

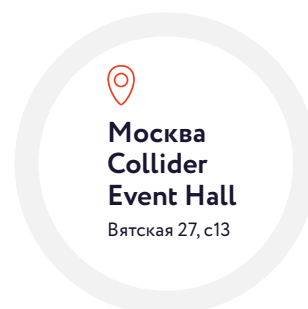
26-27 октября 2019

**THEORY &
PRACTICE**
ТЕОРИИ ОТ ПРАКТИКОВ

Антикотлер. Программа курса

1 день

«ЗАЧЕМ?» или
в поисках своей
несправедливости.
Производство смысла
в бренд-коммуникациях



Преподаватель: Александр Семин

Пространство коммуникации – ответы на вопросы «ЧТО?» и «КАК?». У «ЧТО?» – объективные характеристики и свойства. У «КАК?» – отличия и уникальность. И это правильные вопросы. Только почему лучшие бренды начинают с «ЗАЧЕМ?», а самые успешные коммуникации – это всегда ответ на «НЕСПРАВЕДЛИВОСТЬ»? Потому что людям нужны не вы, а причина вас! Лучшее, что можно сделать для проекта – найти свою «несправедливость». Узнайте как на авторском семинаре.

Структура:

- Понятие «Why-метод» и способы его применения для продвижения бренда;
- «Смысл» и как его найти, понять, сформулировать и донести до аудитории
- «Зачем?» как гарантия успеха бренд-идеи и рекламной кампании;
- Работа с клиентским брифом, трансформация подхода

Что узнают и чему научатся студенты:

1. Метод формулирования «смысла»: преимущество, контекст, несправедливость, усугубление, манифест
2. Поиск своего исключительного смысла через поиск своей «несправедливости» на стыке внешнего контекста и вашего главного преимущества
3. Манифест как коммуникация смысла
4. Кейсы брендов
5. Работа с клиентским брифом

2 день

Разработка рекламной кампании

Преподаватель: Влад Ситников

Семинар предназначен для всех, кто интересуется рекламой и хочет систематизировать свои знания. Автор поделится собственным подходом к подготовке, реализации и оценке эффективности кампании, основанным на 15-летнем опыте в работе одного из самых известных агентств на рынке России. Итогом семинара является понятный и четкий goad map, с помощью которого любой может создать хорошую рекламную кампанию.

Структура:

- Задачи рекламной кампании
- Условия реализации кампании: что сделать, чтобы сообщение было донесено до потребителя.
- Поиск идеи кампании. Attention funnel. Как выглядит идеальная идея?
- Реализация коммуникационной стратегии. Конкретные тактические решения по каналам Paid, Owned, Earned. Communication circle. Типы активаций.
- Система оценки эффективности кампании.

Что узнают и чему научатся студенты:

1. Формулирование дебрифа кампании: постановка коммуникационных задач, анализ аудитории, выявления ядра аудитории, выявление УТП продукта, конкурентный анализ
2. Поиск продуктового и коммуникационного инсайта
3. Формулирование ключевого сообщения, идеи кампании
4. Определение стратегии кампании
5. Подбор тактических инструментов для реализации кампании
6. Формирование системы оценки эффективности кампании

 theoryandpractice.ru

THEORY & PRACTICE