

# САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: Технология создания бренда

---



Александр Еременко

**BrandLab**

Управляющий директор

Когда	<b>13 Июля 2015</b>
Время	19:00-22:00 (Регистрация в 19:00)
Где	INSBM Санкт-Петербург

Цель:

Систематизировать знания по брендингу

Возможность получить:

- лучшую практику по разработке новых брендов
- современные инструменты управления развитием бренда

Уникальность

Своим опытом и знаниями поделится ведущий эксперт в области брендостроительства, управляющий директор брендингового агентства BrandLab - лидера брендинговых услуг в России. Практика компании по построению и развитию брендов для крупного и среднего бизнеса охватывает 40 отраслей в 7 странах: Россия, Германия, Польша, Украина, Казахстан, Армения и США.

Программа

1. Вы поставили цель – создать новый бренд. С чего начать. Ревизия возможностей нового бренда.
2. Маркетинговое обеспечение проекта по разработке бренда. Какая информация и какие маркетинговые исследования нужны до начала проекта.
3. Стратегии брендинга PULL и PUSH. Как создать бренд, основанный на актуальных ценностях и потребностях покупателей.
4. Разрабатываем позиционирование бренда. Как понять, какая идея сработает, а какая провалится.
5. Нейминг – разрабатываем название для нового бренда. Как получаются сильные и слабые названия.

# САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: Усиление бренда. Повышение привлекательности для потребителей

---



Александр Еременко

**BrandLab**

Управляющий директор

Когда	<b>14 Июля 2015</b>
Время	19:00-22:00 (Регистрация в 19:00)
Где	IHSBM Санкт-Петербург

## Цель:

Научить специалистов по маркетингу применять на практике современные и эффективные инструменты бренд-менеджмента, позволяющие усилить влияние Вашего бренда на выбор потребителей и значительно улучшить экономический эффект от Вашего бренда.

## Задачи мастер-класса:

- получить комплекс необходимых знаний для усовершенствования идентичности бренда;
- уметь применять на практике различные модели при разработке идентичности бренда;
- уметь использовать методики, обеспечивающие максимальное влияние Вашего бренда на предпочтения и выбор стейкхолдеров.

## Программа мастер-класса:

1. Бренд – это название-дизайн, концепция или товар-услуга? Какой компонент бренда оказывает наибольшее воздействие на поведение потребителей? Типичные ошибки российских бренд-менеджеров.
2. Разрабатываем дизайн бренда. Постановка задач дизайнерам и формирование брифа. Как реализовать идею бренда в фирменном стиле или упаковке.
3. Правила создания бренда, которые помогают новой марке выжить и успешно расти
4. Маркетинговые инструменты оценки и отбора позиционирования, названий и дизайна бренда на целевой аудитории.
5. Разработка конструктивных идей, продуктовых инноваций и марочных элементов, развивающих идею бренда

# САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: Разработка маркетинговой стратегии

---



Артем Мовсесян

**Robilant Associati**  
Директор по России и СНГ

Когда	<b>15 Июля 2015</b>
Время	19:00-22:00 (Регистрация в 19:00)
Где	INSBM Санкт-Петербург

---

## Цель

Повышение квалификации менеджеров в сфере стратегического маркетинга, понимание руководителей и владельцев бизнесов основных шагов по созданию и реализации стратегии маркетинга и ее контроля.

## Уникальность

Уникальность состоит в том, что по мере формирования в России конкурентной рыночной среды, старые механизмы «авось прорвемся» уже не эффективны, и стратегическое планирование становится неременной составляющей эффективного предпринимательства. На примере реальных рыночных кейсов, участники смогут оттачивать навыки и применять стратегические концепции.

## Программа

### Теория (вводная часть)

- Ключевые вопросы маркетинговой стратегии.
- Стратегический анализ рынка – привлекательные и реализуемые сегменты.
- Ключевые факторы роста и их анализ – куда расширяться.
- План действий – реализация потенциала компании и рынка.

### Практика (симуляция деловой игры)

- Разбор различных вариантов поведения конкурентов и потребителей и влияние на маркетинговую стратегию компании.

# САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: Маркетинг-микс

---



Артем Мовсесян

**Robilant Associati**

Директор по России и СНГ

Когда **16 Июля 2015**  
Время 19:00-22:00 (Регистрация в 19:00)  
Где **INSBM**  
Санкт-Петербург

## Цель

Научить участников эффективно и результативно использовать современные технологии составных **МАРКЕТИНГ МИКС**.

Участники получают информацию о принципах оценки эффективности коммуникативных инструментов, принципах конвертации коммуникативных показателей в маркетинговые и далее, последовательно, в коммерческие и финансовые, основываясь на базовых подходах ССП (Системы сбалансированных показателей), оценку ценовой эластичности продукта, инвестиций в трейд маркетинг, эффективное построение каналов распределения.

## Уникальность

В интеграции принципов и методов в их практическом применении, полезном для директоров и специалистов блока маркетинг и коммерция, в живом интерактивном общении, модулировании реальных ситуаций, выработки собственных моделей и практик. В процессе мастер-класса полученные участниками знания отрабатываются на практике в рамках решения case study\ case modeling.

## Программа

Финансовые показатели компании, как основа для целеполагания коммерческих, маркетинговых и коммуникативных ключевых индикаторов.

Маркетинговые цели и задачи, принципы постановки и структурирование маркетинговых KPI.

Классификация и выбор инструментов марочных коммуникаций. Оценка их вклада в эффекты коммуникаций.

Принципы ценообразования. Ценовая эластичность продукта. Бенчмарк.

Типология каналов распределения, форматы дистрибуции: DSD, DS3, ZDP.

Эффективное распределение ресурсов, этапы планирования программ, механизмы реализации программ.

Критерии и оценка эффективности

Case Study: Выбор участниками оптимального варианта из предложенных решений по конкретному ситуационному кейсу. Обоснование.

Инновационные инструменты в маркетинге. Новые возможности.

# САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: Разработка коммуникационной стратегии

---



Владимир Домнин

Кандидат экономических наук, доцент, консультант по маркетингу

Когда	<b>17 Июля 2015</b>
Время	19:00-22:00 (Регистрация в 19:00)
Где	INSBM Санкт-Петербург

---

## Цель

Расширить и систематизировать знания по стратегическому планированию развития бренда.  
Систематизировать подход к планированию коммуникаций как элементу развития бренда.  
Дать современный инструментарий разработки коммуникационной стратегии бренда.

## Уникальность

- Теоретический материал иллюстрируется примерами ведущих иностранных и российских компаний
- Практическая работа в группах по разработке коммуникационной стратегии одного из ведущих брендов России дает участнику возможность внедрить подобный процесс в своей компании, а также опыт командной работы в мульти функциональной группе
- 15-минутная презентация в конце мастер-класса дает навык представления коммуникационной стратегии менеджменту вашей компании
- Комплексный взгляд на бренд позволяет уверенно управлять его развитием
- Интерактивный формат позволяет получить ответы на вопросы, которые стоят перед вами и вашей компанией.

## Программа

1. Все начинается с определения целей и правильной постановки задач.
2. Макро контекст коммуникационной кампании
3. Потребитель (клиент) - центр любой коммуникации
4. Разработка коммуникационной идеи - стержня коммуникационного планирования
5. От коммуникационной идеи к коммуникационной стратегии
6. Как оценивать эффективность запланированной коммуникации
7. Презентация целостной коммуникационной стратегии бренда.

# САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: Нейромаркетинг

---



Владимир Домнин

Кандидат экономических наук, доцент, консультант по маркетингу

Когда	<b>18 Июля 2015</b>
Время	11:00-15:00 (Регистрация в 11:00)
Где	INSBM Санкт-Петербург

---

## Цель мастер-класса:

Научить специалистов по маркетингу применять на практике современные и эффективные инструменты бренд-менеджмента, позволяющие усилить влияние Вашего бренда на выбор потребителей и значительно улучшить экономический эффект от Вашего бренда.

## Задачи мастер-класса:

- получить комплекс необходимых знаний для усовершенствования идентичности бренда;
- уметь применять на практике различные модели при разработке идентичности бренда;
- уметь использовать методики, обеспечивающие максимальное влияние Вашего бренда на предпочтения и выбор стейкхолдеров.

## Программа:

1. Секреты самых сильных брендов: четыре уровня их значения для потребителей. Бренд как средство удовлетворения потребности, самовыражения, установления социальных отношений и поддержания культурных образцов.
2. Правильно структурируем идентичность нашего бренда. Разработка идентичности бренда на основе модели «Brand Identity Prism» (практикум).
3. Почему важнейшим компонентом идентичности бренда является brand personality? Описываем индивидуальность нашего бренда. Как применить количественные методы оценки и проверить индивидуальность нашего бренда на непротиворечивость и внутреннюю согласованность?
4. Измеряем индивидуальности брендов по специальной методике. Возможности количественных методов анализа: степень сходства, уровни отличий, уникальность (практикум).
5. Какие мотивы способны побудить потребителей выбрать и купить наш бренд? Обоснование мотивационной парадигмы «Общество vs. Личность & Развитие vs. Порядок».
6. Определяем базовые мотивы нашего бренда с помощью методики «Мотивационный компас бренда». Как использовать полученные результаты на практике? (практикум).
7. Ищем глубинные мотивы, которые движут потребителями. 12 базовых архетипов бренда.
8. Определяем архетип нашего бренда с помощью теста «Базовый архетип бренда» (20 вопросов). Как использовать полученные результаты на практике? (практикум).