *СОЗДАВАТЬ*
МИНИ-ГРУППЫ, В КОТОРЫХ БУДУТ
ВЫСТРАИВАТЬСЯ *БОЛЕЕ ТЕСНЫЕ ОТНОШЕНИЯ*
МЕЖДУ ИХ УЧАСТНИКАМИ



URAL MARKETING COMMUNITY

30/03 19:00

URAL MARKETING COMMUNITY

Тендеры в digital: идеальный match
между компаниями и агентствами

Алёна Тасакова



Мария Самойлина

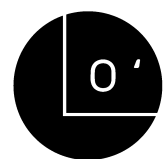


Михаил Пономаренко



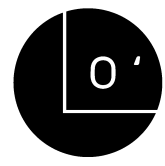
Алексей Гроховский





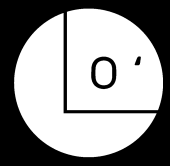
КАК СОЗДАТЬ КРУТОЕ КОМЬЮНИТИ ВОКРУГ ПРОДУКТА?

- 01** Определите ясное видение и ценности бренда и дайте их людям
- 02** Make — Share — Repeat. Создавайте только такие инфоповоды, которыми захочется делиться
- 03** Только личным примером. Если вы горите тем, что делаете — люди захотят разделить это с вами
- 04** Дайте то, что нужно людям — статус и сопричастность к крутому проекту
- 05** Не Я, а МЫ. Дайте людям ощущение, что они команда



КАК СОЗДАТЬ КРУТОЕ КОМЬЮНИТИ ВОКРУГ ПРОДУКТА?

- 06** На «крючке» — создавайте больше ассоциаций с брендом.
Людам хочется быть частью чего-то большего
- 07** Сообщество само по себе — не источник заработка
- 08** Людям легче «строить» что-то вместе с нуля, чем присоединяться к уже построенному проекту
- 09** Создавайте комьюнити не для людей, а вместе с ними



КОМЬЮНИТИ — ЭТО СОВМЕСТНАЯ ИСТОРИЯ.
МЫ СОЗДАЕМ КОМЬЮНИТИ НЕ ДЛЯ ЛЮДЕЙ,
А ВМЕСТЕ С НИМИ.

НИКИТА



ГРИНЬ

О СПИКЕРЕ:

inst, tg: @donnikitius

Сооснователь коммуникационного
агентства О'Смысле

Основатель и CEO школы
digital-профессий О'Смысле

Преподаватель УРФУ, Реклама и PR

Основатель некоммерческого
проекта «ВыДвижение»