Рефлексивный маркетинг: новая операционная система для бизнеса в эпоху недоверия

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 16.12.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Введение и Шеринг

- Приветствие. Обозначение целей
- Интерактив «Парадокс профессионала»: Обсуждение страхов и проблем участников (меня не слышат, мне не доверяют, я не понимаю клиента)

Блок 1: Диагноз и Антидот

- Теория:Почему старые правила (монолог, крик в пустоте) больше не работают? Кризис доверия и экономика внимания
- Ключевая идея:Рефлексия — это не просто фидбэк, а новая валюта. Рефлексия как «неискусственный интеллект» вашего бизнеса

Блок 2: Кибернетика и «Петля вовлечения»

- Теория:Бизнес как живой организм, а не машина. Смерть

монолога и рождение диалога
- Модель:Разбор «Петли первого порядка» (Как продавать лучше?) vs «Петли второго порядка» (Правильный ли продукт мы делаем?)

Практикум: «Диагностика бизнеса. Выявление слепых зон»

Инструменты. Запуск цифрового эха

Блок 3: Контент и Социальные сети как диалог

- Теория:«Лестница рефлексии» в контенте (от крючка до причастности)
- Инструменты:Как задавать открытые вопросы, использовать интерактив (опросы, квизы) и работать с UGC
- Кейс:Разбор поста-«мостика» и поста-«ценности» из практики автора

Блок 4: Личный бренд и инфлюенсеры

- Теория:Почему персона вызывает больше доверия, чем логотип. Три составляющие: Роль, История, Стиль
- Стратегия:Как стать не «говорящей головой», а «ведущим диалога». Риски и эмоциональная цена персоны

Практикум: «Рефлексивный контент-план. Лестница рефлексии: Крючок, Мостик, Ценность, Причастность (работа в группах)»

Интеграция. Материализация диалога в офлайне

Блок 5: Офлайн как продолжение цифры

- Теория:Принцип «Цифрового следа». Три уровня интеграции: Нарративный, Функциональный, Эмоциональный
- Инструмент:«Карта рефлексионных точек контакта»

Moscow Business School

Блок 6: «Места притяжения» и сенсорный маркетинг

- Теория:4 принципа проектирования пространства (многослойность, интерактивность, аутентичность, фотогеничность)
- Кейс:Разбор опыта «ТехноВелес» (экскурсии, прозрачность) и «Экотропы» (интерактивные элементы, сувениры)
- Концепция:Тактильный и сенсорный маркетинг (5 чувств). Упаковка, которую хочется показывать

Блок 7: Сарафанное радио 2.0 и работа с негативом

- Теория:Как создавать «истории для передачи» и «социальную валюту»
- Алгоритм:Работа с негативной рефлексией по схеме «Осмотр – Диагноз – Лечение». Как превратить хейтера в адвоката.

Кейсы, данные и проектирование

Блок 8: Data-маркетинг и Информационный капитал

- Теория:Переход от «метрик тщеславия» к «метрикам рефлексии» (ER, NPS, Sentiment, UGC Rate, время на сайте)
- Раздатка:Обзор ключевых метрик по каналам (сводная таблица из книги)
- Этика:152-ФЗ и доверие как основа сбора данных

Блок 9: Разбор кейсов

- Анализ:Сравнительный разбор стратегий КФХ «ТехноВелес» и «Экотропы Тропа Медоносных Пчел»
- Вывод:Универсальная формула успеха (Сильное ядро + Цифровой диалог + Офлайн-опыт = Сообщество)

Moscow Business School

Блок 10: 7 универсальных уроков для стартапов

Финал. Проектирование своего следующего шага

Практикум: «Петля вовлечения: ядро, сигнал, рефлексия, адаптация (работа в группах)»

Рефлексия и шеринг участников. Инсайт дня

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Moscow Business School

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий

по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение