

Стратегия бренда: практика построения сильного бренда за один день

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации
или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

Бренд-стратегия

Введение в бренд-стратегию

- Что такое бренд? Бренд VS Торговая марка, Бренд VS Продукт
- Роль бренда (внешняя среда — в том числе HR-бренд; внутренняя среда — идеология; с точки зрения владельца бизнеса — продукт, HR)
- Составляющие бренд-стратегии: стратегия позиционирования, коммуникационная стратегия, креативная стратегия, медийная стратегия

Основы позиционирования

- В чём выражается позиционирование?
 - Для компании — документ с бренд-платформой
 - Для ЦА — реклама, коммуникация
 - Для сотрудников — идеология и ценности компании
- Виды позиционирования:
 - Базовые — дискаунтер
 - Премиум/ нишевые — с учетом специфики отрасли и конъюнктуры
- Этапы формирования позиционирования:
 - Исследования ЦА
 - Анализ продукта
 - Обзор конкурентов
 - Формулировка инсайта и позиционирования
 - Формирование бренд-платформы и фиксация

элементов (инсайт, обещания, rtb, ценности, характер, суть)

Стратегии бренда: коммуникационная, креативная, медийная

- Коммуникационная стратегия бренда: тон оф войс, ком-архитектура сообщений, слоганы
- Креативная стратегия бренда (большая идея бренда)
- Медийная стратегия (разные сегменты ЦА / разные цели = разные каналы)

Внедрение бренд-стратегии

Формулировка и оцифровка целей в бренд-стратегии. Перформанс-брендинг

- Какие показатели можно и нужно ставить?
- Подробная таблица целей бренда и метрик

Реализация бренд-стратегии в рамках всего комплекса маркетинга компании (на кейсах-примерах)

- В части коммуникации: PR, SMM, реклама и т. д.
- В части продукта и продаж: продуктовые фиши, упаковка, влияние на основной продукт
- В части HR (HR-коммуникация + онбординг сотрудников)

Практикум «Формулировка позиционирования, коммуникации и создание креативной идеи бренда (командная работа)»