

ПРОГРАММА

ОБЩАЯ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ — 12 часов



ДЕНЬ 1

КРЕАТИВНЫЙ БРИФ. КАК ПОСТАВИТЬ СЕБЕ ЗАДАЧУ, ДАЖЕ ТОГДА КОГДА ЕЕ НЕТ

- Форма креативного брифа
- Выбор ЦА.
- Формулировка коммуникационной задачи.
- Постановка измеримых целей ивента

СРАФТ. БОЛЬШАЯ ИДЕЯ МЕРОПРИЯТИЯ

- Большая идея: понятная, полезная, вызывающая сопереживание у аудитории, работающая на решение задачи. Идея, которую легко рассказать, понять и разложить на различные механики до во время и после мероприятия.
- Основы креативной методологии CRAFT
- Инсайт
- Комбо методик
- Ролевое моделирование
- Синтез моделей
- Обмен капиталами
- Большая идея: С формой, драмой, пользой

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ. СОЗДАВАТЬ ИДЕИ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА

- Понять свою аудиторию, искать релевантные идеи, собрать Customer Journey Map , протестировать прототип ивента и исправить.
- Алгоритм дизайн-мышления
- Особенности 5 этапов дизайн-мышления
- Ключевые инструменты каждого этапа
- Customer journey map
- Gap Map

→ ДЕНЬ 2

ТРИЗ — РАЗРЕШЕНИЕ ПРОТИВОРЕЧИЙ В МЕРОПРИЯТИИ

- Как реализовать все, что задумано? Как накормить 2000 человек за 40 минут без очередей? Как сохранить WOW-эффект при ограниченном бюджете?
- Идеальный конечный результат
- Приемы свертывания
- Поиск противоречий в системах
- Приемы разрешения противоречий

ЛАТЕРАЛЬНОЕ МЫШЛЕНИЕ. ДУМАЕМ ПО-НОВОМУ

- Придумываем то чего еще никто не делал! Научимся придумывать много и быстро.
- Принципы работы латерального мышления
- Методики фокусировки на задаче
- Методики генерации идей
- Методики установления связи
- Решение практических задач с помощью латерального мышления

СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦИИ

- Как упаковать все, что придумали и рассказать так чтобы запомнили.
- Структура презентации креативной концепции
- Сторитейлинг в презентациях
- Ораторские приемы
- Мастерство импровизации

ИТОГ

Весь алгоритм создания концепции мероприятий от анализа задачи до финальной защиты.