

ПЕТЯ МИХАЙЛОВСКИЙ О ТОМ, ЧТО КАПЕЛЬКА СТРАТЕГА ДОЛЖНА БЫТЬ В КАЖДОМ



За пять (5!) лет существования стратегической специальности на Ферме, в индустрии начался дикий хайп на стратегов. Стратегом хочет стать каждый. Даже порноактриса Ева Бергер сегментирует аудиторию как бог <https://snob.ru/selected/entry/120628> Короче, если я в чем-то и не сомневаюсь, так это в том, что сейчас любой человек на рынке должен хоть немного петрить в стратегическом планировании

Неделя 1. Бренд и брендинг. За эту неделю вы научитесь отличать позишн от пропозишна, угадывать бренд по документу и определять болезни бренда по цифрам из трекинга. Всё, что хотелось узнать про бренды, но хз у кого спросить

Неделя 2. Маркетинговые исследования. Врубаемся в самое главное, что умеет стратег, а остальные не умеют – исследования. По итогам недели мы наконец поймем всё про воронки, поработаем с тестированием, научимся составлять опросник и получать данные бесплатно

Неделя 3. Потребитель. Поработаем над определением инсайта, отличим от потребности, формулировками tension и passion. Найдем 16 мотиваций по Рийсу и поработаем с ними. А также научимся сегментировать проституток Москвы

Неделя 4. Конкуренты. Какие конкурентные стратегии бывают? Как сделать анализ конкурентов, чтобы клиент плакал, и как определить, с кем на самом деле конкурирует твой бренд?

Неделя 5. Бриф. Ну всё, теперь, обладая знаниями про потребителя, конкурентов и бренд, можно переходить к самому волнительному слову рекламного процесса: создание Брифа!

new

Неделя 6. Программатик. Новая неделя на Ферме. Мы объединились с компанией Segmento (группа Сбербанк), чтобы совместно рассказать, какие возможности дает программатик и как определять микро-сегменты

Неделя 7. Creative Review. Мы проведем показательную встречу, на которой специальность «креатив» покажет, что придумалось на брифы стратегов. Поймем как давать комменты – техника «в бриф/ в бренд / в глаз»

Неделя 8. Стратегия в канале. Наружка удерживает внимание 2 секунды, Ролик - 30 секунд. Как для таких разных медиа придумывать креатив? Стратег ищет роль каждого канала и пишет матрицу сообщений по каналам

Неделя 9. Интеграция в одну кампанию. Итогом предыдущих недель станет множество неупорядоченных идей. Это нормально. Теперь их нужно выстроить. Чтобы понять, какие реализации и активации останутся, а какие умрут, нужно это занятие.

Неделя 10. Логика стратегической части презентации. Мы научимся выстраивать все ваши мысли в одну стройную историю, в которой клиент никогда не потеряет нить смысла

new

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

