NARRATIVE

Ferdinando Frega – Nando the Scribe



Gillettenarrative.com

GILLETTE: НАРАТИВ

GILLETTE TRAILER 25 — NANDO THE SCRIBE

Керівництво мультинаціональної компанії має здатність і усвідомлення, щоб визначити цінність продукту, його вагу в бізнесі, силу бренду і те, куди мають іти інвестиції.

Їхня основна територія лишається тією самою: планування, програмування, процедура — усе інше живе в цих рамках.

Це їхня робота, і їм за неї платять. Далі йдуть кар'єрні підвищення, які до неї додаються, оптимізація зарплати, пільги, опціонні програми — але ніколи не певно, що все це відбудеться в тій самій компанії.

Той, хто ніколи не працював усередині, може здивуватися, чому менеджер іде з компанії, якщо йому добре в тій, що його створила.

Перше, про що вони думають, — ніколи не гроші. Це кар'єра — підйом на вершину.

Люди зазвичай падають саме тоді, коли думають, що вже прибули, бо гроші не можуть вічно покривати кожну помилку, і цифри теж не можуть вічно лишатися прихованими. Саме тоді опускається управлінська гільйотина — невідворотна.

Але як усе це пов'язано з корпоративним наративом?

Люди, що керують такими інституціями, як КАТОЛИЦЬКА ЦЕРКВА, APPLE, L'ORÉAL, NIKE, MERCEDES — та іншими, — добре це розуміють: продукт потребує споживачів, мусить приносити прибуток і має обмежений термін придатності. Наратив, навпаки, — це історія, якій не потрібні читачі, бо кожен ототожнює себе з нею сам, — і саме це робить її вічною.

Приклади не потрібні — вони надто очевидні. Цифри теж не потрібні, бо це не можна виміряти. Ефекти когнітивні, і саме це робить його унікальним.

Компанії платять, щоб займати місце в пошукових запитах у мережі й продавати свої продукти. Наратив займає найкращу нерухомість у мережі — безкоштовно. Принаймні той наратив, за яким визнають справжню цінність.

А ось частина, що б'є найсильніше: уявіть, що десь усередині власного наративу Apple хтось вирішив почати рекламувати телефони Nokia. Як ви думаєте, що сталося б?

Саме тоді падає гільйотина акціонерів — менш ніж за десять секунд — і починає різати чистіше за газонокосарку. Бо немає межі, що відділяє зарозумілих від дурних: обидва думають, що виграють, обидва думають, що грають на шансах, на часі, — у битві, де вони б'ються зовсім самі, і ніхто не потрудився їм про це сказати.

Ось що таке наратив: історія людини, про існування якої ти ніколи не підозрював, — але яка справжня.

Ferdinando