

▶ Второй Украинский форум маркетинг-директоров

- + эсперанто маркетинга – камасутра Рекламного агентства, СМО и СЕО +bonus! – эффективные аналитические креативные технологии.

“Директор по маркетингу на стороне клиента, рекламное агентство, владелец бизнеса (клиент) говорят на разных языках. Бриф воспринимается по-разному, стандартное описание задачи в виде наша ЦА – ... не дает представления о сути. Даже внутри агентства существуют проблемы коммуникации и конфликт интересов отдела эккаунтов и творческого отдела. В брендинге, как и в рекламе в целом отсутствует четкий фундамент, стержень. Подрядчики воспринимают задачу по-своему, посему нередко видим что сайт бренда в одном ключе, упаковка в другом, а слоган и логотип – вообще не соответствует инструментам коммуникации. Именно аналитическим подходам, четким алгоритмам достижения цели и посвящен данный доклад” – Виктор Коновалов

▶ Key message

- + Ключ всех проблем и отсутствие эффективности рекламной коммуникации – в отсутствии единого универсального языка Директора по маркетингу, Генерального директора и Рекламного агентства. Аналитические креативные технологии и алгоритмы – решение проблемы

► The Problem

- + Отсутствие в большинстве случаев идеально четкой постановки задачи
- + Влияние субъективного мнения заказчика
- + Сложно-прогнозируемое время создания бренда / креативной разработки
- + Отсутствие четких критериев эффективности созданного бренда / коммуникации
- + Отсутствие четких методов управления творческим процессом
- + Работа подрядчика без бренд-формулы – это... Средний палец – как в ... небо пальцем... ну вы сами знаете ...

▶ Вселенское зло либо 5 причин убить директора по маркетингу

- + Неэффективность исследований и фокус-группы – представьте Вас пригласили сняться в порно-фильме. Естественность ощущений? Объективность?
- + Возраст + доход VS полезность для ЦА + язык ЦА
- + Отсутствие гибкости. Ваш продукт купил кто-то, кто выпадает из первоначального описания ЦА? Заставляете вернуть на прилавок? Так его!
- + Калейдоскопический идиотизм. Собрать паззл в сознании – удел самоучек. MBA – страшное слово для HR

▶ Рекламное агентство vs СМО

- + Взаимоотношения Рекламного агентства и Маркетинг-директора на стороне клиента = поза 110 – “Собачки сцепились” (красивая иллюстрация увы не прошла цензуру)
- + История из личного опыта
- + Аналитические подходы – сэкономят вам нервы и пролитую кровь сражений. Я научу вас правилам игры.

▶ Директор по маркетингу VS CEO

- + История о том, как размещать рекламу бесплатно – кейс сигар Davidoff из личного опыта
- + Аналитические подходы или ответственность и еще раз ответственность... не на вас
- + Проблемы и пути их решения

▶ Генеральный директор VS все остальные

- + Взаимоотношения Гендиректора и Маркетинг-директора = поза камасутры №102 – “Осторожные ежики”
- + История о том, как...
- + Как сказал один из наших клиентов, «до таких низостей, как целевая аудитория, мы опускаться не будем!»
- + Ваш продукт – гнусное недоразумение. Как остаться в живых. Краткий курс бойца

▶ Benefits of solving the problem

- + Аналитические подходы – Универсальная технология
- + Методика, предлагающая больше заказчику
- + Оптимизация процессов
- + Сокращение штата / времени
- + Сужение поля творческих поисков
- + Максимальная эффективность коммуникации

▶ Аналитические подходы – залог эффективности. Четкий алгоритм действий:



▶ Четырехмерный бриф

Полезность продукта/услуги для ЦА

Константы / рамки

Территория жизни бренда

Язык ЦА

Ресурсность

За счет чего элементы коммуникации будут ассоциироваться с брендом

Идеальный современный бренд

Динамика

Каким образом бренд/коммуникация может видоизменяться при сохранении узнаваемости и целостности

Бонус

Дополнительный ресурс, который может предоставить бренд / коммуникация

▶ Аналитические методы обработки задачи

- + Зри в корень
- + Зри в корень
- + Зри в корень

► Тэги́рование – аналитические методы, способные привести Ваш рассудок в соответствие с реальностью

- + Расчленяй
- + Дели
- + Отсекай
- + Пользуй

▶ Дискретный анализ и теория графов – страшные слова, которые которые сэкономят вам 100 тысяч

- + Проверка на корреляцию
- + Ранжирование связей
- + Отсечение неустойчивых мостов
- + Выделение зон успеха
- + Экстаз разума

▶ Матричный метод – креативные аналитические технологии

- + За пределы сознания
- + Структурность
- + Брутальный перебор
- + Картинки на салфетке

▶ Reinforce Key Message

- + Решение – существует
- + Шаг влево – шаг вправо – расстрел
- + Все проще, чем Вам снилось

► Conclude and close

- + Аналитические подходы увеличивают время жизни директора по маркетингу. Или как минимум срок службы
- + Экономия бюджета – приятная мелочь
- + Ваше секретное оружие в борьбе с полчищами имбициллов