

# ПРОГРАММА

ОБЩАЯ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ — 24 часа

## → БРЕНД СТРАТЕГИЯ

КУРАТОР **АННА ЕРШАНСКАЯ**, 6 ЧАСОВ

- **Роль и задачи маркетинга и коммуникации.** Как они связаны между собой и самое важное с задачами бизнеса. Зачем вообще бренду нужна коммуникация? Источники роста бренда?
- **Целевая аудитория и ее потребности.** Как выбрать целевую аудиторию? Сегментация. Как описывать целевую аудиторию? Как найти потребности?
- **Позиционирование бренда.** Как его выбрать, сфокусировать и сформулировать? Как и по каким критериям оценивать результат? Пирамида бренда, лестница преимуществ, и другие инструменты. Разрабатываем позиционирование по реальному брифу.

## → КРЕАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ


КУРАТОР **ИВАН ДЬЯЧЕНКО**, 6 ЧАСОВ

Стратег — последний бастион здравого смысла и логики перед «разработкой креатива». На входе у стратега - разрозненная информация от клиента и «с рынка». А на выходе - креативный бриф, который вдохновляет креаторов на работу и ясно показывает им направление для поиска идей. Как пройти этот путь? Мы научимся заполнять дыры в клиентских брифах, составлять «идеальный бриф», подбирать вдохновляющие референсы, форматировать «страподводку», брифовать креативных директоров, принимать непростые решения и выбирать лучшую из плохих альтернатив.

## → СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

КУРАТОР **СТАС МОИСЕЕВ**, 6 ЧАСОВ

- **Дизайн исследования.** Зачем нужны исследования. Какими бывают исследования? Как сформировать правильный дизайн исследования?
- **Поиск первичной информации.** Что может дать информация из первичных источников? Как сделать кабинетное исследование?
- **Понимание клиента.** Что такое «качественные методы»? Как подготовить и провести интервью? Как работать с данными интервью?
- **Принятие решения.** Что такое «количественные методы»? Как подготовить и провести опрос? Как работать с данными опроса?



## **МЕДИА СТРАТЕГИЯ: DIGITAL-CENTRIC ПОДХОД В ПЛАНИРОВАНИИ**

КУРАТОР **КИРИЛЛ БАЛАХТИН**, 6 ЧАСОВ

Можно с легкостью закупить размещение на ТВ или в журнале на 100 млн. рублей и не получить ничего. А можно тот же креатив разместить на ютубе и получить все. На блоке мы разберем что же на самом деле такое медиастратегия и диджитал-центрик подход в планировании, поймем какие задачи выполняют разные медиа каналы и инструменты, обсудим тренды и, конечно же, научимся ставить и трезво оценивать поставленные KPI в digital.