

Антихрупкость 2.0: Как управлять маркетинговой командой в эпоху кризиса и тотальной неопределенности



Анастасия Меркулова

F6, Директор
по маркетингу

Антихрупкость 2.0: Как управлять маркетинговой командой в эпоху кризиса и тотальной неопределенности



Мариета Хамхоева
Директор
по маркетингу
и коммуникациям,
Индивид



Любовь Смертина
СМО, МТС Линк



Светлана Хапанкова
Head of Brand and
Digital
Communication,
ГК Softline



Юрий Проскуряков
Директор по
развитию бизнеса
и маркетингу
в B2B, ОКБ



Варвара Шубина
Руководитель
направления
маркетинга,
AKTIV.CONSULTING

Мотивация: статус, свобода, индивидуальный подход



Статус:

Не должность, а признание экспертизы и вклад в общий результат.



Свобода:

Право выбирать «как» делать, а не только «что» делать.



Индивидуальный подход:

Сотрудник – не винтик. Управление через сильные стороны личности.

Вырастить доверие нельзя контролировать

Коучинг, зрелость команды, работа с токсичными сотрудниками

☆ **Контроль убивает инициативу.**

☆ **Доверие –**
это побочный эффект
безопасной среды?

☆ **Самый опасный миф:**
«Раз я доверяю, значит, я не
вмешиваюсь и разрешаю всё»

☆ **Поколение Z.**
Новый опыт или
новая история?



Требовать и поддерживать одновременно

Стили управления
в точке
турбулентности

**Быть рядом,
когда нет карты**

Задачи руководителя в эпоху неопределённости

1

Кризис (пожар)

Делай как я
сказал,
времени нет.

3

**Стабильность
(ясно): Кому?**

2

**Неопределенность
(туман): Давайте
соберем мозги
всей команды.**



Показатель	Миллениалы	Бумеры	Зумеры	Лучший результат
Вовлеченность	База	+0,50	+0,94	Зумеры
Лояльность	База	+0,48	+0,65	Зумеры
Happy Index	База	+2,4 п.п.	+18,п.п	Зумеры



**Спасибо
за внимание!**



Анастасия Меркулова
e-mail: a.Merkulova@f6.ru