

Роль социальных проектов
в укреплении ценности
бренда



Зачем бренду номер один социальные проекты?

- ✓ Ответственность перед обществом встроена в ДНК компании
- ✓ Внедрение инноваций
- ✓ Управление репутацией
- ✓ Укрепление взаимоотношений со стейкхолдерами
- ✓ Привлечение и удержание талантов



Forbes – американские компании с лучшей репутацией



Fortune Magazine – компания, вызывающая восхищение



Barron's – 100 компаний, придерживающихся принципов устойчивого развития



Ethisphere – самая этичная компания в мире (признается уже 8-й раз)*

Программа «Ослепительная улыбка на всю жизнь»



25

25 лет



950

МИЛЛИОНОВ
детей



80 стран



30 языков

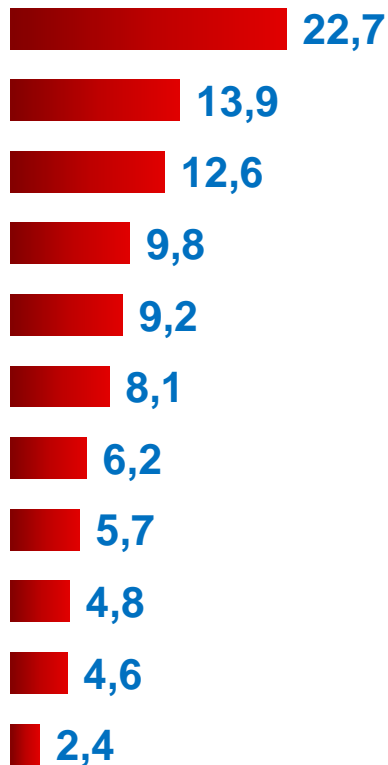
В России – с 2009 года,
более 2,2 миллиона детей

Вклад в укрепление ценности бренда. Россия



Наиболее желанный бренд в категории зубных паст*

*по данным исследования IPSOS, 2018



24%

Бренд, который чаще всего рекомендуют стоматологи**

23%

Бренд, которым чаще всего пользуются стоматологи**

**по данным исследования IPSOS, 2017

Бренд – это обещание

1. Соответствовать ожиданиям стейкхолдеров

2. Учитывать поведенческие тренды:

- Корпоративное волонтерство;
- Осознанное потребление;
- Millennials: менять мир в лучшую сторону;
- Опыт важнее обладания;
- ЗОЖ и эко ответственность.

3. Создавать свои тренды – ценностный подход в основе всей деятельности