

Практическое задание к модулю 5 программы «Бренд-менеджмент» (онлайн)

Уважаемый Слушатель!

В конце программы Вам предстоит защитить итоговую работу – план по разработке бренд-стратегии или коммуникационной стратегии вашей компании/товаров и пр. (примеры формулировок итоговых работ Вы найдете в Шаблоне итоговой работы на обучающей платформе).

Каждое практическое задание представляет собой раздел этого план. Таким образом, выполняя задания в рамках модуля вы отрабатываете навык разработки плана.

В пятом (а это финальное домашнее задание) Вам необходимо разработать программу интегрированных маркетинговых коммуникаций, а также запланировать мониторинг и список мероприятий непрерывных улучшений.

Используйте Шаблон для работы Мастерской.

Первая часть работы «Интегрированный план маркетинговых коммуникаций»

В продолжении работы, которую Вы начали ранее - разрабатывая коммуникационную стратегию бренда (см. Д.з. модуля 4), выполните следующие действия:

1. Предложите «большую идею», которая будет объединять все коммуникации, исходящие от вашего бренда / компании.
Заполните шаблон:

Идея	Обоснование	Чем отличается	Какие каналы (виды коммуникации) будут использованы

2. Расположите все элементы вашего маркетингового плана в виде календарного плана (пример – в презентации вебинара «Разработка программы интегрированных маркетинговых коммуникаций»). Используйте предлагаемый шаблон в Excel (лист 1).

3. Запланируйте бюджет, который вы потратите в течение первого года, и распределите этот бюджет на типы активностей.
Проконтролируйте, чтобы было соблюдено условие бюджетирования 60% бренд-активации (долгосрочное строительство бренда) и 40% промо-активации (краткосрочная поддержка продаж).
Используйте предлагаемый шаблон в Excel (лист 2).

Вторая часть работы «Мониторинг исполнения программы маркетинговых коммуникаций. План непрерывных улучшений».

1. Предложите метрики, которые вы будете регулярно отслеживать в процессе внедрения разработанной вами программы.

Какие метрики будете измерять на ежедневно / каждую неделю / каждый месяц / через полгода после начала кампании / через год?

Заполните прилагаемый шаблон:

Название Бренда: _____

Метрика	Период	Обоснование
x		
xx		
xxx		
....		

2. После 6 месяцев внедрения программы интегрированных маркетинговых коммуникаций Вы столкнулись с необходимостью сократить весь бюджет продвижения второго полугодия в 2 раза.

Как будет выглядеть Ваш план в этом случае?

Используйте предлагаемый шаблон в Excel (лист 3).

Здесь сделайте вывод – что изменилось, каким результатам приведёт.