



senteo

experience is everything

Алексей Веретенков



- **Управляющий директор стран ЕСА, старший партнер, Senteo Inc.**
- **VP по стратегии и маркетингу,** инвестиционный фонд Армении ANIF
- **Член совета директоров,** краудфандинг платформа ARFI
- **Co-founder,** стартап-студии и платформа для маркетплейсов
- **Инвестор и совладелец** десятков daily и venture проектов.

В прошлом:

- **Со-руководитель цифровой трансформации, продакт оунер стратегии,** Альфа-Банк Россия
- **Советник председателя наблюдательного совета,** Альфа-Банк Беларусь
- **Руководитель отдела прямых продаж и зам отдела телемаркетинга,** Raiffeisenbank, ex Импэксбанк
- **Руководитель торговых точек,** Евросеть.

Опыт

Алексей — эксперт по трансформации, цифровизации и управлению изменениями с 17-летним опытом в **11 странах, 100 компаниях и 300+ проектов.** Алексей работал в банках (Альфа банк РФ и Беларусь, Райффайзенбанк, Импэксбанк), розничной сети Евросеть, инвест. фонде ANIF (Armenian National Interests Fund) и консультантом в следующих индустриях: банковской сфере, розничной торговле, страховании, на производстве, в автомобилестроении и телекоммуникациях.

Он успешно разрабатывал стратегии с фокусом на execution, реализовывал проекты в области **управления трансформацией, цифровизации и цифровых решений, развития корпоративной культуры, системного ценообразования, клиентоориентированной аналитики и внедрения CRM-систем.**

Опыт Алексея включает в себя работу в США и Восточной Европе в таких компаниях, как BNP Paribas, Raiffeisenbank, Euroset, Atlant-M, Ural FD Bank, RosEvroBank, Росинер, 360 Federal Credit Union, Альфа-Банк, Мегафон, ЧТПЗ, группа Ак Барс, TBC bank, Societe Generale Group и др.

Алексей запустил бизнес финансового планирования в США, также он является членом советов директоров ряда компаний и совладельцем нескольких технологических проектов, нейросенсорике, медиа-агентства и медиасети, платформ для маркетплейсов и ряда других компаний.

Образование

- **Стратегический менеджмент,** финансовый университет при правительстве РФ, повышение квалификации
- Психологии управления — **управление изменениями,** московский институт психоанализа, бакалавр
- **Кандидат экономических наук,** международная академия оценки и консалтинга
- Экономист — **финансы и кредит,** институт прикладной информатики и управления, магистр.

- Agile transformation — **сооснователь Agile-манифеста** Arie van Bennekum, Wemanity
- **Product Management Program** — Berkeley
- Empretec — **Гарвардская программа подготовки предпринимателей,** United Nations UNCTAD, ООН.

Алексей свободно владеет русским и английским языками.

experience is everything



**почему в текущие времена в
дистанционных каналах
необходимы сильные лидеры ?**



октябрь 2022

Digital businesses use technology to create new value in **business** models, customer experiences and the internal capabilities that support its core operations. The term includes both **digital**-only brands and traditional players that are transforming their businesses with **digital** technologies.



experience is everything

КАК КОМПАНИИ СТРОИЛИСЬ РАНЬШЕ: ВСЕ ВНУТРИ, ЖЕСТКИЕ ГРАНИЦЫ



experience is everything

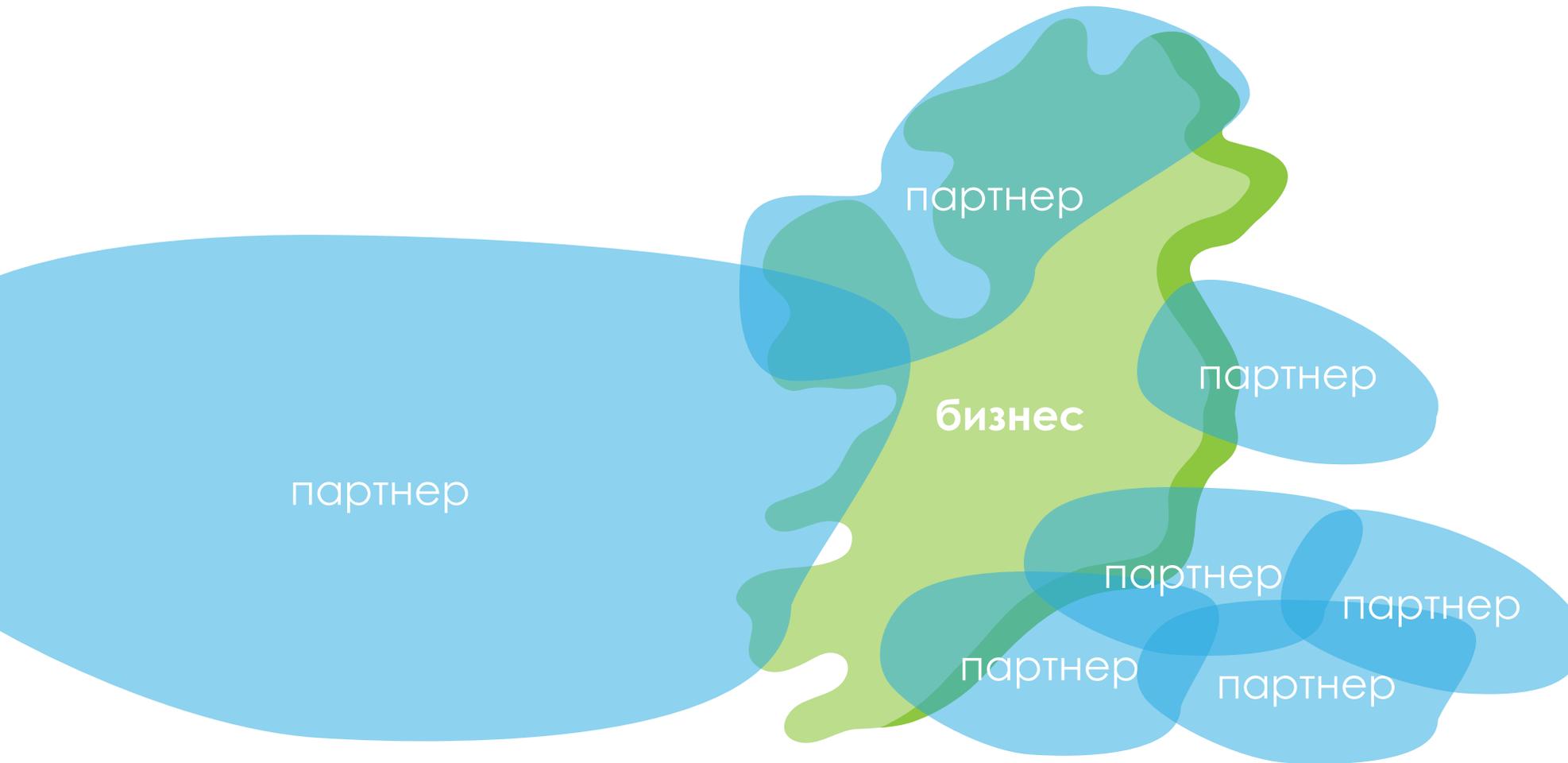


КАК КОМПАНИЯМ НУЖНО СТРОИТЬ СЕЙЧАС: ПАРТНЕРСТВО, ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ



experience is everything

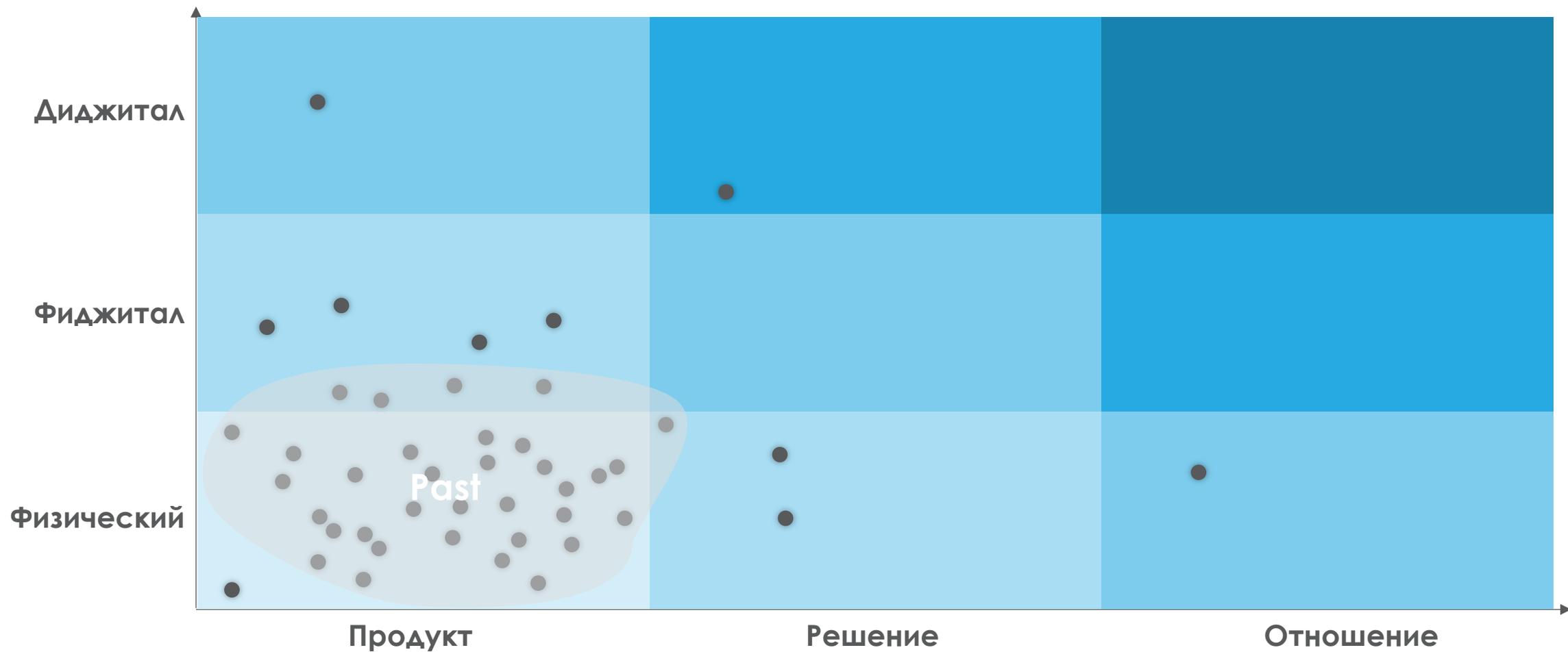
КАК КОМПАНИЯМ НУЖНО СТРОИТЬ СЕЙЧАС: ПАРТНЕРСТВО, ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ



experience is everything



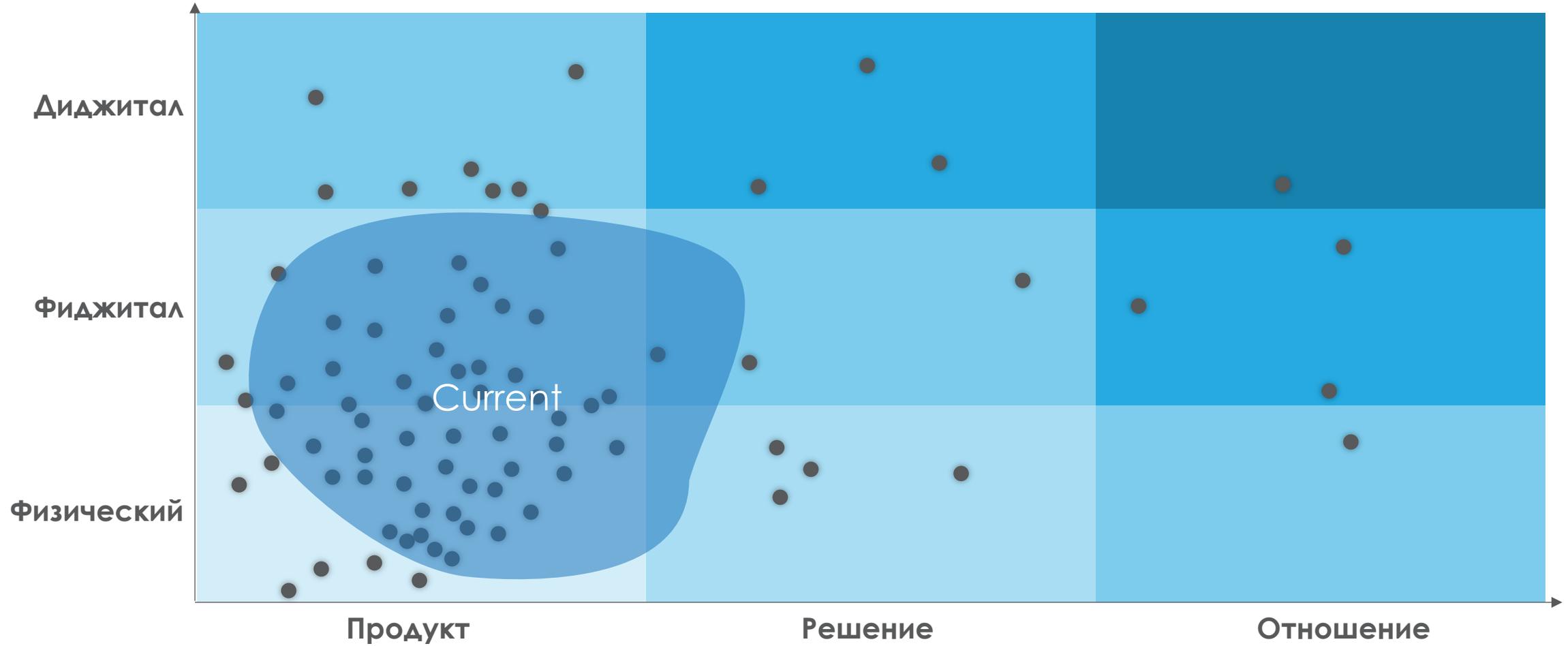
прошлое



experience is everything



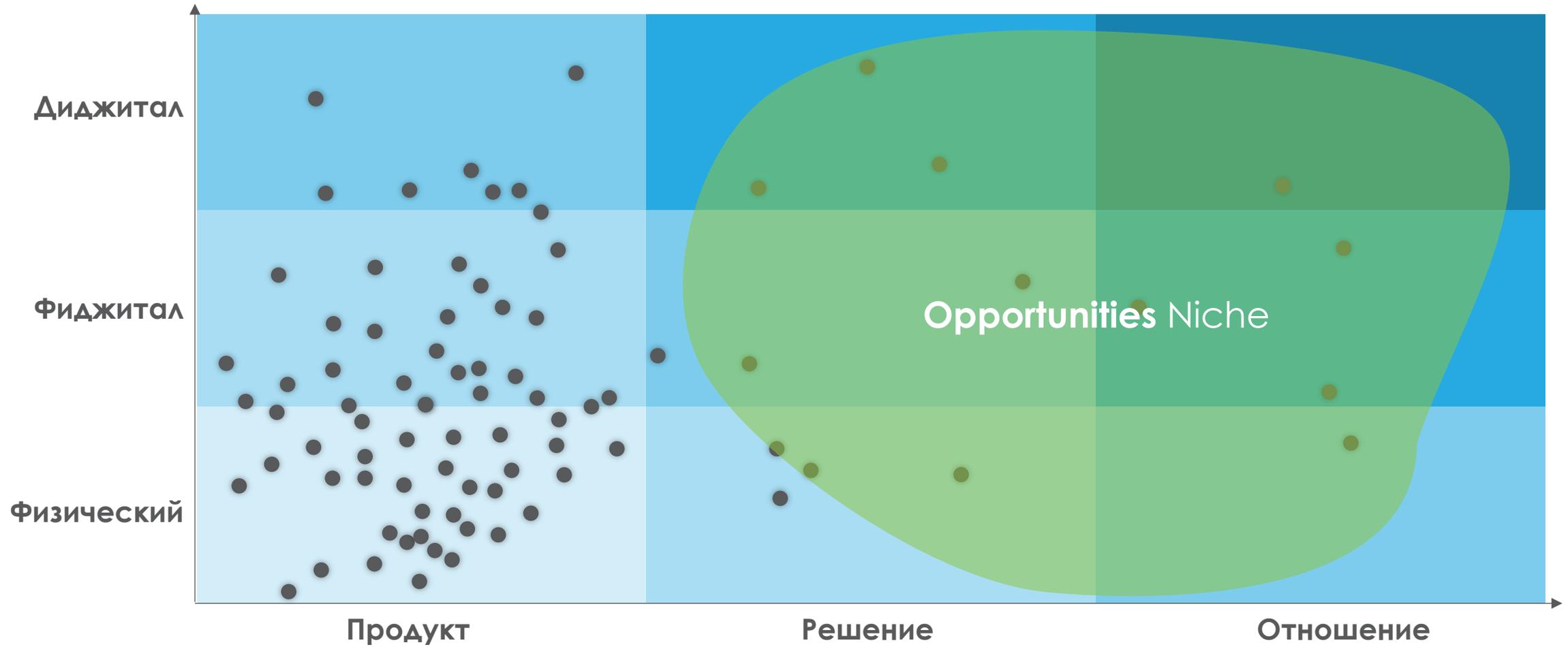
настоящее



experience is everything

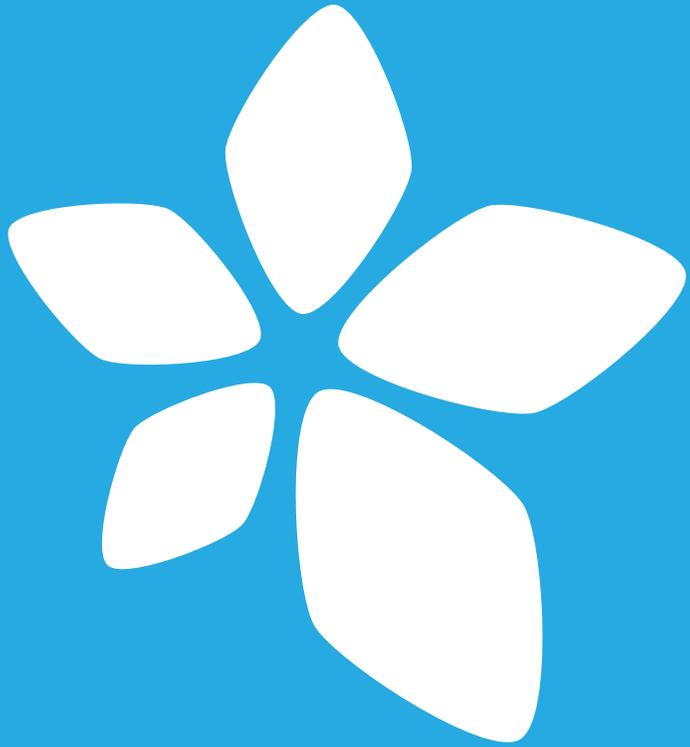


будущее



experience is everything





evolution of business models

ЭВОЛЮЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

	Балансо-ориентированная	Продукто-ориентированная	Клиенто-ориентированная	Отношение-ориентированная
Бизнес драйверы	Управление активами и пассивами/ Казначейство	Особенности/ Функциональность	Данные/CRM	Контакт/ Диалог с клиентом
Понимание поведения клиента	Кэптивное/ Индифферентное	Потребности клиента диктуют покупки	Историческое поведение диктует сегодняшний интерес	Стремления диктуют будущее поведение
Подход к продажам	Реактивный	Ценообразование/ Бандлы	Интенсивный маркетинг/Кросс-продажи/Продажи на следующий уровень	Целостный/ Целе-ориентированный
Источник конкурентного преимущества	Регулируемый/ Непродуктовые инициативы	Дифференцированные продукты/ особенности	Знание клиента	Впечатления клиента/ Отношения
Измерение эффективности/ метрики	Финансы, Бухгалтерский баланс	Прибыль по продукту, доходность продукта	Прибыль по сегменту, доходность на клиента, удержание	Пожизненная ценность клиента, Лояльность, Сила отношений

experience is everything

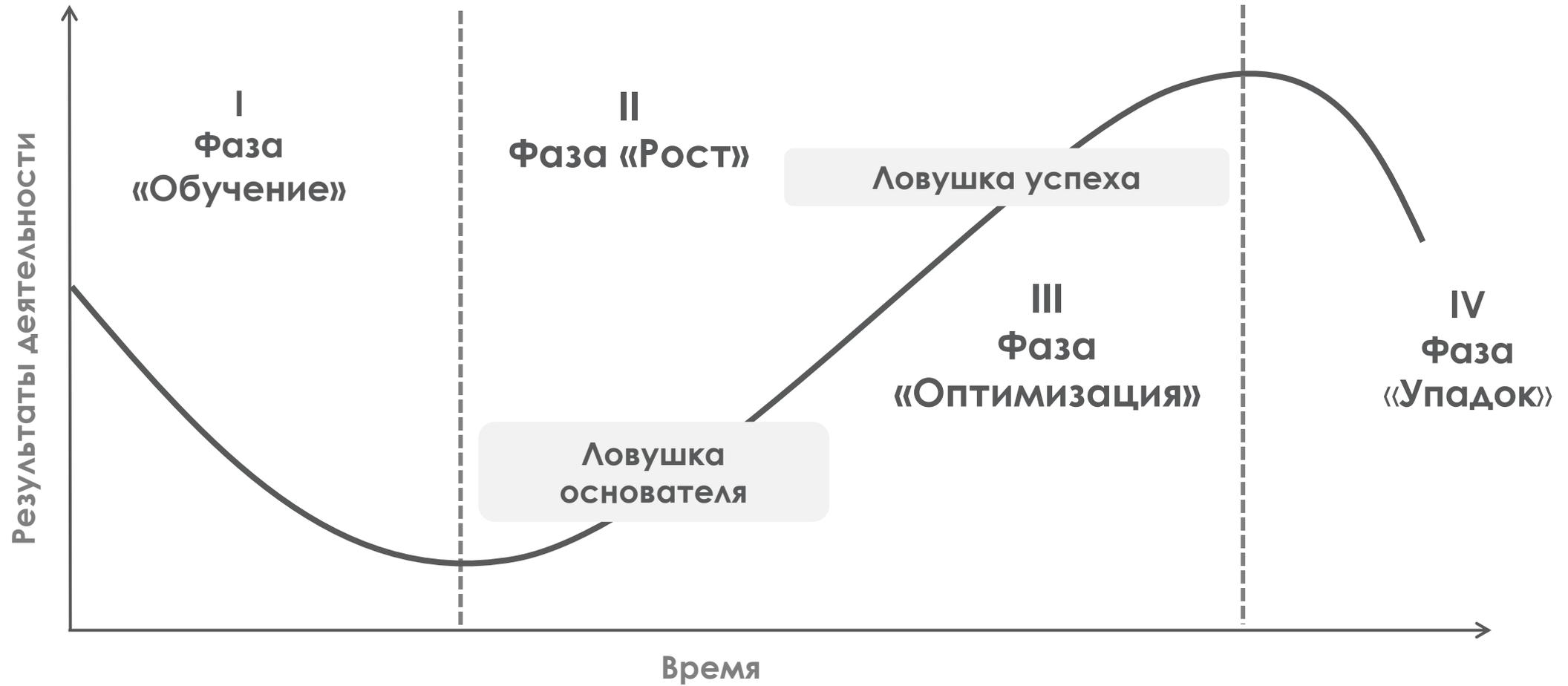


Эволюция бизнес-модели

	Балансо-ориентированная	Продукто-ориентированная	Клиенто-ориентированная	Отношение-ориентированная
Бизнес драйверы	Управление активами и пассивами/ Казначейство	Особенности/ Функциональность	Данные/CRM	Контакт/ Диалог с клиентом
Понимание поведения клиента	Кэптивное/ Индифферентное	Потребности клиента диктуют покупки	Историческое поведение диктует сегодняшний интерес	Стремления диктуют будущее поведение
Подход к продажам	Реактивный	Ценообразование/ Бандлы	Итеративный маркетинг/Кросс-продажи/Продажи на следующий уровень	Целостный/ Целе-ориентированный
Источник конкурентного преимущества	Регулируемый/ Непродуктовые инициативы	Дифференцированные продукты/ особенности	Знание клиента	Впечатления клиента/ Отношения
Измерение эффективности/ метрики	Финансы, Бухгалтерский баланс	Прибыль по продукту, доходность продукта	Прибыль по сегменту, доходность на клиента, удержание	Пожизненная ценность клиента, Лояльность, Сила отношений

Текущий уровень зрелости компании (пример)

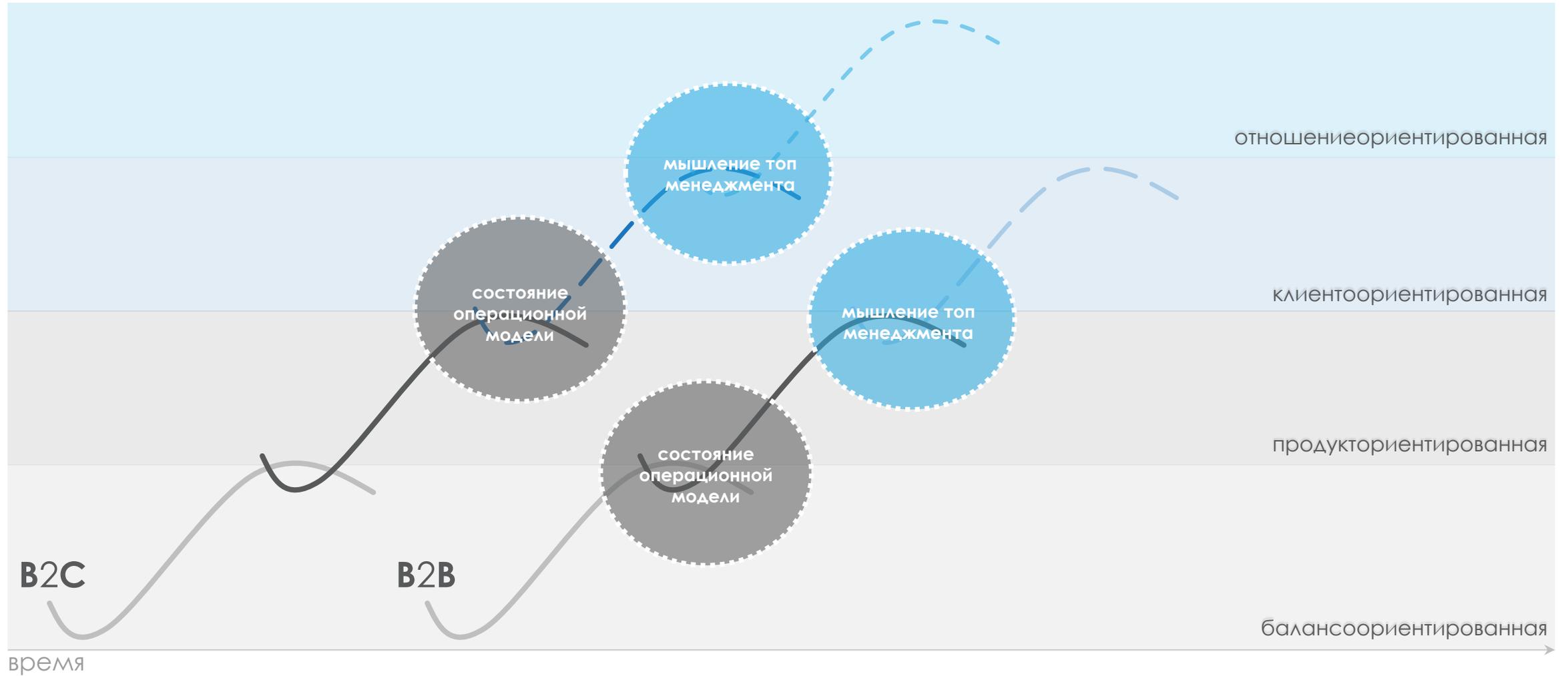
ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ



experience is everything



волна развития b2c и b2b



experience is everything



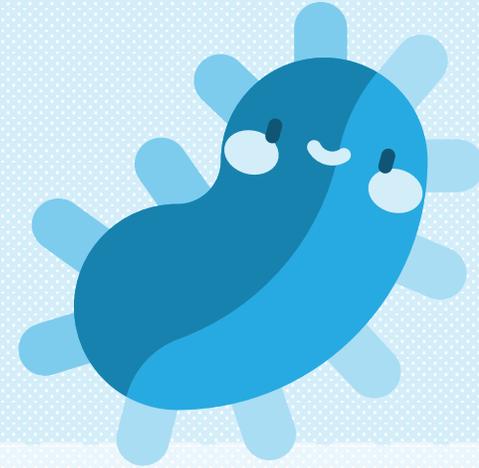
differences



Old Approach

Stability

Build it & ride it & stop others from changing it



New Approach

Adaptivity

build it to be rebuilt over and over again

experience is everything



ЭВОЛЮЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

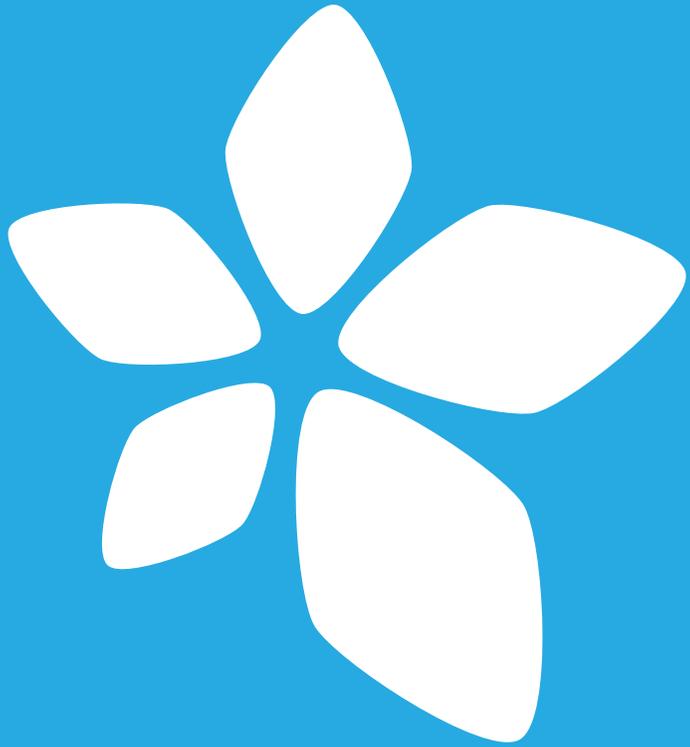
	Балансо-ориентированная	Продукто-ориентированная	Клиенто-ориентированная	Отношение-ориентированная
Бизнес драйверы	Управление активами и пассивами, Казначейство	Особенности/Функциональность	Данные/CRM	Контакт/Диалог с клиентом
Понимание поведения клиента	Кэптивное/Индифферентное	Потребности клиента диктуют покупки	Историческое поведение клиента определяет сегодняшний интерес	Стремление предсказать будущее поведение
Подход к продажам	Реактивный	Ценообразование/Бандлы	Интенсивный маркетинг, розничные продажи, продажи на следующий уровень	Целостный/Целеориентированный
Источник конкурентного преимущества	Регулируемые/Непродуктовые инициативы	Дифференцированные продукты/особенности	Знание клиента	Впечатление клиента/Отношения
Измерение эффективности/метрики	Финансы, Бухгалтерский баланс	Прибыль по продукту, доходность продукта	Прибыль по сегменту, доходность на клиента, удержание	Пожизненная ценность клиента, Лояльность, Сила отношений

Autocracy

Bureaucracy
(Machine / Professional)

Meritocracy
(Democracy)

Adhocracy
(Agile / Adaptive)



**expanding sources
of monetization**

пути развития организации

Расширенное предложение
Широкий выбор элементов / компонентов (как внутри компании, так и у партнеров), обычно доступных через единичную интегрированную платформу / процесс.

Полностью собственное предложение
Целостное / универсальное consistente предложение в рыночных стандартах для конкретной отрасли. Обычно считается поставщиком полного спектра услуг по данному предложению.

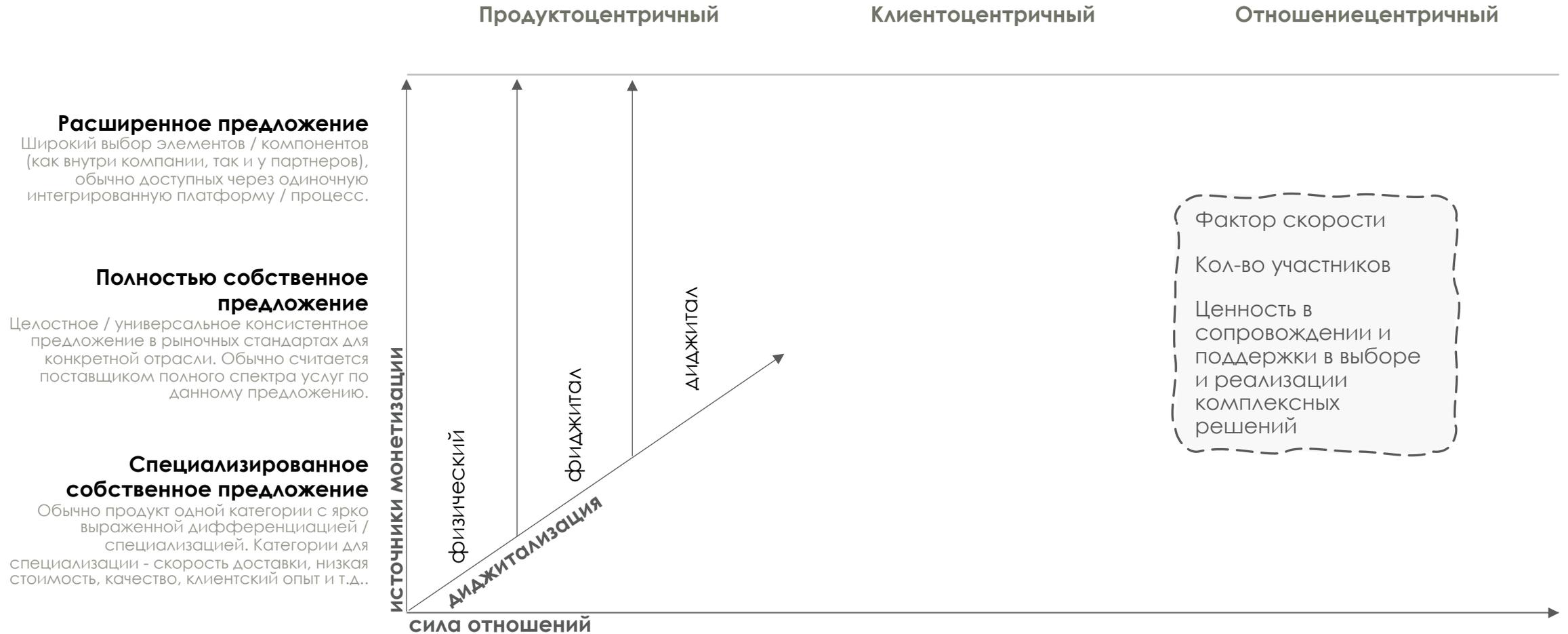
Специализированное собственное предложение
Обычно продукт одной категории с ярко выраженной дифференциацией / специализацией. Категории для специализации - скорость доставки, низкая стоимость, качество, клиентский опыт и т.д..



experience is everything



пути развития организации



experience is everything



пути развития организации, примеры компаний

Расширенное предложение
 Широкий выбор элементов / компонентов (как внутри компании, так и у партнеров), обычно доступных через единичную интегрированную платформу / процесс.

Полностью собственное предложение
 Целостное / универсальное консистентное предложение в рыночных стандартах для конкретной отрасли. Обычно считается поставщиком полного спектра услуг по данному предложению.

Специализированное собственное предложение
 Обычно продукт одной категории с ярко выраженной дифференциацией / специализацией. Категории для специализации - скорость доставки, низкая стоимость, качество, клиентский опыт и т.д..



experience is everything



пути развития организации



Расширенное предложение

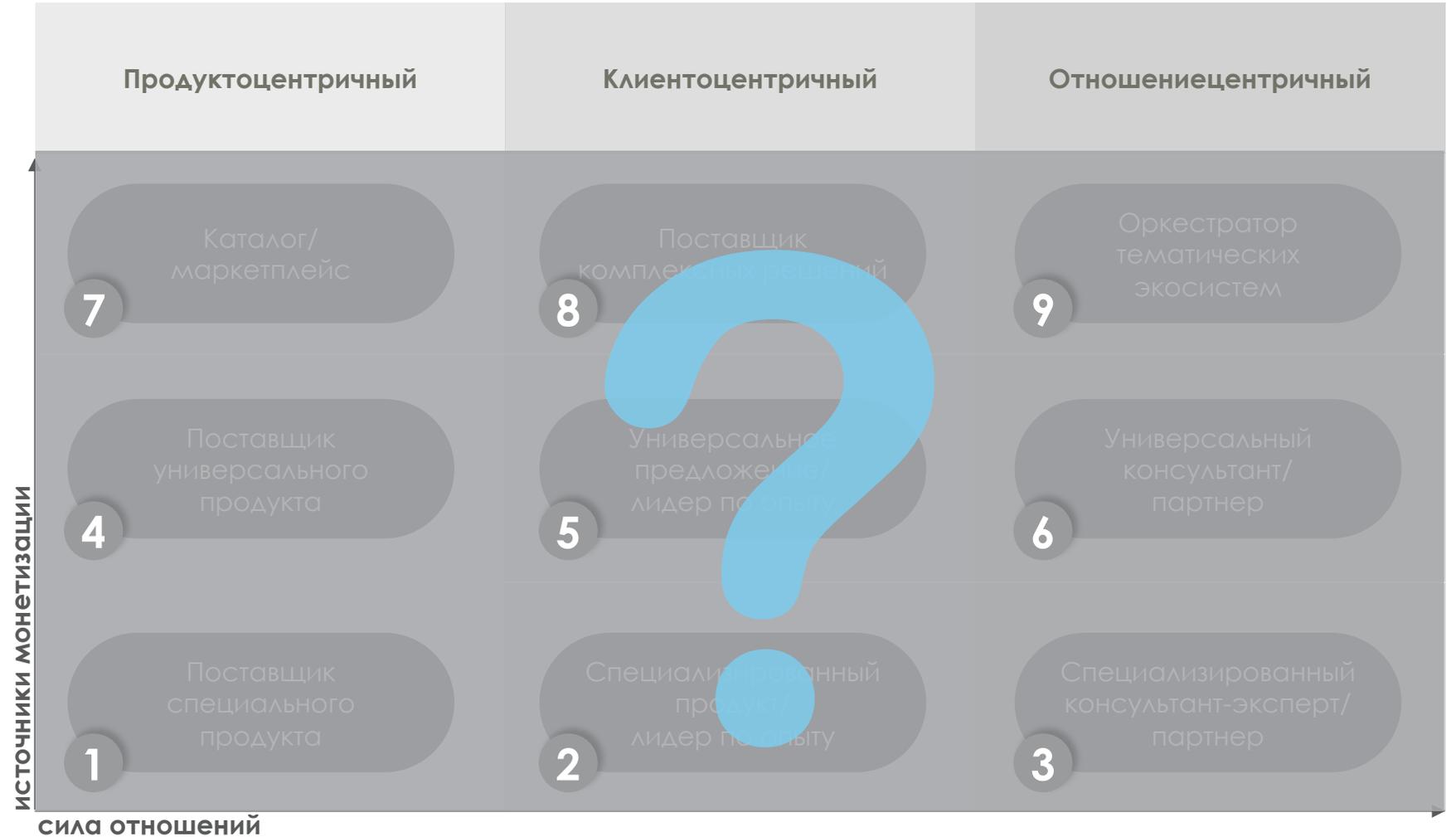
Широкий выбор элементов / компонентов (как внутри компании, так и у партнеров), обычно доступных через единичную интегрированную платформу / процесс.

Полностью собственное предложение

Целостное / универсальное consistente предложение в рыночных стандартах для конкретной отрасли. Обычно считается поставщиком полного спектра услуг по данному предложению.

Специализированное собственное предложение

Обычно продукт одной категории с ярко выраженной дифференциацией / специализацией. Категории для специализации - скорость доставки, низкая стоимость, качество, клиентский опыт и т.д..



experience is everything



пути развития организации, на примере Apple



Расширенное предложение

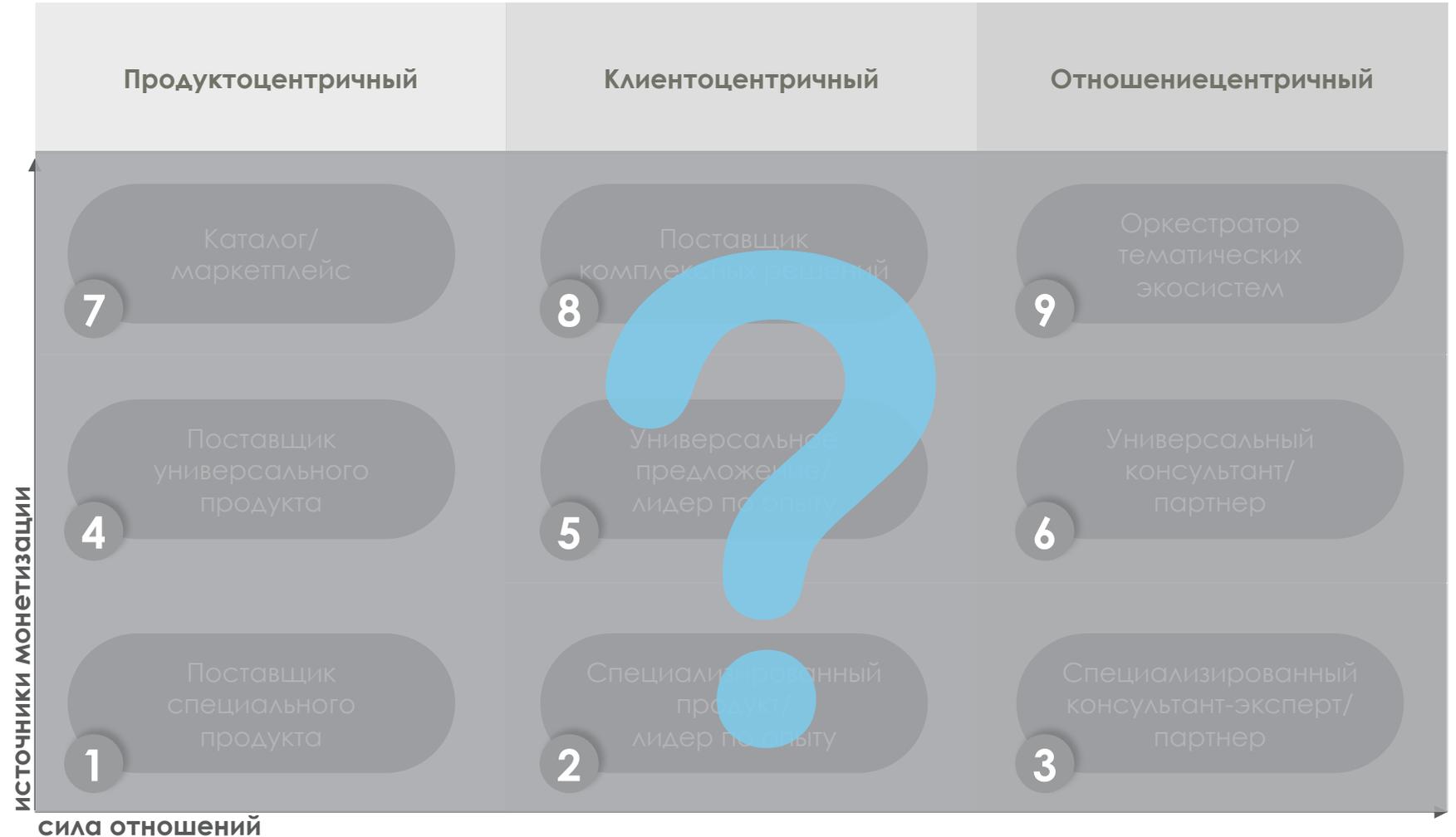
Широкий выбор элементов / компонентов (как внутри компании, так и у партнеров), обычно доступных через единичную интегрированную платформу / процесс.

Полностью собственное предложение

Целостное / универсальное consistente предложение в рыночных стандартах для конкретной отрасли. Обычно считается поставщиком полного спектра услуг по данному предложению.

Специализированное собственное предложение

Обычно продукт одной категории с ярко выраженной дифференциацией / специализацией. Категории для специализации - скорость доставки, низкая стоимость, качество, клиентский опыт и т.д..



experience is everything



пути развития организации, на примере Apple

Расширенное предложение
 Широкий выбор элементов / компонентов (как внутри компании, так и у партнеров), обычно доступных через единичную интегрированную платформу / процесс.

Полностью собственное предложение
 Целостное / универсальное консистентное предложение в рыночных стандартах для конкретной отрасли. Обычно считается поставщиком полного спектра услуг по данному предложению.

Специализированное собственное предложение
 Обычно продукт одной категории с ярко выраженной дифференциацией / специализацией. Категории для специализации - скорость доставки, низкая стоимость, качество, клиентский опыт и т.д..



experience is everything



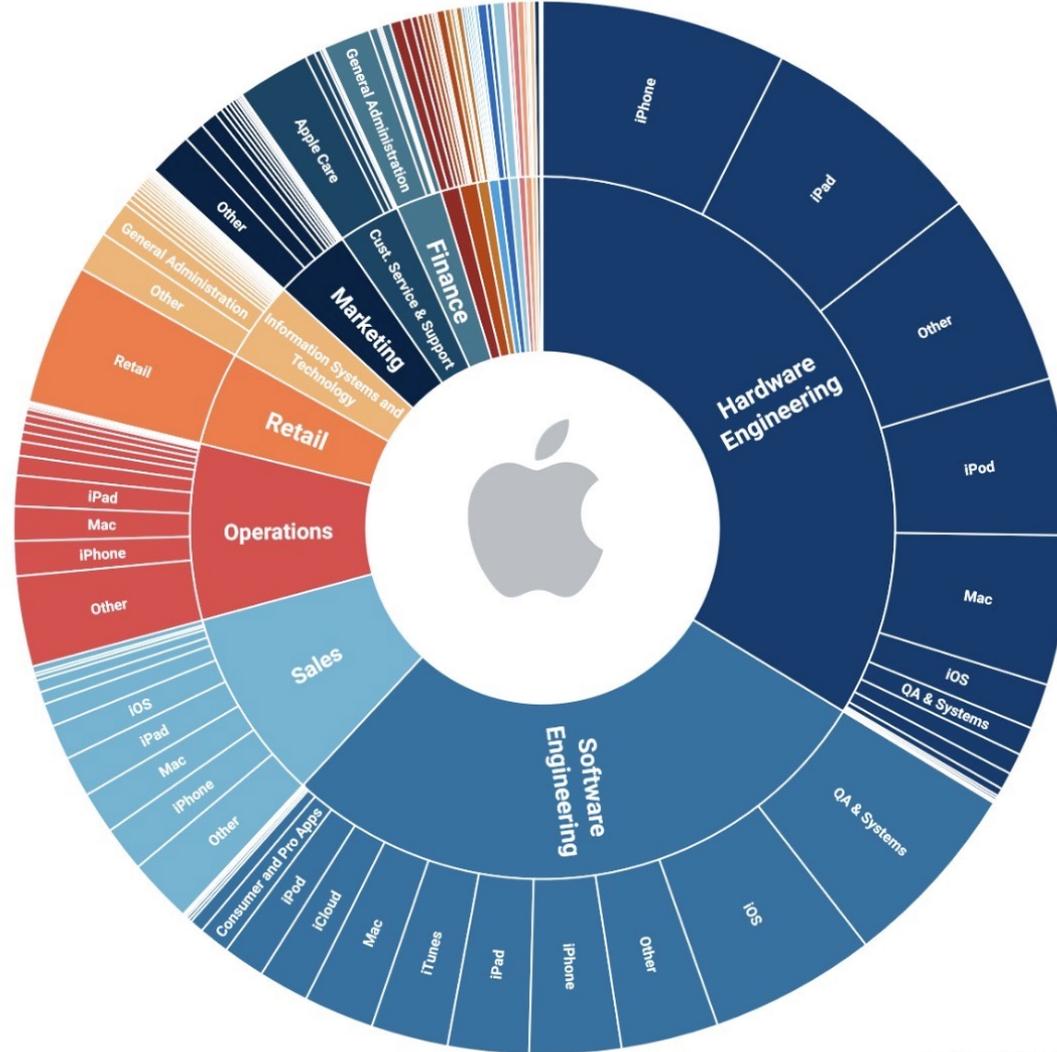
пути развития организации, на примере Apple



experience is everything



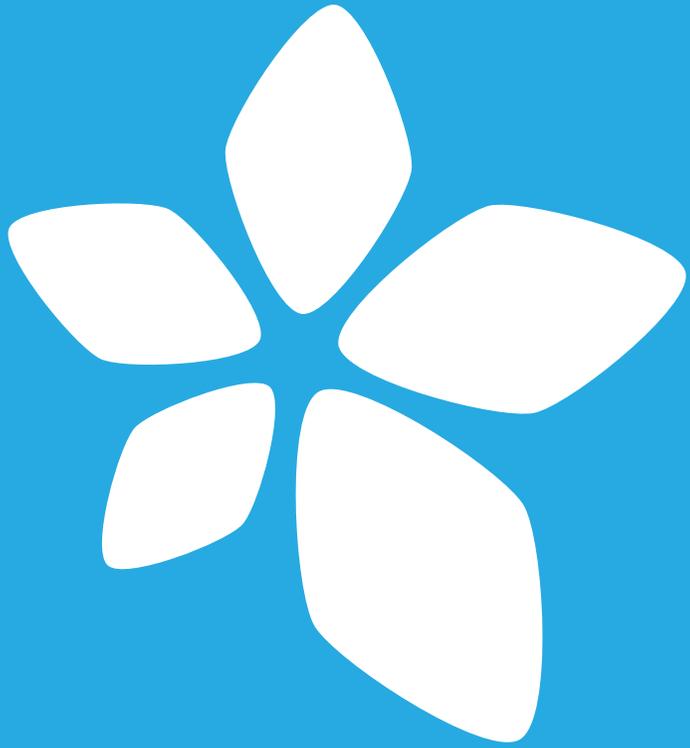
организационная структура Apple



CBINSIGHTS

experience is everything





**changes in the
workforce & difficulties
engagement**

основы геймификации



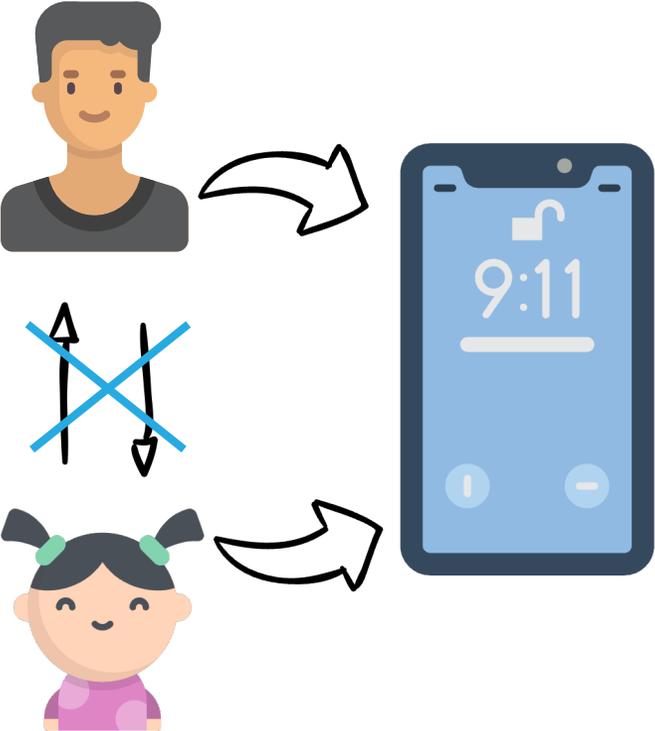
1. В среднем человек к 21 году проводит за видео играми около **10, 000 часов**.
2. Время обучения в школе (средние и старшие классы) так же составляет **10,000 часов** в зависимости от страны.
3. Средний возраст **геймера - 30 лет**
4. В среднем количество затрачиваемого на игры времени - **6.3 часа** в неделю (для тех, кому менее 18 лет эта цифра - **13.2 часа в неделю**).

Source: TED | "Gaming Can Make a Better World" Jane McGonigal., 2010

experience is everything



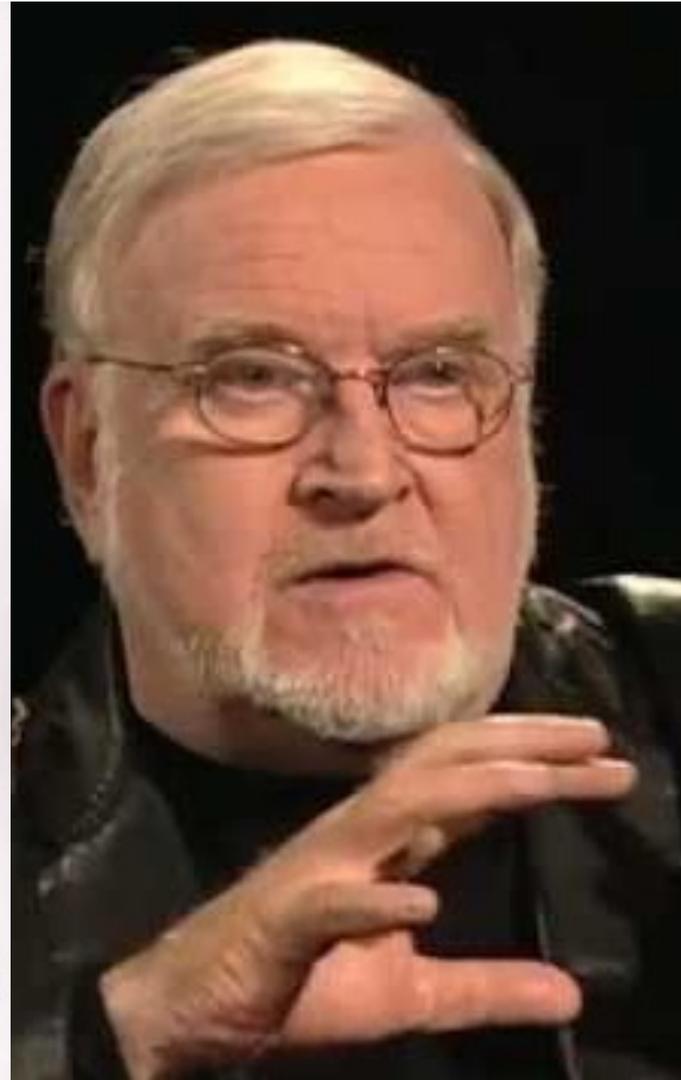
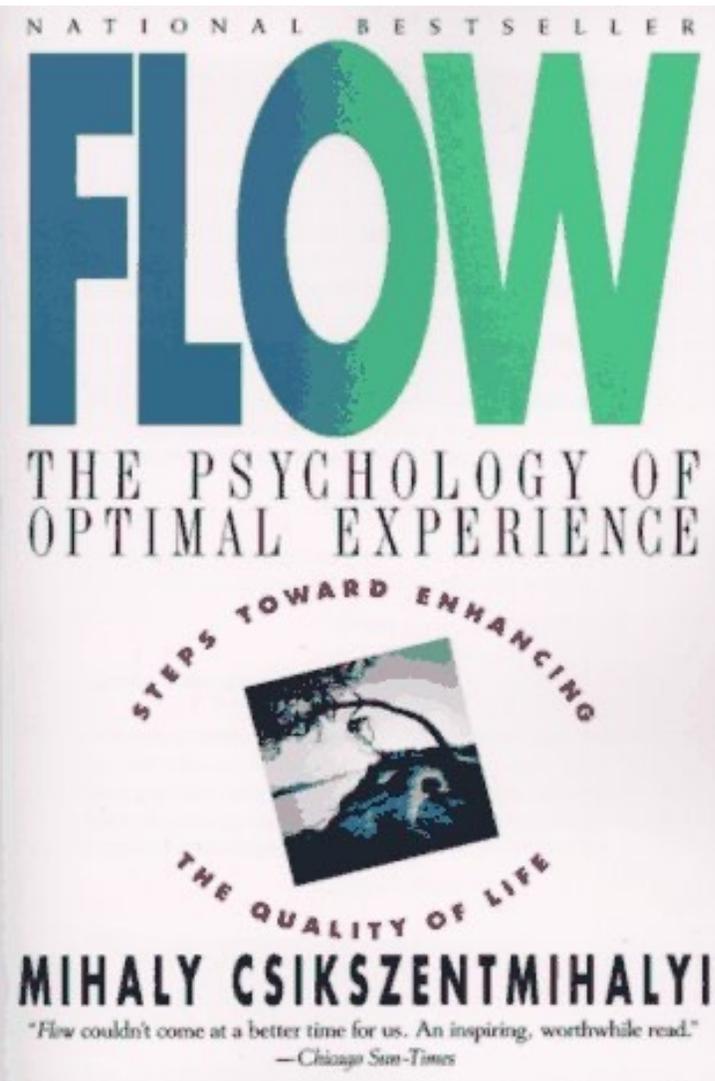
ПОДХОД ПОКОЛЕНИЙ К ПОИСКУ ИНФОРМАЦИИ И ОТВЕТОВ



experience is everything

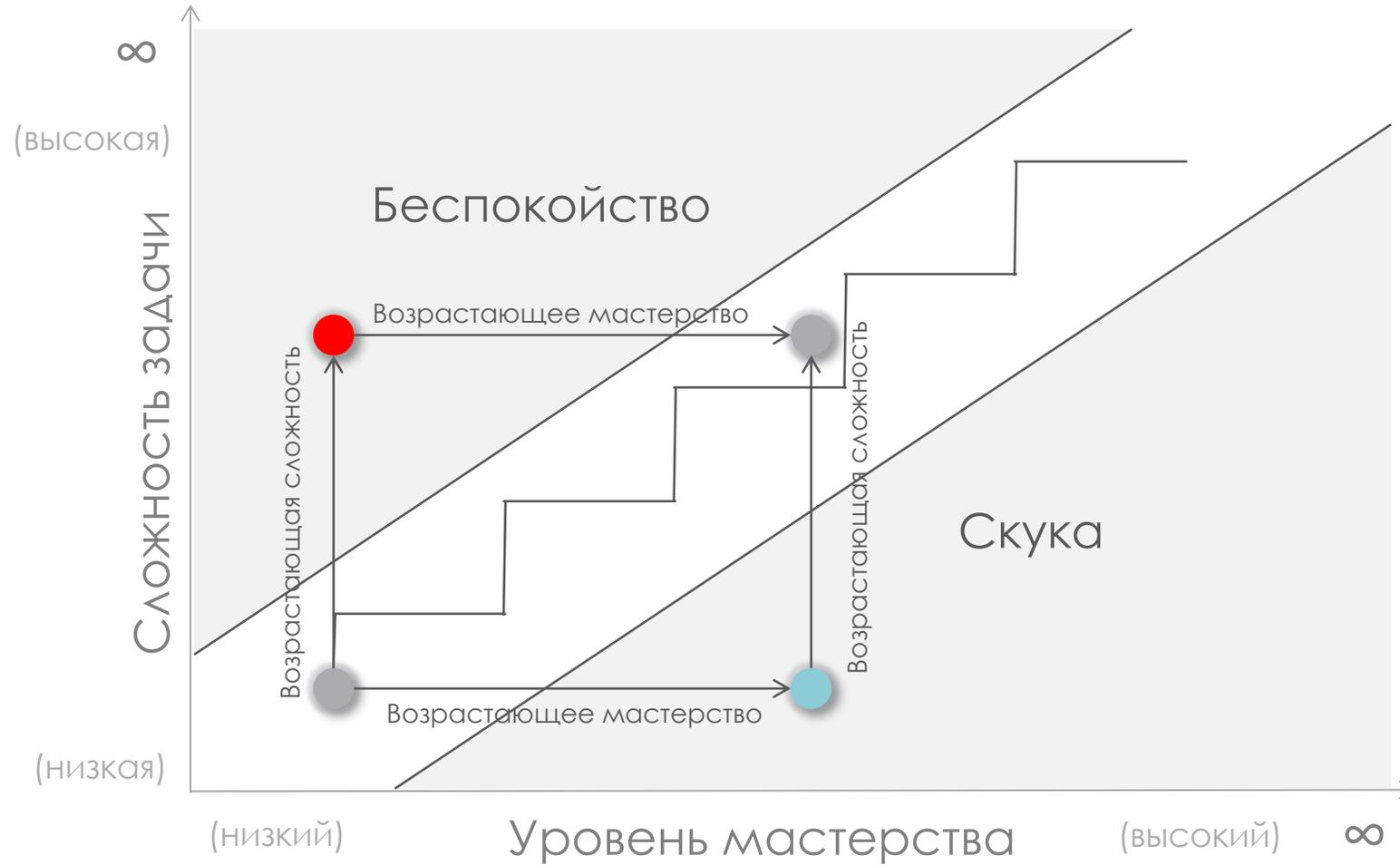


Mihaly Csikszentmihalyi: Flow



experience is everything

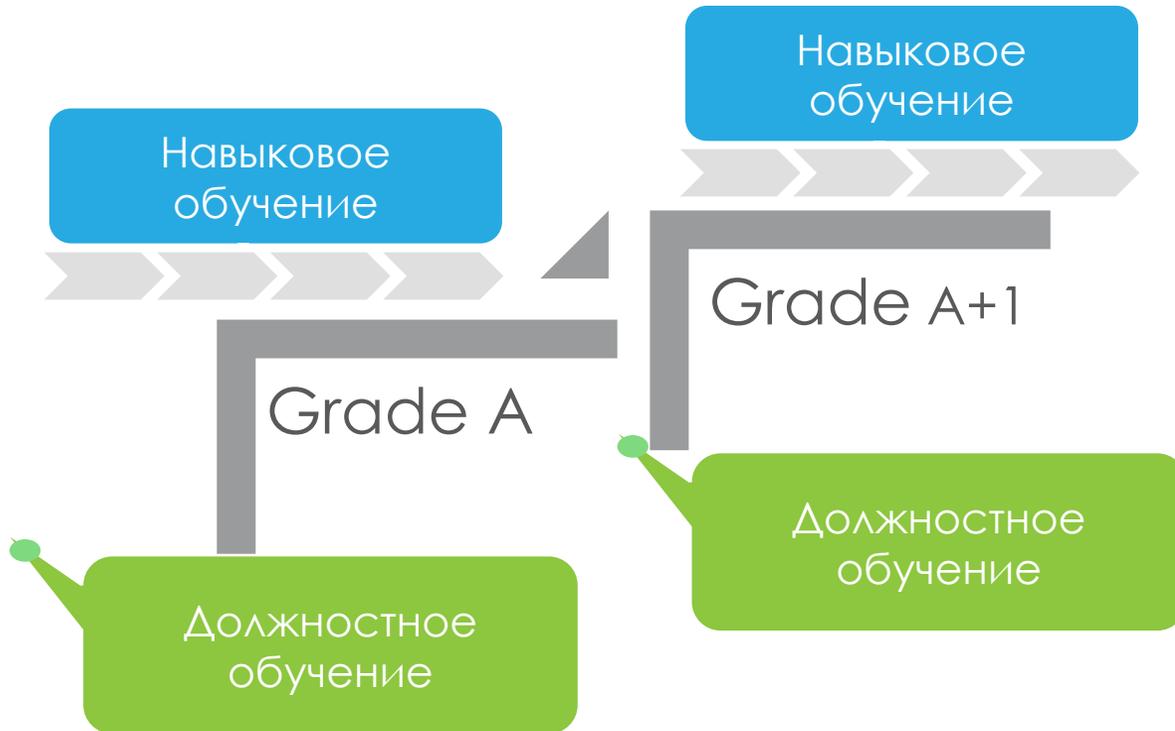
Михай Чиксентмихайи - поток



experience is everything



карьерная лестница: подход senteo



Обучение, связанное с навыками, привязано к модели карьеры. Рекомендуется подготовить программы обучения навыкам для каждого уровня развития карьеры. Такие программы должны охватывать навыки межличностного общения, которые человек осваивает для подготовки к следующему шагу в своей карьере.

основные принципы методики обучения Senteo:

- * Инвестиции – Нужный объем в нужное время
Каждую отдельную инвестицию следует рассматривать с точки зрения будущей прибыли и эффективности деятельности.
- * Информация – Нужный объем в нужное время
Объем информации, которую получает сотрудник во время обучения, соответствует сумме вложенных средств.
- * Понимание – Нужный объем в нужное время
Недостаточно провести учебный курс, надо еще сделать так, чтобы информация была усвоена, а необходимые навыки привиты.
- * Наделение полномочиями/уверенность – Нужный объем в нужное время.

карьерный рост

ТРЕНИНГИ

1. Навыки общения
2. Вводный инструктаж в продукт
3. Вводный инструктаж в процессы

1. Продвинутое коммуникативные навыки
2. Тренинги по продуктам
3. Тренинги по процессам

1. Продвинутый тренинг по продукту
2. Продвинутый тренинг по процессам
3. Тренинг по продажам
4. Обучение навыкам презентации

1. Обучение комплексным продуктам
2. Продвинутый тренинг по продажам
3. Продвинутое ориентация на клиента
4. Обучение навыкам презентации

1. Обучение комплексным продуктам и процессам
2. Навыки управления людьми
3. Навыки решения проблем
4. Тимбилдинг

1. Продвинутое построение команды и коучинга
2. Продвинутое навыки решения проблем

1. Продвинутое навыки управления людьми
2. Навыки разрешения конфликтов
3. Навыки разрешения конфликтов

10 – 12 ДНЕЙ

3 – 5 ДНЕЙ

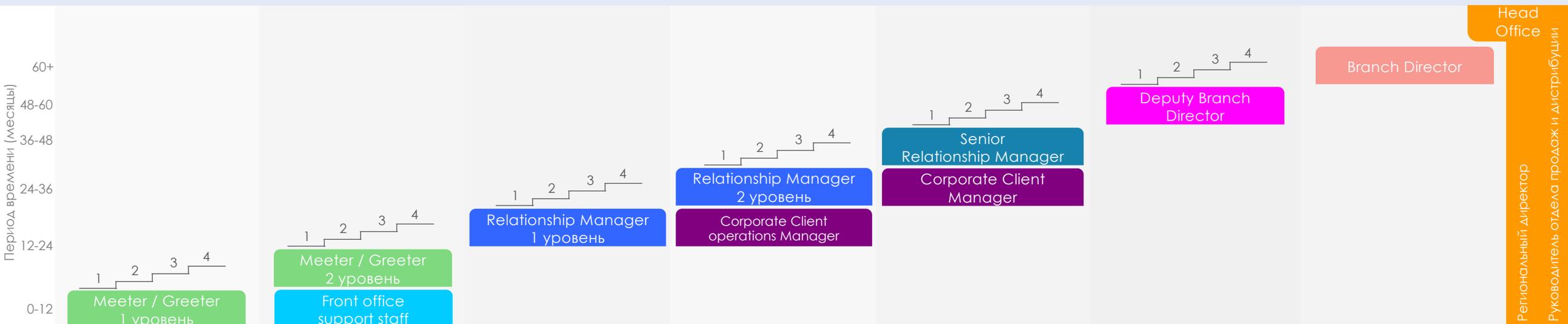
10 – 12 ДНЕЙ

5 – 10 ДНЕЙ

5 – 10 ДНЕЙ

10 – 12 ДНЕЙ

5 – 10 ДНЕЙ



3/П, USD	300-450	500-650	700-850	900-1200	1200-1500	1800-2500	
1. Зн. процессов	3	4	4	5	5	5	5
2. Зн. продуктов	3	4	5	5	5	5	5
3. Консультация		3	5	5	5	5	5
4. Навыки продаж			4	5	5	5	5
5. Нав. Решения проб.			3	3	4	5	5
6. Навык Презентация			3	4	5	5	5
7. Навык Менеджмент					3	4	5

Необходимые навыки

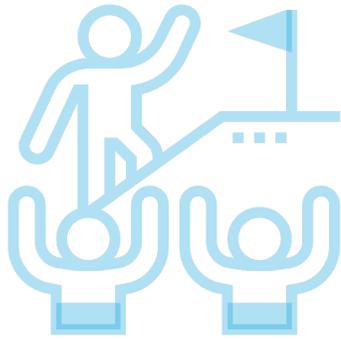
Head Office
Региональный директор
Руководитель отдела продаж и дистрибуции

experience is everything



процессы статуса и признания

статус



признание

формальное



неформальное



материальное

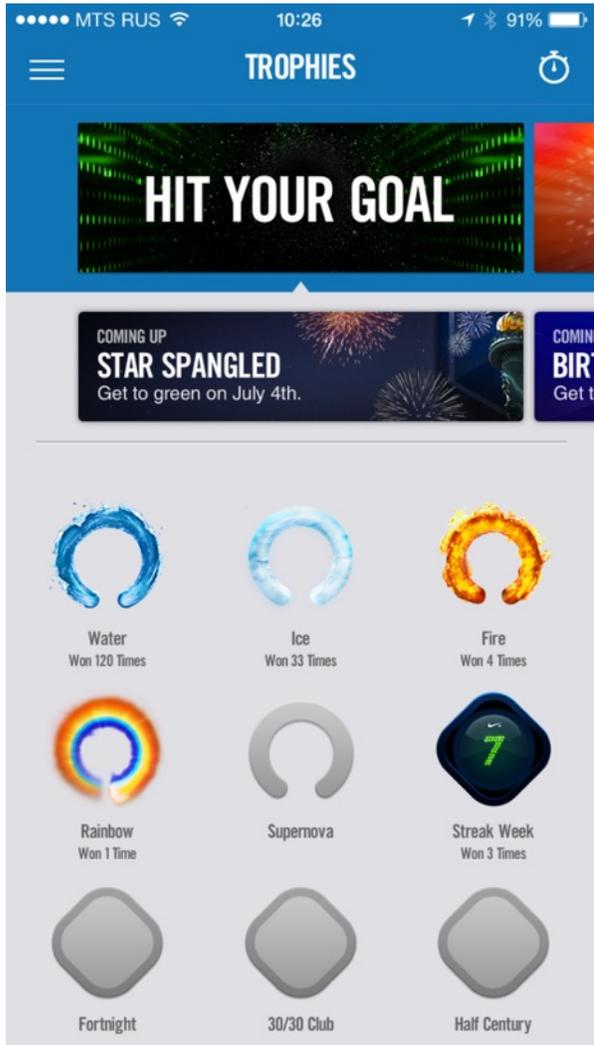


нематериальное



experience is everything

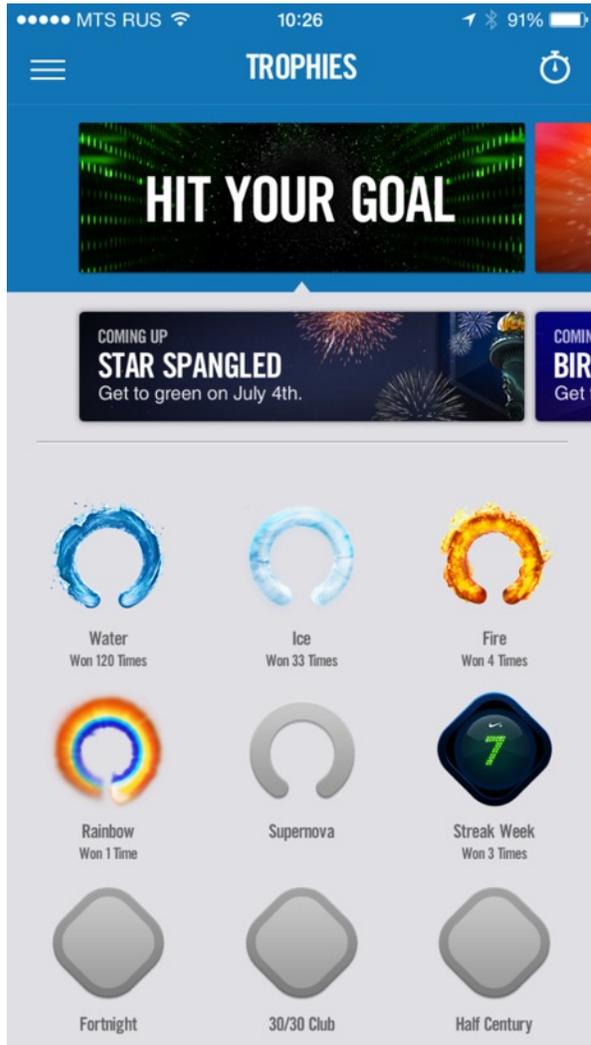
Nike+ Fuelband



experience is everything

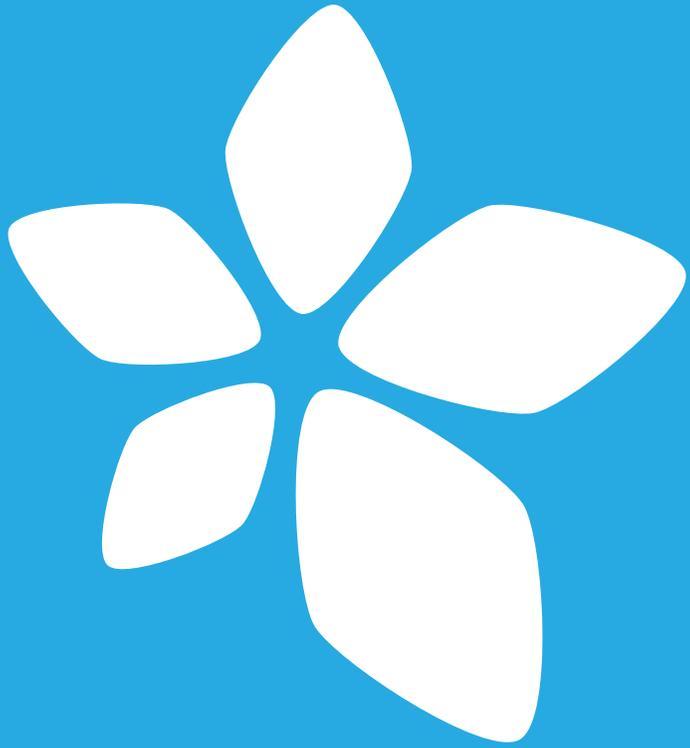


Nike+ Fuelband



experience is everything





**how great leaders guide
change & transformation**

ЭВОЛЮЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

	Балансо-ориентированная	Продуктово-ориентированная	Клиенто-ориентированная	Отношение-ориентированная
Бизнес-драйверы	Управление активами и пассивами/ казначейство	Особенности функциональности	Данные/ CRM	Контакт/ диалог с клиентом
Понимание поведения клиента	Кептивно/ индивидуальное	Потребности клиента от покупки	Историческое поведение диктует сегодняшний интерес	Стремления диктуют будущее поведение
Подход к продажам	Пассивный	Центробразный/ бренд	Интенсивный маркетинг/ кризис продаж/ реакция на следующий уровень	Целестный/ ориентированный
Источник конкурентного преимущества	Регулируемые/ непродуктивные инициативы	Дифференцированные продукты/ особенности	Сильные клиентские отношения	Впечатления клиента/ отношения
Измерение эффективности/ Метрики	Финансы, бухгалтерский баланс	Прибыль по продукту, доходность продукта	Прибыль по сегменту, доходность на клиента, удержание	Пожизненная ценность клиента, лояльность, сила отношений

Hierarchical control

Matrix management

Collaborative leadership

Network of teams and experts

experience is everything



share of leader's time spent

	Балансо-ориентированная	Продукто-ориентированная	Клиенто-ориентированная	Отношение-ориентированная
Бизнес драйверы	Управление активами и пассивами/ Казначейство	Особенности/ Функциональность	Данные/CRM	Контакт/ Диалог с клиентом
Понимание поведения клиента	Кэптивное/ Индифферентное	Потребности клиента диктуют покупки	Историческое поведение диктует сегодняшний интерес	Стремления диктуют будущее поведение
Подход к продажам	Реактивный	Ценообразование/ Бандлы	Интенсивный маркетинг/Кросс-продажи/Продажи на следующем уровне	Целостный/ Целе-ориентированный
Источник конкурентного преимущества	Регулируемый/ Непродуктовые инициативы	Дифференцированные продукты/ Особенности	Знание клиента	Впечатления клиента/ Отношения
Измерение эффективности/ метрики	Финансы, Бухгалтерский баланс	Прибыль на продукту, доходность продукта	Прибыль по сегменту, доходность на клиента, удержание	Пожизненная ценность клиента, Лояльность, Сила отношений

ОПТИМИЗАЦИЯ И КАЙЗЕН

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ

ОПЕРАЦИОНАЛИЗАЦИЯ

experience is everything



ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ ВОСТОРГОМ СОТРУДНИКОВ И ВОСТОРГОМ КЛИЕНТОВ



«Ставьте сотрудников на первое место»

Сэр Ричард Брэнсон

«Счастливые сотрудники делают счастливыми клиентов. А счастливые клиенты принесут намного больше радости акционерам.

Без хороших людей корпорации по себе ничего не стоят. А для мотивации людей корпорации должны создавать комфортную среду для работы. Сотрудники должны чувствовать, что их работа – это «Крестовый Поход», а не просто какая-то очередная работа.»

experience is everything



drive - Daniel Pink

NEW YORK TIMES BESTSELLER

"Provocative and fascinating." —MALCOLM GLADWELL

Daniel H. Pink

author of *A Whole New Mind*

DRIVE

The Surprising Truth
About What Motivates Us



WHAT DRIVES US

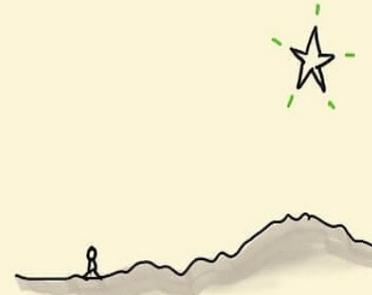
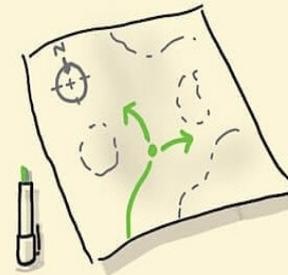
THE KEYS TO OUR MOTIVATION

AUTONOMY + **MASTERY** + **PURPOSE**

In control of what we do + how we do it

Improving our skills + selves

Working towards something worthwhile



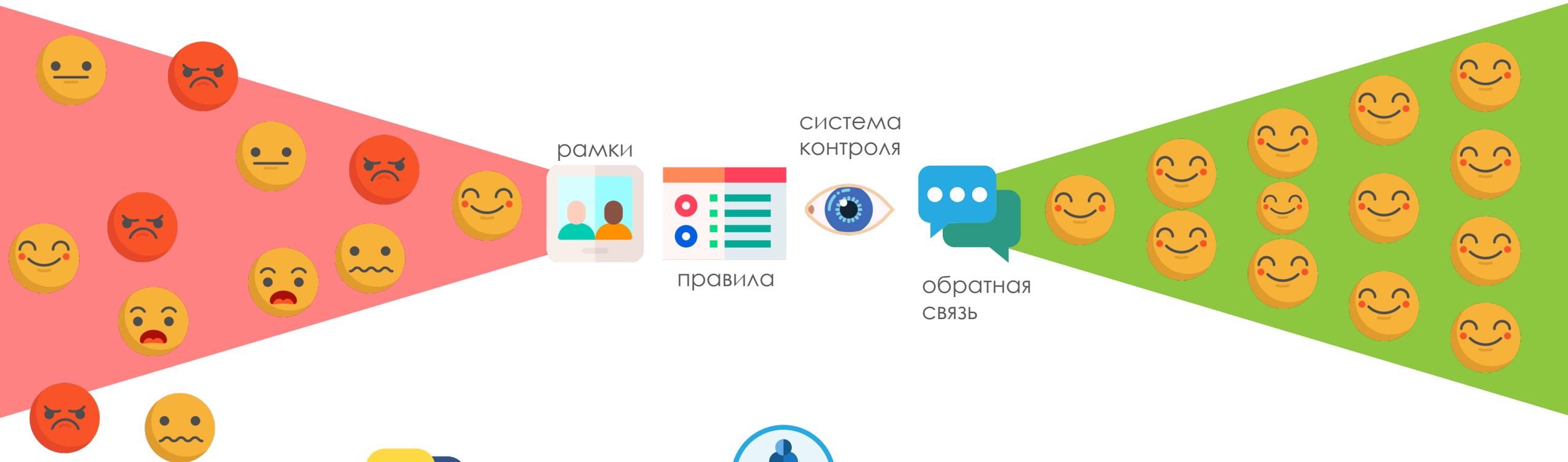
An evolution of motivating others

MOTIVATION 1.0 → MOTIVATION 2.0 → MOTIVATION 3.0
Survival—basic needs Reward/punishment Intrinsic motivation

experience is everything



развитие культуры



рамки

система контроля



правила



обратная связь



Открытые коммуникации



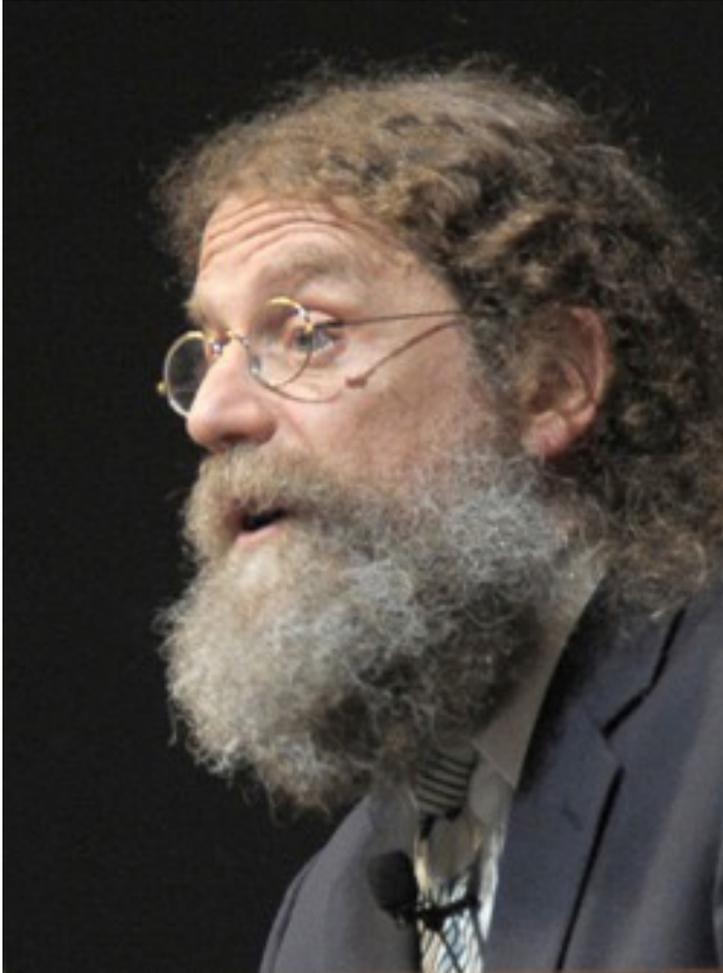
Коллаборация



Сообщество

experience is everything





**“From the very moment of
your life, culture is leaving
an imprint on who you are.”**

Robert Sapolsky

experience is everything

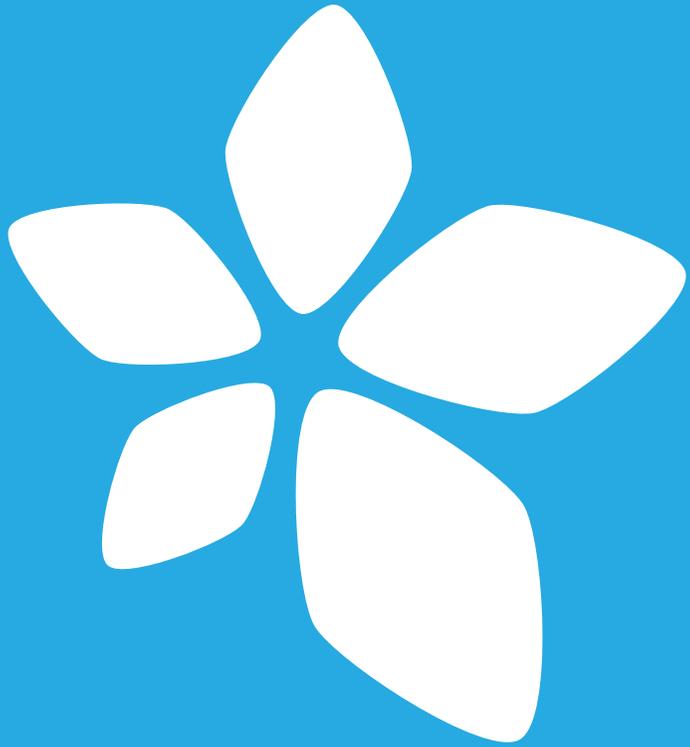


методы управления поведением в массах



experience is everything





things to remember

ТО, ЧТО НУЖНО ЗАПОМНИТЬ

Найти и использовать аналитику

Играть в бесконечную игру

Создавать основы для перемен

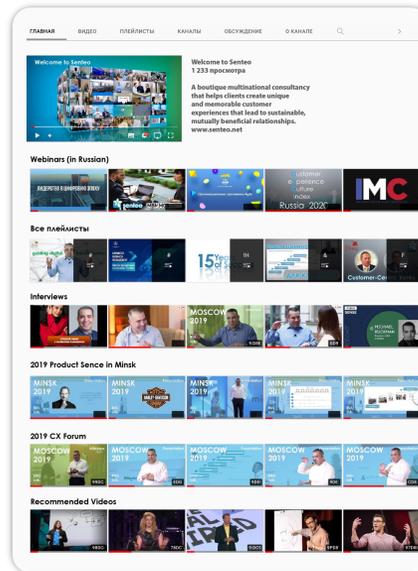
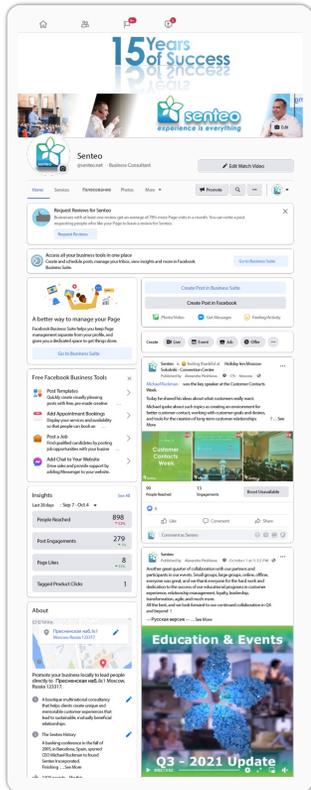
Влиять, вдохновлять и сопровождать

experience is everything

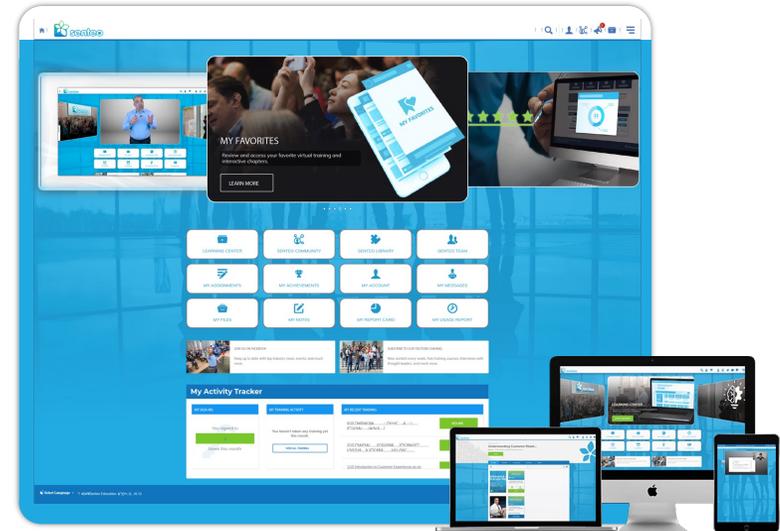


соц.сети, каналы и образовательные платформы senteo.net

senteo.net



The Senteo online Learning Center



experience is everything





senteo

experience is everything

LAS VEGAS

10624 South Eastern Avenue, A792
Henderson, Nevada 89052 USA

MOSCOW

Presnenskaya Nab., 8/1
Moscow 123112 Russia

www.senteo.net