



ВИСТАВА-ТРЕНІНГ «КОРОВИ НЕ ВИННІ».

ТЕМА:

Реклама.

МЕТА:

Формування основ сутнісного розуміння реклами, як важливої складової процесу самореалізації.

МАЙСТЕР:

Сергій Трухімович, студія творчих ініціатив CRESPO, автор практичного посібника «Реклама. Конспекти копірайтера».

КОНЦЕПЦІЯ:

Основні принципи реклами – фундамент майбутніх знань про рекламу, а у цьому фундаменті є наріжні камені – певні поняття, що дають змогу зрозуміти сутність реклами як такої. Власне на них і ставиться акцент під час тренінгу.

В цілому пропонується перспективний, підприємливий та конструктивний погляд на рекламу — вільний від негативних стереотипів про неї. Погляд практика, котрий щодня займається створенням рекламних повідомлень.

ФОРМАТ:

«Театр одного копірайтера». відзначається надзвичайною емоційною насиченістю – це досягається за рахунок активного залучення учасників в процес і через використання тематичних історій (сторітеллінг). Інформація засвоюється легко, доступно, невимушено.

АУДИТОРІЯ:

Люди, які розуміють, що сьогодні мало бути унікальним — слід вміти себе цікаво представити.

Перш за все тренінг для тих, хто тільки розпочинає знайомство з рекламою (студенти вишів, початкуючі рекламисти та бізнесмени), але також корисний і для тих, хто має початкову базу знань і прагне її систематизувати.

УЧАСНИКИ отримують:

1. Методологічні знання про сутність реклами, що відповідають на питання «ЯК? І ЧОМУ?». Це дає змогу ефективніше оперувати фактами, котрі відповідають на питання «ЩО? ДЕ? КОЛИ?».
2. Засади системного, логічного і послідовного підходу до самореклами і реклами.
3. Розуміння місця і ролі реклами / самореклами у бізнесі та особистому житті.

СТРУКТУРА: (тривалість 120-150 хв. + 20-30 хв. перерва):

Акт перший

1. Реклама рулить нашим бізнесом і нашим життям незалежно від нашого бажання.
2. Практичний інструмент «Дерево реклами» – покрокова реалізація рекламних проектів. Перші ключові питання рекламної діяльності «ХТО МИ?» і «ХТО ВОНИ?».
3. Бліц-аналіз рекламного проекту. Рольова гра. «Продаємо корову «криво».

Антракт. Акт другий

1. Бліц-аналіз рекламного проекту. Рольова гра. «Продаємо корову «рівно».
2. Реклама як інструмент управління цільовою аудиторією. Схема управління.
3. Золота зірка бізнесу. Місце реклами в корпоративній структурі зовнішньої комунікації бізнесу.
4. Реклама і PR. П'ять ключових відмінностей.

РОЗДАТКОВІ МАТЕРІАЛИ:

Подаються в електронному вигляді (або в друкованому за бажанням організаторів).



ІНТЕРАКТИВНА ВИСТАВА-ТРЕНІНГ
«Корови не винні»