

# Время Инди Брендов в США

# О себе

- МИЭФ 2009
- IB, Стратегический консалтинг
- AT Kearney Москва – JnJ – AT Kearney Нью-Йорк

# Что такое Инди Бренды

- Основатель увидел проблему и сделал свой продукт
- В основе – натуральность и дизайн, а не химия и реклама
- Небольшое производство, часто меняющееся под запросы покупателей
- Тру во всем: история, прозрачность, прямое общение с покупателями

**Большие бренды повторяют за Инди и покупают их**

# Как это работает?

- Невысокая себестоимость без 'офисной' надстройки, но крафтовое премиум позиционирование
- Сарафанное радио, соцсети, direct to consumer
- Экономия на марже ритейлеров (15-40%)
- Ультраперсонализация – 'unleash the human touch', письма в конверте от руки, прямая связь

# Почему это стало возможным?

1. **Сдвиг спроса** – люди больше задумываются о здоровье, экологии, социальной ответственности, истории продуктов
2. **Сдвиг микса каналов** – e-commerce стремится к 30%
3. **Смерть классического маркетинга** – в фокусе микроинфлюэнсеры и соцсети
4. **Демократизация всей операционки** – аутсорс доставки и сервиса, стандартные IT решения без программистов, решения для анализа данных