Программа повышения квалификации
«PR и реклама в сфере культуры»

Блок 1: что такого маркетинговая особенность предприятия? Причем здесь стратегия и позиционирование?

В данном блоке планируется раскрыть, что такое маркетинговая стратегия предприятия, особенности позиционирования, разбор конкретных ситуаций на основе сферы деятельности участников.

1. Обзор маркетинговых стратегий, классификация их видов.
2. Конкретные примеры проявления в обычной жизни и маркетинговой среде.
3. Критерии для выбора маркетинговой стратегии и способы адаптации чужих решений на собственную организацию.

Блок 2: как доносить маркетинговую особенность предприятий?

В данном блоке планируется рассказать про маркетинговую особенность предприятий и сохранение общего вектора в повествовании.

1. Выработка позиционирования. Рассказать про то, как отличаться от конкурентов, научить работать с архетипами и tone of voice.
2. SMM. Как доносить свое позиционирование, через digital пространство.
3. Event. Как делать спец проекты, которые будут доносить вашу генеральную идею.

Блок 3: Каналы для донесения генеральной идеи.

В данном блоке планируется рассказать, о существующих каналах, которые могут быть полезны аудитории, а также инструментах внутри каналов.

1. ОРД
2. Социальные сети.

a. Почему важно иметь сообщество (присутствие), и какие функции оно должно выполнять.
b. Таргетированная реклама
c. Посевы

3. Интернет (поисковики).

a. Зачем нужен свой сайт. Ликбез по типам сайта, структуре продающих, и т.д.
b. Контекстная реклама
c. SEO

4. Блоги (VC, Дзен и т.д).

a. Зачем нужен блог
b. Что такое нативная реклама

5. Видеохостинги.

a. Когда и зачем нужен видеоконтент.
b. Интеграции как способ продвижения
c. Коллаборации, что это и как правильно использовать.

6. Работа с инфлюенсирами.

Блок 4: как свести это все в единую воронку, и что она из себя представляет?

Блок 5: работа с текущей клиентской базой. Как из обычных потребителей сделать лояльных фанатов, которые будут готовы рекомендовать и приобретать ваш продукт снова и снова.

Не вошло в общую структуру, но однозначного будет на тренинге: как проводить исследования и проверять свои идеи. Расскажем про такой инструмент как PSM, чтобы оценивать реальную стоимость их услуг. Расскажем про big data и почему важно отцифровывать своих клиентов, как за счет этого можно увеличивать продажи. Как правильно работать с конфликтами.

Преподаватель Заречнев Алексей Андреевич, преподаватель кафедры «Экономика и управление бизнес-процессами» Сибирского федерального университета, учредитель ООО «Gang», предприниматель.