Moscow
Business School
Leadership Energy

Стратегия бренда: практика построения сильного бренда за один день

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

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

Дата начала: 16.10.2025

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

Программа обучения

День 1

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 фичи, упаковка, влияние на основной продукт
- В части HR (HR-коммуникация + онбординг сотрудников)

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

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании

- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение