

АНТОН МОЛОДЦОВ О КУРСЕ МЕДИА: «МАТЕМАТИКА И МЕДИА – ЭТО И ЕСТЬ ЕСТЬ КРЕАТИВ 21 ВЕКА. ИЛИ ВЫ ПОНИМАЕТЕ ЭТО, ИЛИ ПОЙМЕТЕ»



Медиа - как рыбий жир. Невкусно, плюешься, но если его не усвоить в детстве, вырастешь неполноценным. Раньше шутили "если нужно сделать интегрированную кампанию, сделайте ролик и 6x3". Теперь прибавьте ещё несколько десятков инструментов и соедините их в правильном порядке. Это, собственно, вкратце про курс интегрированных медиа. А теперь подробнее:

Неделя 1. HELICOPTER VIEW. Определимся с основными понятиями – что мы называем интеграцией и какие её способы существуют? Почему в медийный инсайт называется touchpoint. O.S.E.P. – не просто четыре веселых буквы,

Неделя 2. ЧИТАЕМ БРИФ МЕЖДУ СТРОК. Самое сложное для специалиста по медиа – перевести задачи клиента в медийные задачи и определить KPI

Неделя 3. Consumer Decision Journey. После определения задач переходим к опыту потребителя. Осваиваем канву принятия решения потребителем с точки зрения медиа. Главный вопрос – как люди принимают решения

Неделя 4. Медиа-микс. Когда мы определили этапы принятия решения и нашли, с какими будем работать, самое время заняться оптимальным медиа-миксом. На этой неделе узнаем, как эффективно сочетать медиа

Неделя 5. Изучаем потребителя. Другой подход к пониманию мотиваций потребителя – смотрим на людей через демографию и big data. Упражняемся в цифрах.

Неделя 6. Основная идея и медиа-стратегия. Самая большая проблема – идея отдельно, медиа отдельно. На шестой неделе мы научимся выстраивать медиа стратегию исходя из основной идеи кампании

Неделя 7. Реализация стратегии в каналах. На этой неделе займемся тактикой. Когда определил «основную линию партии», нужно эффективно подобрать инструменты. В общем, эта неделя про бюджеты на медиа

Неделя 8. Real-Time Marketing. Переходим к разделу управления кампанией. Прошло время, когда после подписания медиаплана, можно было курить бамбук. Теперь медийщик – главный по гибким кампаниям, и ежедневным изменениям. Очень интересная неделя.

Неделя 9. Логика медиа презентации. Головная боль любой презентации – медийная часть – как сделать её интегрированной в общее предложение, как продавать медиа, чтобы от скуки никто не умер. Неделя для презентующих медийщиков

new

Неделя 10. Медийные слайды. Существуют тонны тренингов про то, как писать красивые слайды. Одна картинка, не больше трех предложений – это всё фигня, когда речь идет о медийных слайдах. Они априори сложнее. Поделится правилами написания слайдов для медиа

new

Неделя 11. Вместе с другими специальностями отработаем презентацию в режиме стресс-теста, освоим навыки защиты и организации пространства слайдов

