

МЕНЕДЖМЕНТ КОММУНИКАЦИЙ курсовой проект

задача:

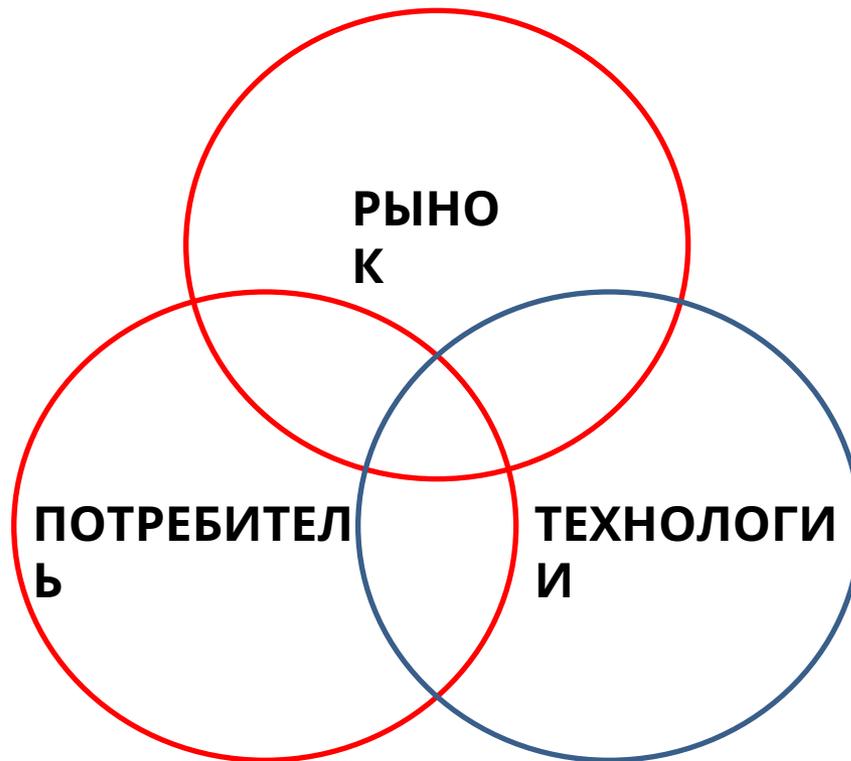
1. Описать продукт (включая проблемы и задачи):
2. Разработать позиционирование.
3. Сформулировать цели.
4. Создать бриф на стратегию
5. Создать бриф на брендинг.
6. Сформировать список необходимых инструментов.

1. Описать продукт (включая проблемы и задачи):

Для правильного наполнения данного раздела следует своими словами описать проектируемый продукт\услугу, цели – для чего вы его создаете, причину по которой возникла идея создания, на какую ЦА рассчитан, существующие на данном этапе преимущества и проблемы.

Для описания можно ответить на вопросы документа «Бриф на продвижение».

Либо – самостоятельно описать на основе схемы трех кругов (см слайд 4)



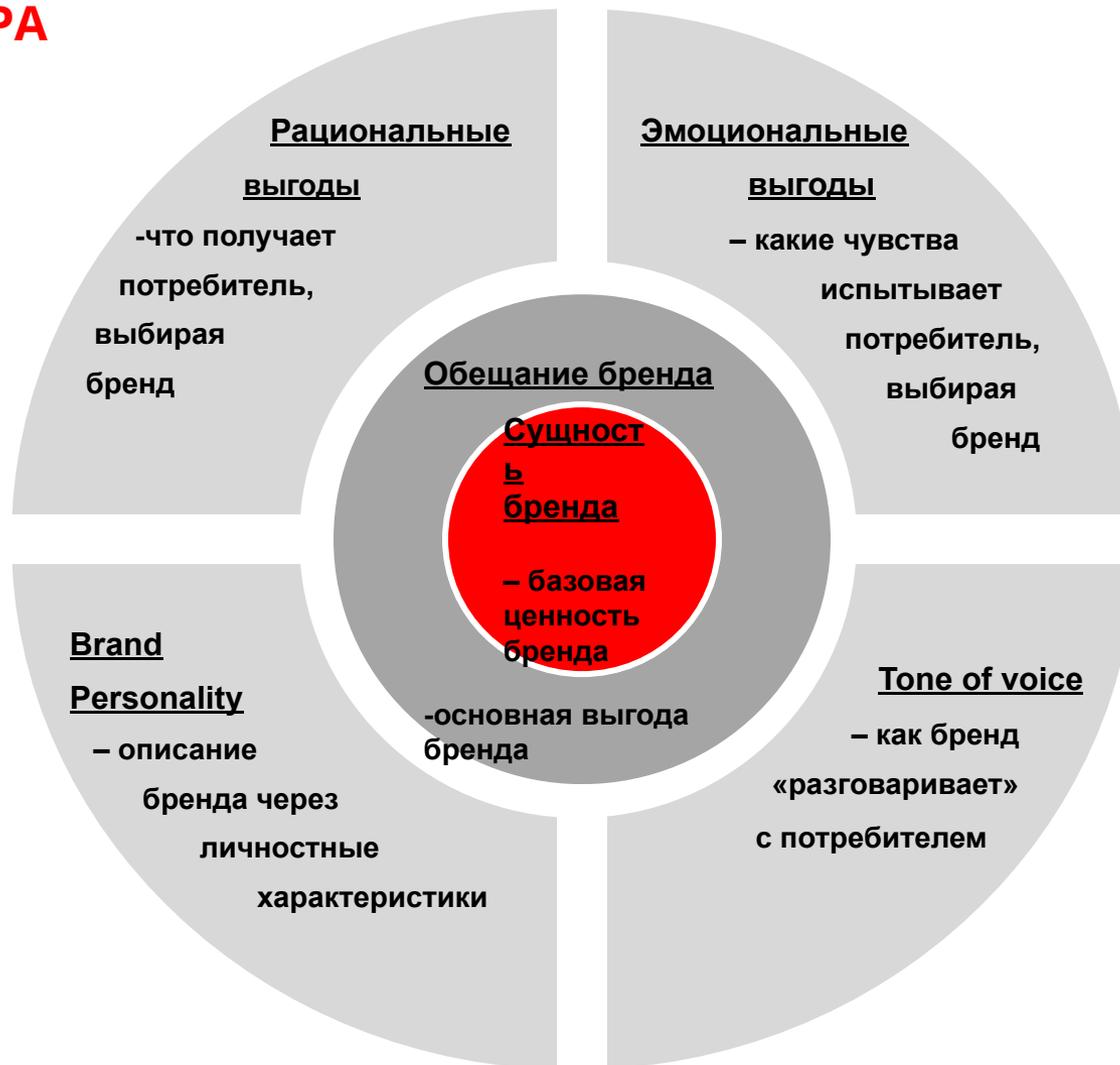
2. Разработать позиционирование

В основе – материалы лекции 3
«ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ» и Домашнего задания к
лекции 3 .

Необходимо:

1. Заполнить СТРУКТУРУ БРЕНДА (см слайд 6)
2. Построить мэппинг конкурентов, выбрать свободное место (нишу), которое ваш продукт\услуга\бренд может занимать на рынке.
3. Описать и сегментировать вашу ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ
4. Написать ЗАЯВЛЕНИЕ О ПОЗИЦИИ (описать позиционирование – как ваш бренд будет воспринимать ваша ЦА)

СТРУКТУРА БРЕНДА



3. Сформулировать цели

Формулируем цели на основании схемы на слайде 8.

БИЗНЕС ЦЕЛИ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ЦЕЛИ

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ЦЕЛИ

Формулируем по алгоритму:

A:

Понимание того, где
находится бренд сейчас

B:

Понимание того, что
должно произойти с
брендом/ желаемая
ситуация



4. Создать бриф на

СТРАТЕГИЮ
В основе – материалы лекции 4 «СТРАТЕГИЯ» и Домашнего задания к лекции 4 .

Необходимо:

1. Выбрать канал в котором будет происходить коммуникация.
2. Сформулировать и изложить требования к коммуникационной стратегии продвижения.
3. Разработать критерии приема документа.
4. Ответы на какие вопросы вы хотите получить в документе.
5. Каков тайминг* и бюджет**.

*Тайминг – определяется исходя из собственного планирования процессов, но с учетом необходимого времени на проведение данных работ. Выяснить средний тайминг подобных работ на рынке возможно создав тестовые запросы подрядчикам.

** Бюджет – зависит от планируемого уровня подрядчика, выделенных средств на эти работы. Ориентироваться можно также по тестовым

5. Создать бриф на брендинг

В основе – материалы лекции 5 «БРЕНДИНГ» и Домашнего задания к лекции 5 .

Необходимо:

1. Выбрать элементы которые будет включать документ
2. Разработать критерии приема брендинга (основываясь на ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ).
3. Ответы на какие вопросы вы хотите получить в документе.
4. Предложить референсы (аналоги, соответствующие вашим требованиям)
5. Каков тайминг и бюджет. (Алгоритм см слайд 9)

Можно взять за основу документ БРИФ НА БРЕНДИНГ или частично использовать документ БРИФ НА ПРОДВИЖЕНИЕ

6. Сформировать список необходимых инструментов

1. На основании описания ЦА определить BRAND HERO
2. Зафиксировать пользовательский сценарий представителя ЦА.
3. Определить touch points (точки контакта) с представителем ЦА.
4. Описать какие инструменты в первую очередь необходимо разработать для контакта с целевой аудиторией в определенных touch points .

Используем сегментацию ЦА из
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ.

Используем слайд с ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИМ
СЦЕНАРИЕМ.



МЕНЕДЖМЕНТ КОММУНИКАЦИЙ

КРЕАТИВНОЕ АГЕНТСТВО 4PRESS
УКРАИНА, ОДЕССА
УЛ. СРЕДНЯЯ, 24

ТЕЛ.: 048 - 770 - 43 - 35
048 - 757 - 87 - 42
048 - 799 - 84 - 31

email: info@4press.com.ua
www.4press.com.ua