

Управление брендом в цифровой экономике

Срок обучения:

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

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

Программа обучения

День 1

От продукта к бренду

- Почему бренды нужны любому бизнесу. Бренд как бизнес-актив компании
- Как упаковать продукт или услугу в востребованный бренд
- Воронка продаж и воронка бренд-менеджмента
- Личность бренд-менеджера. Место в компании, KPI, взаимодействие с другими отделами. Структура отдела маркетинга
- Архитектура бренда, зонтичный бренд, монобренд
- Сбалансированный портфель брендов: максимум продаж, минимум каннибализации и рекламы

Индикаторы и планирование

- Метрики в бренд-менеджменте и продажах online и offline. Управление по индикаторам
- Brand-plan и правила эффективного бренд-менеджмента. Цепочка восприятия бренда
- Дистрибьюция, маркетинг-плейсы, партнерские программы
- Изучение конкурентов, поиск возможностей для нового или существующего бренда
- Исследования потребителей и конкурентов online и offline

Стратегический базис бренда

- Алгоритм создания и эффективного продвижения online

и offline

- Модели лидерства и отношений
- Brand-Mind mapping: позиция в сознании = объем продаж

Практикумы:

- Кейс «Модели лидерства в анализе конкурентов и выборе стратегии»
- Кейс «Brand-Mind mapping»

День 2

Позиционирование в конкурентной среде

- Сущность бренда
- Инфополе бренда
- Контентная стратегия
- Ценности и персонификация бренда
- Потребительские группы и аватар потребителя
- Инсайт и инсайт-активатор. Фальш-инсайты

Платформа бренда

- Платформа бренда и ее реализация в рекламе = ДНК больших продаж
- Продвижение и план коммуникаций. Воплощение бренд-платформы: визуальная идентичность бренда. Основные элементы, подходы к их разработке. Brand-book. Функции и структура, правила формирования и пользования. Бриф на разработку визуальной идентичности

Коммуникации и продвижение

- Брендинг: нейминг, лого, фирменный стиль. Ресурсы для создания online и offline
- Рекламная концепция бренда и ее реализация online и offline
- Брифы на брендинг и рекламу — критерии оценки творческого продукта
- Рекламная кампания online и offline: выбор цели, настройка, запуск

- Соцсети, ТВ, Радио и другие СМИ

Практикумы:

- Кейс «Создание платформы бренда»
- Кейс «Разработка плана продвижения»

День 3

Digital-коммуникации в брендинге

Современные цифровые коммуникации в продвижении

- Определение коммуникации и PR. Особенности цифровой коммуникации
- Определение характеристик интернет-аудитории. Особенности рекламного контента в сети. Digital-стратегия
- Современный медиа рынок и коммуникация
- Email и CRM-маркетинг

Практикум — деловая игра «Цифровая коммуникация и бизнес-среда»

Оптимизация сайта. Продвижение в социальных сетях

- Веб-сайты — особенности контента и коммуникации. SEO-оптимизация сайта
- Коммуникации и СММ — закономерности, кейсы, перспективы
- Коммуникация в месенджерах. Устоявшиеся нормы и постоянные изменения
- Создание комьюнити бренда в социальных сетях

Практикум-кейс «Выполнение проектов в группах. Защита проектов»

Тренды в digital-продвижении

- ORM и UGC
- Интернет-видео и визуальная культура
- Коммуникация в гейм-индустрии
- E-commerce, маркет-плейсы, коммуникативный аспект



Групповая завершающая дискуссия