



PLANNINGDIGITAL

BROTHERATHOME

-SOS LO QUE HACES-



¿Quiénes somos?

B R O T H E R

La Escuela de Creativos
más premiada del mundo.

La mejor Escuela de Creativos de
la Argentina por 8vo. año consecutivo
según el Círculo de Creativos Argentinos.

Una de las únicas 3 escuelas del mundo
en ganar un Clío, Sol de Oro en Bilbao y Oro
en los premios Inspirational IAB Spain 2014.

La Escuela con más sedes en el mundo.

Más de 20.000 alumnos egresados.

Más de 15.000 alumnos trabajando
en la actualidad en agencias.

Más de 40 leones de Cannes
ganados por ex-alumnos.

B.



***LO MÁS EMOCIONANTE
DE LA ERA DIGITAL ES QUE
CERRÓ LA BRECHA ENTRE
SOÑAR Y HACER***





EL TRABAJO MENTAL CADA VEZ SERÁ MÁS VALORADO.

Estamos entrando a la llamada era de la “Desocupación informática” en donde la tecnología y sus robots cada vez ganan más terreno y se apoderan de fuentes de trabajo humanas.

Hoy en día ya hay máquinas que realizan cirugías prescindiendo de médicos o computadoras que filman un programa de TV sin la necesidad de contar con camarógrafos.

Es por eso que los creativos tenemos el futuro asegurado, ningún robot podrá hacer nuestro trabajo porque no pueden pensar y mucho menos entender lo que moviliza a las personas.

En un mundo con tanta información la creatividad cada vez es más indispensable porque ayuda a “separar” entre tantos estímulos.

¿Qué es lo que genera la creatividad?

Más que nada la presencia de otra gente creativa. La idea de que la creatividad es algo relacionado con grandes genios es falsa. La realidad es que la creatividad es un proceso social: nuestros más grandes avances vienen de la gente de la que aprendemos, de la gente con la que competimos y de la gente con la que colaboramos.

Brother es un espacio multicultural donde gente de todo el mundo se junta a intercambiar ideas enriqueciendo el proceso creativo.

Las mentes creativas necesitan libertad para innovar y la escuela es el lugar ideal para eso.

B.



PROPUESTA

Teorías, casos inspiradores, herramientas para accionar y manos a la acción para diseñar estratégicamente una marca en el mundo y cultura digital.

¿Cómo hacer que una marca tenga una identidad digital relevante y consistente?, ¿cómo abordar las novedades de internet estratégicamente?, ¿Cómo diseñar el contenido de la marca en el ecosistema digital? ¿Cómo generar nuevos clientes sin descuidar a los actuales? ¿Qué contenido desarrollar en cada red social? ¿Cómo llegar a las personas correctas, en el momento y lugar correctos? ¿Cómo integrar la comunicación digital con la offline? ¿Cómo interactuar con nuestro target?

A lo largo de este curso abordaremos y pondremos en práctica los conceptos y herramientas clave para desarrollar una marca en el mundo digital de manera estratégica.





PROGRAMA

1. Introducción a un nuevo mindset de negocio

La era de la transformación digital, los nuevos valores y códigos de época. Sus posibles riesgos.

2. Más allá de las marcas

Macro-tendencias. La digitalización de la vida. Hacia una nueva concepción del ser humano (transhumanismo, trans-especies), nuevas economías: colaborativa, de las experiencias, etc. Implicancias para los negocios y las marcas: service todo, experience todo, valor en todo, eficiencia de los recursos (sustentabilidad) en todo.

3. Las marcas en el mundo digital

Definiciones estratégicas de marca generales y cómo se aplican en el mundo digital (territorio, posicionamiento, personalidad de la marca) y media planning (medios/plata formas/canales/formatos).

4. Entender y diagnosticar

- A. Analizar la marca, contexto cultural, competencia, personas. Diagnosticar.
- B. Fuentes y procesos de investigación: big data, small data digital (netnografía), digital desk. Estrategia de data.





PROGRAMA

4. Camino estratégico y abordajes

- A. Abordajes para marcas modernas. Rol de la marca digital y rol de digital para la marca. La marca como experiencia.
- B. Branding digital: Lineamientos de marca en digital. Estrategia de gestión de crisis. Tono, estilo, pilares de conversación y acción.
- C. Definición y diseño del ecosistema digital más allá de la web, la tienda y las redes. Marcas conectadas (wearable, iot, ia, vr)
- D. Storytelling digital, narrativa transmedia. Kpis, roi y objetivos. On live vs campañas tácticas.

5. Sin acción no hay estrategia, planear y ejecutar

Comms planning: barreras, tareas, segmentación, mensajes claves y touchpoints.

6. Mediciones de marca en digital

Métricas de análisis de marcas: awareness, brand lift, etc. Medir antes, durante, después. Validar vs explorar vs testear.

7. Detección de tendencias en el mundo digital

Cómo detectar nuevas tendencias/ fads y qué hacer con ellas. Cuando el mundo digital no nos dice todo sobre el mundo digital.

8. Cómo innovar hoy

Diseño de futuros, diseño especulativo.





AYELEN

Ayelén trabaja con marcas desde hace 10 años. Desde los primeros momentos percibía la importancia de lo digital, y ahora siente que hay una gran oportunidad de potenciar la experiencia marcaria gracias a la tecnología.

Trabajó como cuentas y estratega en varias agencias como Edelman, Global Mind, Ogilvy, Wunderman y ahora en DON. Para marcas como Movistar, Banco Galicia, ICBC, Unicenter, Arcor, Toyota y Coca Cola, entre otras. También lideró, junto con Sol, el diseño y coordinación del Training Network de APG (Account Planning Group) durante 2018.

Hoy cree en las marcas como objetos culturales que deberían evolucionar con nosotros o incluso ayudarnos a evolucionar.

SOL

Soy Sol, argentina viviendo en Barcelona hace algunos meses. en Brother soy una de las sisters-at-home, y ahora también profe del curso de planning digital. trabajo hace más de 8 años diseñando estrategias para resolver problemas de negocio y marca de empresas en latinoamerica mayormente, mercados desafiantes por el dinamismo y lo caotico. he trabajado en agencias y consultoras para marcas como Movistar, Tuenti, Farmacity, Tarjeta Cencosud, head&shoulders, Ariel, Danone, Coca-Cola, Unilever, entre muchas otras. Como profesional soy muy inquieta y curiosa... por eso siempre estoy aprendiendo de manera autodidacta algo nuevo, leyendo y profundizando sobre algun tema, investigando y abriendo muchas pestañas mentales nuevas. eso hizo que aunque siempre haya trabajado como estratega, haya sumado nuevas habilidades para el desarrollo de soluciones estratégicas diversas extrapolando conocimientos de distintas disciplinas... branding, comunicación, rediseño de experiencias, relacionamiento, entre otras.





LLEGA A
DONDE QUIERAS,
ESTUDIANDO
DONDE QUIERAS.





VÍA MAIL A :
athome@brotherad.com

