



---

Интенсивный тренинг «Дизайн и бизнес» 10 апреля, 2014 г. в Британской высшей школе дизайна (Москва)

## ПРОГРАММА ТРЕНИНГА

**10:00 — 10:30** Регистрация участников и утренний кофе

**10:30 — 12:00** Как создать работающий и вдохновляющий бриф, а не шаблонный список пожеланий для креативщиков

*Эдриан Голдторп (Adrian Goldthorpe), Lothar Böhm Associates*



Эта презентация поможет понять, какие ошибки мы наиболее часто допускаем и неизбежно повторяем при составлении брифа, превращая его таким образом в шаблонный малополезный документ, который никто не читает. На реальных кейсах Эдриан Голдторп покажет, чем отличается базовый бриф (Basic brief) от по-настоящему вдохновляющего брифа, дающего правильную установку (Magic brief). Вы узнаете, как правильно «дистиллировать квинтэссенцию» своего нового концепта так, чтобы в нем была идея и искра, а не просто список пожеланий для креативщиков, будь то для агентства-подрядчика или для внутреннего креативного отдела компании.

**12:00 — 12:30** Кофе-брейк и нетворкинг

**12:30 — 14:00** Как конвертировать креатив в деньги

*Джонатан Форд (Jonathan Ford), Pearlfisher*



Сначала была Идея. Затем появился Дизайн как визуальное философское воплощение этой идеи. Именно в такой последовательности создается по-настоящему успешный бренд — со смыслом и ценностью, а также с высокими финансовыми показателями. Презентация об эффективности, стоимости и ценности дизайна будет проиллюстрирована кейсами Green & Black's (английского этического бренда органического шоколада, который входит в портфолио Mondelez International) и Absolut Vodka.

**14:00 — 14:45** Обед и свободное время

**14:45 — 16:00** Исследуем дизайн по-другому: новые методологии

*Стьюарт Чанман (Stuart Chapman), The Big Picture*



Эта сессия будет особенно полезна бренд-менеджерам, которые безоговорочно верят в эффективность фокус-групп как единственного возможного способа протестировать эффективность дизайна упаковки. Также эта презентация и воркшоп будут полезны агентствам, которые всегда хотят гарантировать коммерческий успех нового дизайна, не споря о вкусах с бренд-менеджером. Качественные дизайн-исследования «по-другому»: методология, техники, успешные кейсы брендов Jameson, Ballantine's, Peroni Nastro Azurro, Chivas, Kenco и Ribena.

**16:00 — 17:00** Заключительная часть, нетворкинг