

Училище за Добри Практики

Реклама, PR, Маркетинг

Програма Пролет 2017

Как рекламните методи и начин на мислене могат да променят подхода ни към бизнеса

1

**26.6.2017, 18:15 – 19:00****Три прости неща пречат на добрата работа**

Лектор: Йордан Жечев (Оглавява криейтив в DDB Sofia и е управляващ партньор в Tribal Worldwide Sofia)

Дефинираме “добрата работа” широко – от криейтив, през планиране и изпълнение, до дистрибуция.

Рзаглеждаме примери за нещата, които ни пречат. Историте са от личен опит през международни и безкрайно смислени кампании до малки, неочаквани, уловени неща, разчитащи на наблюдение.

Всички взаимодействияме в игрова част, чрез която изпитваме реалните ограничения на ситуацията. Това ни служи за вход да оборим най-честите оправдания, които използваме, за да премахнем и последната пречка.

Какво ще даде семинарът на участника?

Убеждението, че нещата, които ни пречат рядко са извън нас самите.

За кого е подходящ курсът? За всички, които искат да излязат извън зоната си на комфорт.

Училище за Добри Практики

Реклама, PR, Маркетинг

Програма Пролет 2017

Как рекламните методи и начин на мислене могат да променят подхода ни към бизнеса

2

26.6.2017, 19:15 – 20:00



**Fighting the mediocrity of the average –
Посредствеността на
“обикновените” решения**

Лектор: Мария Тодорова (Основател, CEO and CCO Next-DC/съосновател Quotes Magazine, съосновател and CCO The Kontakt – premium Event company)

Кое най-лошото? Да приемеш това, което е достатъчно да бъде направено и да не изненадаш дори себе си.

Какво ще даде семинарът на участника?

Способността да вижда вродените ограничения на обикновените решения и как да успее да преодолее този подход към нещата. Осъзнаването, че за да изненадаваш другите – колегите, партньорите, клиентите, трябва първо да можеш да изненадаваш себе си.

За кого ще е полезен семинарът?

За всички хора, на които им се налага да целепологат и да търсят и взимат решения.

Училище за Добри Практики

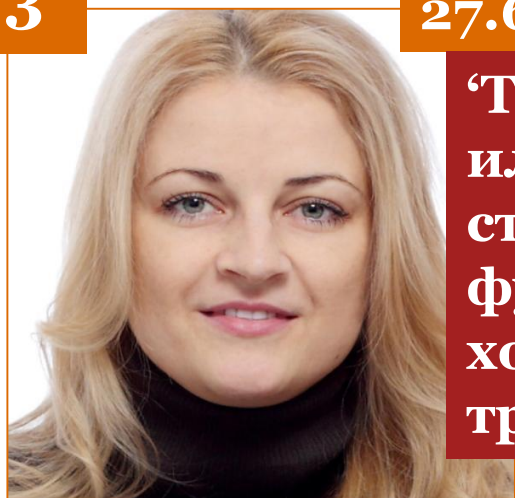
Реклама, PR, Маркетинг

Програма Пролет 2017

Как рекламните методи и начин на мислене могат да променят подхода ни към бизнеса

3

27.6.2017, 18:15 – 19:00



**‘Transformation Marketing’
или как да очертаем
стратегията на
фундаментално нови
хоризонти и да
трансформираме компанията**

Лектор: Дора Стрезова (Country Manager Bulgaria, Greece and Cyprus, Danone Dairy)

От своя опит, Дора се е убедила че изключителни резултати се постигат чрез прекомерни цели.

Семинарът ще даде нов поглед към маркетинговата професия чрез примери за това как безразсъдните изисквания и високите стандарти могат да предизвикат квантови скокове в бизнес резултатите и културата на компанията.

За кого ще е полезен семинарът?

Маркетинг, рекламни и търговски специалисти, които търсят нови перспективи и лично предизвикателство в среда на криза.

Училище за Добри Практики

Реклама, PR, Маркетинг

Програма Пролет 2017

Как рекламните методи и начин на мислене могат да променят подхода ни към бизнеса

4

27.6.2017, 19:15 – 20:00



**Как да постигнем
качеството – мисия
възможна**

Лектор: Йордан Пискулийски от години се занимава с управление на качеството, но вярва, че в действителност качеството управлява избора ни. Интересува се защо качеството е като красотата, или как мнението на всеки е важно, но на успешните компании им трябва системен подход в изграждане на цялостното отношение към клиента.

Какво е качество и как да го дефинираме, от философска, инженерна и бизнес гледна точка?

Какво представлява системният подход в управление на качеството, какви са неговите компоненти и как се изгражда?
Какви са неговите приложения и как следва да се прилага?

За кого е подходящ семинарът?

За всеки, който си задава въпроса как може да подобри качеството на продукта, отдела, процеса или на компанията, която управлява.

Училище за Добри Практики

Реклама, PR, Маркетинг

Програма Пролет 2017

Как рекламните методи и начин на мислене могат да променят подхода ни към бизнеса

5

28.6.2017, 18:15 – 19:00



Как да направите компанията си велика отново? Или как обществено значимите каузи могат да превърнат обикновени продукти и услуги в пазарен триумф

Лектор: Марсел Леви (Творчески директор в Noble Graphics)

Марсел е убеден, че социалната отговорност е новото продуктово предимство.

В съвременния глобален свят компаниите разполагат с все повече средства и възможности, сравними дори с тези на цели държави. Частните компании често се заемат с неспецифична дейност, която е полезна за обществото и традиционно се свързва с ролята на държавата и неправителствените организации. Тази тактика създава неповторимо конкурентно предимство и прави разликата между великите и посредствените продукти и услуги.

Какво ще даде семинарът на участника?

Участниците в уъркшопа ще могат да правят разлика между безмислени разходи за благотворителност и инвестиция в полза на обществото с положителен ефект върху продажбите. Също така, ще разберат как да прилагат наученото при разработване на нови продукти и услуги, както и при тяхната комуникация.

За кого ще е полезен семинарът? За хора, които се занимават с маркетинг и са водени от амбицията да създават велики марки.

Училище за Добри Практики

Реклама, PR, Маркетинг

Програма Пролет 2017

Как рекламните методи и начин на мислене могат да променят подхода ни към бизнеса

6

28.6.2017, 19:15 – 20:00



Бизнес с кауза – защо има значение? Защо социално отговорните каузи могат и трябва да са значим елемент на успешната стратегията на компанията и нейните марки.

Лектор: Мирослава Симова (Управляващ директор на Pernod Ricard Bulgaria, глобален лидер в производството на премиум спиртни напитки и вина)

Мирослава е убедена, че грижата за потребителите и средата, в която всички ние живеем и работим, трябва да бъдат неизменна част от политиката на всеки успешен бизнес.

Какво ще даде семинарът на участника?

Разбирането за различните начини и подходи, чрез които компанията може да развива устойчиви практики за грижа към потребителите и подобряване на средата, не като откъслечни CSR и комуникационни кампании, а като основна част от печелившата стратегията за управление.

За кого ще е полезен семинарът?

За всички хора, които искат да допринасят за подобряване на средата и да развиват политики на отговорност и устойчивост като част от ДНК на компанията и/или бранда си.

Училище за Добри Практики

Реклама, PR, Маркетинг

Програма Пролет 2017

Как рекламните методи и начин на мислене могат да променят подхода ни към бизнеса

7

**29.6.2017, 18:15 – 19:00****PR is Future Simple –
публичен разговор в бъдеще
време**

Лектор: Калина Петрова (Съосновател и управител на PR студио 8PM)

Калина се вълнува от начина, по който хората общуват, подменяйки категориите добро с лошо, но и обратното – лошо с добро.

Разговорът Future Simple въвежда в смисъла да изразяваме публично своите идеи, принципи и емоции днес, когато едновременно никой и всички се интересуват от тях. Какви са целите на публичния разговор? Как да се подготвим за него и кои са важните реквизити на успешния PR специалист?

Какво ще даде семинарът на участника?

Способност да различава валентностите на публичното общуване, да разпознава повече от една гледна точка към комуникационната ситуация и да създава лични критерии за професионален успех.

За кого ще е полезен семинарът?

За тези, които обичат да говорят на глас.

Училище за Добри Практики

Реклама, PR, Маркетинг

Програма Пролет 2017

Как рекламните методи и начин на мислене могат да променят подхода ни към бизнеса

8

29.6.2017, 19:15 – 20:00



От Story telling към Story doing. Как от главен герой марките се превръщат в сценарист и режисьор на днешното време.

Лектор: Гергана Иванова (Управляващ партньор и съосновател на агенция The Smarts)

Вече 20 години участва в разказването на истории в рекламата и е твърдо убедена, че само разказването не е достатъчно – трябва да се създават истории, които вълнуват всички.

Днес не сме в ерата на информацията, отвъд нея сме. Всеки от нас измисля, пише, рисува, снима, споделя, твори. Когато ние, потребителите, сме активни участници и творци, марките вече не се съревновават помежду си за нашето внимание. Те се състезават със самите нас. Затова вече не е достатъчно да ни показват своите истории. Сега те трябва да създават истории, да ни ангажират, да ни провокират ние самите да станем част от тяхната история.

Какво ще даде семинарът на участника? Участващите в уъркшопа ще могат да разберат как една марка може да стигне следващото ниво чрез вълнуващите истории, които да режисира. Как да прилагат тази стратегия при позициониране и репозициониране на продукти и услуги, както и при тяхната комуникация.

За кого ще е полезен семинарът?

За хора, които се занимават с маркетинг и се вълнуват от това как да добавят допълнителна стойност към марката си.

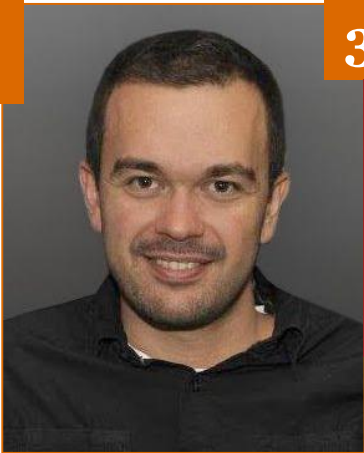
Училище за Добри Практики

Реклама, PR, Маркетинг

Програма Пролет 2017

Как рекламните методи и начин на мислене могат да променят подхода ни към бизнеса

9

**30.6.2017, 18:15 – 19:00****Reinventing The Data Driven Business Strategy: Бизнесът ви е данни и machine learning дебне отвсякъде**

Лектор: Калин Колевски (Генерален директор на БГ-Мамма)
Калин се чуди след колко време на негово място ще назначат алгоритъм.

Всеки бизнес разполага с уникални данни за клиентите си и как те ползват продукта или услугата. Тези данни са ценен актив за компанията – от тях могат да бъдат изведени аргументи за важните решения за развитието на бизнеса и комуникационната стратегия.

Какво е данни и как работим с тях? Как данните и напредъка в machine learning променят всички индустрии? Как да ползваме уникалните за всеки бизнес данни за взимане на бизнес решения?

Какво ще даде семинарът на участника?

През конкретни примери ще видим как данните и работата с тях вече могат да бъдат не в периферията на бизнеса (IT), а в центъра на стратегията - от продуктово развитие до комуникацията.

За кого ще е полезен семинарът?

Изпълнителни директори, членове на мениджмънт борда, специалисти в отдели “Business & Product Development” и “Marketing & Research”

Училище за Добри Практики

Реклама, PR, Маркетинг

Програма Пролет 2017

Как рекламните методи и начин на мислене могат да променят подхода ни към бизнеса

10



30.6.2017, 19:15 – 20:00

Позиционирай това! Правила и принципи на продуктовото позициониране

Лектор: Христо Хаджитанев (Творчески продуцент и консултант по медийно програмиране)

Христо разсъждава накъде ни води историята между продукта и медиата, започнала с един обикновен сапун.

Инвестициите в продуктовото позициониране (ПП) растат не само заради кризата на конвенционалния рекламен спот, но и заради широката гама от възможности за комукация и индентификация на бранда, които предлага. Служейки си с примери от киното и телевизията и данни от изследвания, ще изведем основните принципи и модели на ефективното ПП в различните видове медии. Ще обърнем внимание и на възможните рискове при реализация на ПП кампании.

Какво ще даде семинарът на участника? Идея за значението на ПП като рекламна стратегия с все по-мощно приложение. Познание за моделите, по които реализира ПП в медиите, и принципите, на които се основават. Основни критерии за оценка и превентиране на риска при кампании с ПП. Познание за възможностите, които българският медиен пазар предлага.

За кого ще е полезен семинарът? За начинаещи, тъй като ще опознаят темата отблизо. За професионалисти, тъй като ще им представи полезна информация, насоки и идеи.