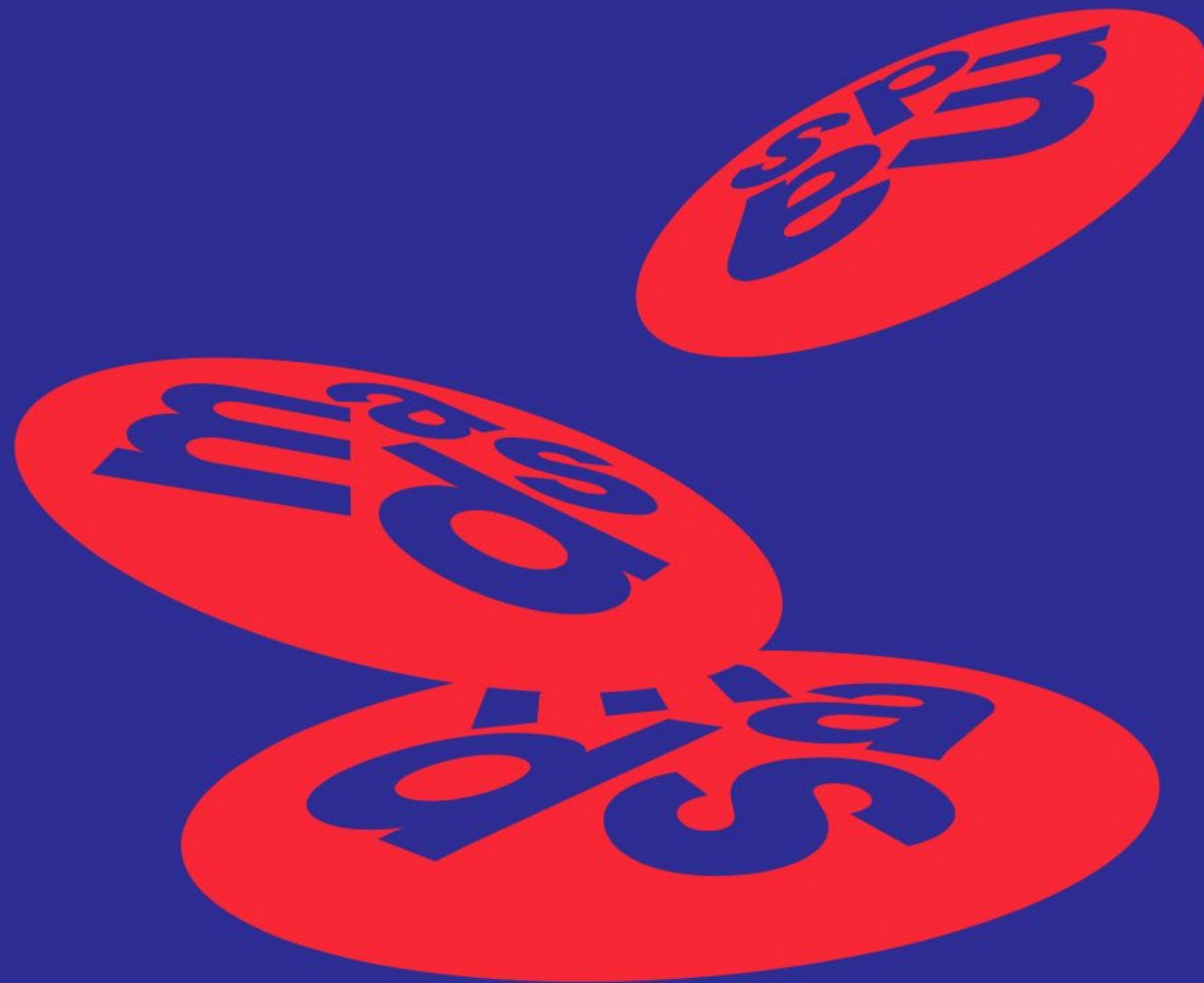




workable strategy:  
как разрабатывать  
бренд-стратегии,  
с которыми будут  
работать



# о курсе

как часто после финального согласования стратегии бренда, вы переживаете, что она в итоге будет просто храниться где-то на сервере клиента и направляться всем новым агентствам и сотрудникам просто в качестве brand induction?

# о курсе

как часто вы задумываетесь, что же нужно такого делать, чтобы бренд-стратегию действительно использовали и все функции на стороне бренда, и все рекламные агентства, которые работают с брендом. и как часто в итоге вы приходите к мысли, что это просто вы недостаточно хороши...

# о курсе

в этом курсе по разработке бренд-стратегии мы ставим главной своей задачей закрыть главный гештальт большинства бренд-стратегов в мире: учим создавать стратегии, с которыми будут работать

# о курсе

на нем ты узнаешь, как изменить процесс разработки стратегии, как научиться подступать к каждой задаче с разных сторон и кого и когда нужно привлекать, чтобы после разработки стратегии, с ней все хотели работать

# о курсе

и создашь реальную стратегию для одного из клиентов: тинькофф, связной, немецкий iot стартап bowncе, первый российский производитель грузовых электровеликов деловел и другие. чей бриф выбрать — решишь сам

# что особенного

сильные бренд стратегии – это стратегии, с которыми хотят работать различные функции и на стороне бренда, и на стороне рекламных агентств

курс научит тебя по-новому строить процесс разработки стратегии, чтобы разработанная тобой стратегия жила не на страницах презентации, а в каждой точке контакта пользователей с брендом: от рекламной коммуникации до их

# на курсе

работа над реальным брифом с реальным клиентом под началом кураторов

постоянная поддержка кураторов курса — специалистов-практиков, которые дадут обратную связь и ответят на любые вопросы

лекции и практические задания от ведущих специалистов индустрии с разнообразным опытом

# на курсе

финальный проект, который ты сделаешь  
самостоятельно и получишь оценку от ведущих  
специалистов индустрии

возможность выбрать с брифом от какого клиента  
ты будешь работать над финальным проектом:  
тинькофф, связной, немецкий iot стартап bowncе,  
первый российский производитель грузовых  
электровеликов деловел и другие

подход западных стратегов к тому как сделать  
strategy workable

# программа офлайн курса



# Введение

неделя 1

**воркшоп 1** 9 апреля, 13:00 (90 минут)

основные методы погружения в бизнес клиента

заболоцкая, черкашина, рейнсон

неделя 2

**лекция 1** 14 апреля 20:30 (60 минут)

основные методы погружения в бизнес клиента

заболоцкая

**воркшоп 2** 16 апреля 13:00 (90 минут)

глубинное интервьюирование  
представителей всех ключевых функций  
на стороне бренда

заболоцкая

неделя 3

**лекция 2** 21 апреля 20:30 (60 минут)

how to make a strategy workable

adam bekassy

**воркшоп 3** 23 апреля 13:00 (120 минут)

проведение стратегических сессий  
совместно с представителями всех  
ключевых функций на стороне бренда

гувакова

# этап 1: погружение в бизнес клиента

неделя 4

стратегические сессии до 30 апреля

команды проводят стратегические сессии с клиентами брифа на территории клиента или онлайн

неделя 5

перерыв на майские праздники

неделя 6

воркшоп 4 11-13 мая

защита брифов от команд на разработку бренд стратегии после погружения в бизнес клиента

заболоцкая, черкашина, рейнсон

# этап 2: исследования

неделя 7

лекция 3 17 мая 19:00 (60 минут)

существующие подходы и парадигмы исследований: теоретические основы

александра невская

лекция 4 19 мая 19:00 (60 минут)

qual vs. quant: насколько надежны качественные исследования, и чего никогда не дадут количественные

мария папантиму

воркшоп 5 21 мая 13:00 (90 минут)

качественные исследования, этнография и поиск инсайтов

анастасия черкашина

неделя 8

лекция 6 26 мая 19:00 (60 минут)

маркетинговая семиотика: изучение и актуализация культурных кодов

андрей потапов

воркшоп 6 28 мая 13:00 (90 минут)

культурологический анализ

адамчик анастасия

неделя 9

лекция 7 31 мая 19:00 (60 минут)

психология поведения: когнитивистика, психометрия, нейромаркетинг

андрей потапов

лекция 8 2 июня 19:00 (60 минут)

количественные исследования

александра невская

воркшоп 7 4 июня 13:00 (90 минут)

количественное исследование здоровья бренда bht (brand health tracking)

анна барсамова

# этап 3: стратегия

неделя 10

воркшоп 8 7 июня 20:30 (90 минут)

анализ конкурентов: как сделать его полезным, а не обязательным

лоскутова юлия

лекция 9 9 июня 20:30 (90 минут)

как сформировать workable summary из всех исследований

дарья ясиновская

воркшоп 9 11 июня 13:00

онлайн фидбек сессия по блоку исследований

черкашина + заболоцкая/рейнсон

неделя 11

лекция 10 14 июня 20:30 (90 минут)

вводная. что должно работать в бренд-стратегии.

ольга рейнсон

лекция 11 16 июня 20:30 (90 минут)

how to make a strategy workable ?

воркшоп 10 18 июня 13:00 (90 минут)

построение brand Identity. модели бренда, позиционирование

ольга рейнсон

неделя 12

лекция 12 21 июня 19:00 (60 минут)

7 brand assets: зачем они нужны, как их находить и структурировать

дарья кравцова

лекция 13 23 июня 19:00 (60 минут)

purpose-driven vs product-driven approach. сравнение подходов

will davie

воркшоп 11 25 июня 13:00 (90 минут)

4c's v.s four points. разбираемся в деталях, сравниваем

ольга рейнсон

# этап 4:

## валидация стратегии

|           |                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                  |                                                                                                                                            |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| неделя 13 | <div>лекция 1428 июня 19:00 (60 минут)</div> <div>традиционные архетипы vs современные архетипы. когда образ становится архетипом?</div> <div>дарья кравцова, андрей потапов</div>       | <div>воркшоп 1230 июня 20:30 (90 минут)</div> <div>какой вы архетип?</div> <div>заболоцкая</div>                                                 | <div>воркшоп 132 июля 13:00 (90 минут)</div> <div>brand personality: как ее узнать и для чего использовать</div> <div>анна барсамова</div> |
| неделя 14 | <div>воркшоп 145 июля 20:30 (90 минут)</div> <div>brand storytelling. как структурировать и упаковать стратегию</div> <div>ольга рейнсон</div>                                           | <div>лекция 157 июля 20:30 (60 минут)</div> <div>где и когда заканчивается работа стратега</div> <div>заболоцкая</div>                           | <div>лекция 169 июля 13:00 (90 минут)</div> <div>тест гипотез стратегии бренда</div> <div>анастасия черкашина</div>                        |
| неделя 15 | <div>воркшоп 15</div> <div>имеет ли разработанная бренд стратегия креативный потенциал?</div> <div>алёша стародубов, михаил устинов, александр загорский + mob creative consulting</div> | <div>воркшоп 16</div> <div>имеет ли разработанная бренд стратегия бизнес-фокусирующий потенциал?</div> <div>заболоцкая, черкашина, рейнсон</div> |                                                                                                                                            |

# этап 5:

## подготовка дипломных работ

неделя 16

воркшоп 17 18-21 июля (60 минут)

онлайн фидбек сессия кураторов каждой команде

заболоцкая, черкашина, рейнсон

воркшоп 18 23 июля 13:00-15:00 (60 минут)

онлайн фидбек сессия клиентов каждой команде

заболоцкая, черкашина, рейнсон

неделя 17

воркшоп 19 30 июля (60 минут)

утверждение дипломных работ всеми кураторами, экспертами (из курса) и клиентом

заболоцкая, черкашина, рейнсон

# программа онлайн курса



# Введение

неделя 1

**воркшоп 1** 10 апреля, 13:00 (90 минут)

знакомство с кураторами и сокурсниками,  
распределение брифов по командам

заболоцкая, черкашина, рейнсон

неделя 2

**лекция 1** 14 апреля 20:30 (60 минут)

основные методы погружения в бизнес  
клиента

заболоцкая

**воркшоп 2** 17 апреля 13:00 (90 минут)

глубинное интервьюирование  
представителей всех ключевых функций  
на стороне бренда

заболоцкая

неделя 3

**лекция 2** 21 апреля 20:30 (60 минут)

how to make a strategy workable

adam bekassy

**воркшоп 3** 24 апреля 13:00 (120 минут)

проведение стратегических сессий  
совместно с представителями всех  
ключевых функций на стороне бренда

гувакова

# этап 1: погружение в бизнес клиента

неделя 4

стратегические сессии до 30 апреля

команды проводят стратегические сессии  
с клиентами брифа онлайн

неделя 5

перерыв на майские праздники

неделя 6

воркшоп 4 11-13 мая

защита брифов от команд на разработку  
бренд стратегии после погружения в бизнес  
клиента

заболоцкая, черкашина, рейнсон

# этап 2: исследования

неделя 7

лекция 3 17 мая 19:00 (60 минут)

существующие подходы и парадигмы исследований: теоретические основы

александра невская

лекция 4 19 мая 19:00 (60 минут)

qual vs. quant: насколько надежны качественные исследования, и чего никогда (...?)

мария папантиму

воркшоп 5 22 мая 13:00 (90 минут)

качественные исследования, этнография и поиск инсайтов

анастасия черкашина

неделя 8

лекция 6 24 мая 20:30 (60 минут)

how to make a strategy workable

stéphane missier

лекция 7 26 мая 19:00 (60 минут)

маркетинговая семиотика: изучение и актуализация культурных кодов

андрей потапов

воркшоп 6 29 мая 13:00 (90 минут)

культурологический анализ

адамчик анастасия

неделя 9

лекция 8 31 мая 20:30 (90 минут)

анализ конкурентов: как сделать его полезным, а не обязательным

лоскутова юлия

лекция 9 2 июня 19:00 (60 минут)

количественные исследования

александра невская

воркшоп 7 5 июня 13:00 (90 минут)

количественное исследование здоровья бренда bht (brand health tracking)

анна барсамова

# этап 3: стратегия

|           |                                                                                                                                                      |                                                                                                                                             |                                                                                                                                             |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| неделя 10 | <div>лекция 107 июня 19:00 (60 минут)</div> <div>психология поведения: когнитивистика, психометрия, нейромаркетинг</div> <div>андрей потапов</div>   | <div>лекция 119 июня 20:30 (90 минут)</div> <div>как сформировать workable summary из всех исследований</div> <div>дарья ясиновская</div>   | <div>воркшоп 812 июня 13:00</div> <div>онлайн фидбек сессия по блоку исследований</div> <div>черкашина + заболоцкая/рейнсон</div>           |
| неделя 11 | <div>лекция 1214 июня 20:30 (90 минут)</div> <div>вводная. что должно работать в бренд-стратегии.</div> <div>ольга рейнсон</div>                     | <div>лекция 1316 июня 20:30 (90 минут)</div> <div>how to make a strategy workable<br/>?</div> <div></div>                                   | <div>воркшоп 919 июня 13:00 (90 минут)</div> <div>построение brand Identity. модели бренда, позиционирование</div> <div>ольга рейнсон</div> |
| неделя 12 | <div>лекция 1421 июня 19:00 (60 минут)</div> <div>7 brand assets: зачем они нужны, как их находить и структурировать</div> <div>дарья кравцова</div> | <div>лекция 1523 июня 19:00 (60 минут)</div> <div>purpose-driven vs product-driven approach. сравнение подходов</div> <div>will davie</div> | <div>воркшоп 1026 июня 13:00 (90 минут)</div> <div>4c's v.s four points. разбираемся в деталях, сравниваем</div> <div>ольга рейнсон</div>   |

# этап 4:

## валидация стратегии

|           |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                        |                                                                                                                                            |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| неделя 13 | <div>лекция 1628 июня 19:00 (60 минут)</div> <div>традиционные архетипы vs современные архетипы. когда образ становится архетипом?</div> <div>дарья кравцова, андрей потапов</div> | <div>воркшоп 1130 июня 20:30 (90 минут)</div> <div>какой вы архетип?</div> <div>заболоцкая</div>                       | <div>воркшоп 123 июля 13:00 (90 минут)</div> <div>brand personality: как ее узнать и для чего использовать</div> <div>анна барсамова</div> |
| неделя 14 | <div>воркшоп 135 июля 20:30 (90 минут)</div> <div>brand storytelling. как структурировать и упаковать стратегию</div> <div>ольга рейнсон</div>                                     | <div>лекция 177 июля 20:30 (60 минут)</div> <div>где и когда заканчивается работа стратега</div> <div>заболоцкая</div> | <div>лекция 189 июля 13:00 (90 минут)</div> <div>тест гипотез стратегии бренда</div> <div>анастасия черкашина</div>                        |
| неделя 15 | <div>лекция 1912 июля 20:30 (90 минут)</div> <div>кейс кинопоиск - как команда бренда проверяла бренд-стратегию на workability</div> <div>роман шиманский</div>                    |                                                                                                                        |                                                                                                                                            |

# этап 5:

## подготовка дипломных работ

неделя 16

воркшоп 17 18-21 июля (60 минут)

онлайн фидбек сессия кураторов каждой команде

заболоцкая, черкашина, рейнсон

воркшоп 18 23 июля 13:00-15:00 (60 минут)

онлайн фидбек сессия клиентов каждой команде

заболоцкая, черкашина, рейнсон

неделя 17

воркшоп 19 30 июля (60 минут)

утверждение дипломных работ всеми кураторами, экспертами (из курса) и клиентом

заболоцкая, черкашина, рейнсон

# финальный проект

финальный проект — разработанная бренд-стратегия от каждой команды для разных клиентов

1 команда + 1 клиент = 1 бренд-стратегия

с реальным брифом от какого клиента ты будешь работать — выберешь сам. будут брифы от тинькофф, связной, немецкого iot стартапа bowncse, первого российский производителя грузовых электровеликов деловел и других клиентов

остались вопросы?  
напиши нам!



+799999178809



@madscourses

ссылка на курс