

Моделирование интерактивного медиа-дашборда

Ожидаемые сроки исполнения: 1 семестр (15.09.2022 - 20.12.2022)

Контекст

В какой области решаем проблему?

Цифровая трансформация управления репутацией

Проблема

Что за проблема: кто пытается достичь какую цель и что мешает?

Портала "Реклама и PR" хочет понять, как проводить в дальнейшем позиционирование, но не понимает, кто сейчас является целевой аудиторией и кто является потенциальной. Портал открыт к необычным предложениям.



Пользователи

Чья это проблема? Кто хочет что-то получить, но не может?

Заказчик и другие стейкхолдеры

Кто вовлечен (какие стейкхолдеры/целевые аудитории и их сегменты)?

ИЭФ (РУТ), ООО "НВ-модуль", Qevent

Данные

Какие есть (если есть) исходные данные для решения такой проблемы? Где их искать/собрать/парсить?

В открытых источниках с применением аналитических платформ



Рекомендуемые инструменты

Есть ли у заказчика предпочтения/рекомендации по инструментам/методам, которыми такие проблемы решают?

Similarweb, Brand Analytics

Анализ аналогов

Какой вам известен мировой опыт в решении такого рода проблем?

Предполагаемый тип решения

В каком направлении предлагаем участникам искать решения?



Предполагаемая ролевая структура команды

Состав ролей участников команды. Возможные направления подготовки участников

Лидер, аккаунт-менеджер, аналитик, дизайнер

Доступная экспертиза

Какими экспертами мы обеспечим решение этой задачи

Екатерина Шведова (Head of Marketing Department Ritter Sport)

Дополнительные материалы

Ссылки на дополнительные материалы или дополнительная информация, которая позволит более полно раскрыть суть проекта

Проект предназначен для направления "Реклама и связи с общественностью". С этой целью совместно с Brand Analytics произойдет запуск образовательного модуля. В данный момент преподаватели проходят обучение.

Возможный реализатор проекта

Какому институту/академии потенциально может быть интересен данный проект для реализации

ИЭФ

