



practicum
by POPSOP

Практикум Popsop 10 апреля: «Эффективность дизайна и конвертация творческого мышления в прибыль»

10 февраля, Москва — Редакция журнала Popsop запускает новый образовательный проект — Practicum by Popsop (<http://popsop.ru/practicum>). На первом мероприятии, которое пройдет 10 апреля в здании Британской Высшей Школы Дизайна, эксперты компаний Pearlfisher, Lothar Bohm Associates и The Big Picture проведут три интенсивных тренинга в один день. Тема первого практикума — эффективность дизайна и конвертация творческого мышления в прибыль.

Интерактивный формат

Практикумы Popsop — это серия интенсивных однодневных тренингов для российской профессиональной аудитории, работающей в маркетинге, дизайне и рекламе: менеджеров компаний и сотрудников агентств. Наша цель — создать в Москве независимую площадку для обмена опытом лучших приглашенных западных специалистов с российскими — как со стороны компаний-клиентов, так и агентств — в сфере дизайна, брендинга, стратегического планирования и управления креативными проектами как в глобальных корпорациях, так и в стартапах.

Каждый спикер-лектор выступит с презентацией, ответит на вопросы аудитории в рамках тематической дискуссии и проведет 30-минутный практический модуль-воркшоп.

Целевая аудитория

- менеджер по маркетингу
- бренд-менеджер
- категорийный или продакт-менеджер
- арт-директор
- директор по стратегии и планированию
- дизайн-менеджер
- графический дизайнер.

Практическая ценность

Наши спикеры — это исключительно западные бизнесмены-практики, представители дизайн- и диджитал-агентств, рекламных студий и исследовательских компаний, чьи профессиональные решения принесли солидные финансовые результаты бизнесам их клиентов. Все эксперты имеют опыт работы с российскими брендами и обладают четким пониманием специфики локального рынка.

Мы не приглашаем на наш тренинг экспертов-теоретиков со степенью MBA, авторов учебников по маркетингу 35-летней давности, эпатажных «звезд» отечественного рынка. Вы не услышите прописных истин и пустозвонства — мы ценим Ваше время и деньги.

Все три тренинга длительностью 1,5 часа включают интерактивные воркшопы, в рамках которых можно попрактиковать в группах полученные знания на реальных сценариях.

Программа

10:00 — Регистрация участников и утренний кофе

10:30 - 12:00 — **«Как создать работающий и вдохновляющий бриф,**

а не шаблонный список пожеланий для креативщиков»

Эдриан Голдторп, 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 брендов компании Reckitt Benckiser 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, нетворкинг

12.30 - 14.00 — «Как конвертировать креатив в деньги»

Джонатан Форд, 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 брендов Mondelez International) и Absolut Vodka.

14.00 - 14.45 — Ланч, нетворкинг

14.45 - 16.00 — «Исследуем дизайн по-другому: новые методологии»

Стюарт Чапман, 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 Azzurro, Chivas, Kenco и Ribena.

16.00 -17.00 — коктейли, нетворкинг

Биография спикеров

1) Эдриан Голдторп (Adrian Goldthorpe),
Управляющий Директор лондонского офиса
Lothar Böhme Associates (<http://www.lba-branding.com>)

Эдриан Голдторп пришел в LBA в 2011 году, перейдя из лондонского офиса FutureBrand, где он более 8 лет проработал на позиции Директора по стратегии и инновациям в европейском регионе, отвечая за развитие глобальных потребительских брендов. Среди его наиболее масштабных проектов: разработка стратегии слияния Anheuser Busch и InBev в AB Inbev, работа с портфолио брендов Brahma, Beck's, Leffe and Stella Artois; ребрендинг и репозиционирования брендов Unilever (Skip, Omo и Via); разработка стратегии для кондитерских брендов Cadbury/Kraft/Mondelez (Hall's, Trident, Chiclets, Dentyne, Cadbury Roses, Mini Eggs, Crème Egg, and Dairy Milk); разработка позиционирования и архитектуры брендов Nestlé (Nesquik, Nescafe and Nestlé Purina Friskies, Felix and Pro-Care). В России работал над проектами для таких брендов, как «Русский Стандарт Водка», «Мегафон», «Клинское», «Старый Мельник», «Коркунов», Faberlic, P&G, Unilever.

Эдриан разрабатывает и проводит внутренние тренинги для ключевых клиентов, таких как Brown-Forman, Nestle, Mondelez и Reckitt Benckiser.

Является постоянным приглашенным лектором в университетах London Business School и SciencesPo Paris, а также в профессиональной британской организации D&AD (Design & Art Directors Association). Имеет степень магистра по «Стратегическому маркетингу» и степень бакалавра с отличием по «Деловому администрированию».

2) Джонатан Форд (Jonathan Ford), со-основатель и креативный директор Pearlfisher (<http://www.pearlfisher.com>)

Джонатан известен в мировой креативной индустрии как один из наиболее вдохновляющих и дальновидных творческих бизнес-лидеров. Блестящий бизнесмен, создавший совместно с партнером одну из самых сильных и уважаемых дизайн-компаний в мире с офисами в Лондоне и Нью-Йорке, Джонатан Форд также филантроп, сторонник философии ответственного и разумного бизнеса (*sustainability*) и активный защитник окружающей среды. Является членом совета директоров британской некоммерческой экологической организации Haller Foundation.

В 2012 основал медийный проект Challengers and Icons — серию аудио-интервью с людьми, которые стоят за выдающимися, самыми любимыми и вызывающими восхищение брендами — как «культовыми», так и молодыми, т.н. *challenger brands*. Форд является постоянным ключевым спикером на конференциях, посвященных инновациям, PSFK в Лондоне и World Future Trends Summit в Нью-Йорке. С 2009 по 2013 был директором британской отраслевой организации DBA (Design Business Association), объединяющей и всесторонне развивающей дизайн-сообщество Великобритании.

Агентство Pearlfisher неоднократно награждалось на престижных креативных конкурсах, таких как DBA Design Effectiveness Award, Cannes Lions, FAB Awards и других за работы для таких брендов, как Absolut Vodka, Cadbury, Jamie Oliver, Starbucks. Помимо работы с крупными всемирно известными брендами, Pearlfisher гордится не менее сложной и успешной работой со стартапами, в том числе этическими брендами-новичками, для которых был создан дизайн и брендинг с нуля: Innocent Drinks, Froosh, The Food Doctor, Tria, Raw, Bottega и

другие.

3) Стюарт Чапман (Stuart Chapman),
замдиректора в The Big Picture (<http://bigpicture.co.uk>)

The Big Picture — это в своем роде уникальное исследовательское агентство, которое вот уже более 20 лет проводит качественные исследования исключительно в сфере дизайна. Компания имеет глобальный охват и работает в том числе с российскими клиентами, оставаясь независимой, маленькой и гибкой организацией с офисами в Лондоне и Нью-Йорке. The Big Picture специализируется на исследованиях дизайна в сегменте FMCG, алкогольной и фармацевтической отрасли, и много лет сотрудничает с GlaxoSmithKline, Unilever, AkzoNobel, Pernod Ricard/Chivas Brothers, SABMiller, Bacardi Limited.

Стюарт, архитектор по образованию, пришел в The Big Picture в 2009 году и посвятил себя важной и труднопереводимой дословно на русский язык сфере *customer insight* со специализацией в алкогольных и безалкогольных напитках (Jameson, Ballantine's, Peroni Nastro Azzurro, Chivas, Kenco, Tango, Ribena), а также лекарственных препаратах и продуктах питания.

Информационные партнеры

БВШД, АКАР, DBA

Регистрация на практикум: <http://popsop.ru/practicum>

Контакты

+7 495 725 37 57

+7 926 751 11 20

media@popsop.com

Екатерина Белан,

Редактор Popsop и координатор проекта Practicum.