

«ХИТ НЕЛЬЗЯ ПРОСЧИТАТЬ»

Виктория Павлова о составляющих успеха

ГЛОБАЛЬНЫЙ вице-президент Mastercard по маркетингу Виктория Павлова около двух лет живет в США и занимается потребительским маркетингом в финансовой структуре, которая построила свой имидж на коммуникационной платформе «Бесценно», впервые заговорив, по сути, об эмоциональной составляющей трат. Виктория отвечает за развитие этой платформы, а также курирует сообщество Women Leadership Network, объединяющее женщин в бизнесе и борющееся за равные права и отсутствие гендерных привилегий в работе, создала и руководит Startup Academy Junior в «Сколково», обучающей детей и подростков основам бизнеса. Как Виктория, чья работа — создавать магию бренда, относится к эзотерике в жизни, выяснила Натела Поцхверия.

Вы когда-нибудь гадали на картах Таро? Сейчас многие этим увлекаются.

Мне интересно попробовать, я любопытный человек. Я знаю, что карты Таро давно перестали быть инструментом гадалок — их используют в психотерапии, чтобы достучаться до подсознания клиента. Наверно, впервые я обратила внимание на Таро, когда посмотрела биографию Кристиана Диора, одного из моих любимых дизайнеров. Кристиан Диор был очень суеверен и часто пользовался услугами гадалок, даже успех ему предсказала гадалка. Без консультации с ней, говорят, Диор не принимал важных решений.

Вы разделяете увлечение успешных людей эзотерикой?

Как вы знаете, 2021 год, которого все так ждали после затяжного кризиса, не у всех начался благополучно. Банкротства, плохие продажи и т. п. Я часто слышала от незнакомых людей фразу «ретроградный Меркурий» и для себя определила это как синоним неудач в работе и жизни. Сама шутила над этим, но когда в Америке одна женщина, которая занимается фэн-шуйем, тоже про это заговорила, прислушалась.

Если взглянуть глубже, фэн-шуй — это не совсем про магию, суеверия и эзотерику, с которыми это направление обычно ассоциируется. Основная идея сконцентрирована вокруг вашего взаимодействия с окружающим миром. Проще говоря, это стратегическое использование эстетики. Соблюдая принципы фэн-шуйя, вы сможете создать красивое и гармоничное пространство, дающее ощущение умиротворения, обновления и счастья. Естественно, я знаю, что у многих бизнесменов есть свои астрологи и так далее — каждый сам выбирает свой путь. Я не отрицаю всего этого, но свои процессы пытаюсь строить с помощью осознанных практик, интуиции, понимания себя, создания гармонии вокруг.

Маркетинг контролирует не только имидж бренда, но и эмоции потребителя при соприкосновении с ним. Кураторная коллекция Diog, посвященная картам Таро, — хороший пример такого сторителлинга. Согласны, что маркетинг сродни чарам?

Ко мне часто приходили с вопросом, как сделать популярный бренд, просили на-



ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА

звать ингредиенты успеха. Но вы же не просите музыкантов или писателей с ходу создать хит, который понравится миллионам? Это нельзя просчитать. Безусловно, часть элементов можно спланировать — и эмоциональность, и востребованность, изучить исследования на эту тему. Но за каждым брендом стоит команда, которая этот бренд продвигает, ее энергетика и душа. И либо это откликается в сердцах потребителя, как в случае с Gucci, например,

выими сказали, что можно потратить деньги на что угодно, например, на книгу, потому что прочесть ее ребенку на ночь — бесценно. Эмоции, которые мы переживаем, бесценны. Маркетинг должен иметь человеческое лицо, душу. Нельзя лишь призывать: «Покупайте!» В Америке в 2015 году был громкий кейс, когда бренд REI закрыл все магазины в пик продаж на Black Friday и отпустил сотрудников отдыхать вместе с друзьями и семьями. И это стало ежегодной традицией. Лояльность потребителей повысилась, потому что это отозвалось в сердцах людей, потому что осознанное потребление, осознанность — очень важные тенденции в обществе.

А как вы понимаете осознанность, по-английски — mindfulness, дословно — «наполненность ума»?

Mindfulness подразумевает осознание своего состояния, способность присутствовать в настоящем моменте на 100%. В Америке у многих есть свой психоаналитик, это нормально. Когда я переехала в Штаты, у меня не было психолога, но я почувствовала, что иногда выгораю и пора заниматься ментальным здоровьем, особенно с учетом количества информации, которое мы все ежедневно обрабатываем, непрерывных звонков и нахождения в замкнутом пространстве. Мне тогда помогла медитация, по 10–15 минут, сначала мысли носились в го-

СТРАТЕГИЯ УБЕЖДЕНИЯ

основана на поведенческой психологии. те, кто это вовремя разглядел, и добиваются успеха. вот и все чары

который полностью изменился и попал в аудиторию поколения Z, либо нет. С другой стороны, я недавно прочитала «Код убеждения» Кристофа Морена, CEO и соучредителя нейромаркетингового агентства SalesBrain. Провокационная, но ключевая идея книги: маркетологи тратят миллиарды долларов из-за неправильного понимания того, чем привлечь потребителей. Если проще, то с помощью нейромаркетинга можно понять, что человек чувствует в данный момент при соприкосновении с брендом, где берет источники информации, как ее воспринимает. Все в стратегии убеждения Морена основано на поведенческой психологии. Мне кажется, те, кто это вовремя разглядел, и добиваются успеха. Вот и все «чары».

Как родилась коммуникационная платформа «Бесценно, для всего остального есть Mastercard»?

Ей больше 20 лет, но она «вечнозеленая». А родилась из понимания того, что людям тяжело расставаться с деньгами. А мы пер-

лове, но через некоторое время появилась абсолютная концентрация. После пары месяцев практики можно почувствовать себя более внимательным, сообразительным и энергичным.

Я бы сказала, что осознанность — это способность сознания анализировать объективно происходящее и принимать взвешенные решения. Это и про концентрацию, и про физическое и ментальное здоровье, отсутствие оценок, умение делать правильные выводы и видеть логику в любой ситуации, ощущать и понимать себя, анализировать себя, включаться в процесс. Знаете, я только что вспомнила один настоящему волшебный момент моей жизни. После месяцев жесткого локдауна мы впервые поехали к холодному океану. Счастье было трогать песок, видеть океан и вдыхать его запах. Мелочи, которые дают возможность чувствовать по максимуму, — это и есть настоящее волшебство. В моей компании такие моменты называют бесценными.