

Техническое задание на проведение этап воркшопа в проект позиционирования бренд Hamkorbank

1. Информация о Заказчике

Название компании: АКБ “Hamkorbank”

Сфера деятельности: Финансы

Проект: Позиционирования бренда

Исполнитель: Агентство

Дата составления ТЗ: (указать)

2. Воркшопы

Второй этап проекта заключается в проведении воркшопа с участием руководителей правления банка, руководителей по обоим направлениям бизнеса - розничному и юридическому, руководителей активных филиалов в определенных регионах и руководителей правления департамента HR.

3. Цель воркшопа

Представить команде банка результаты этапа исследования и разработанные варианты гипотез позиционирования: “примерить” гипотезы на существующие и будущие продуктовые решения, варианты развития в коммуникациях. Определение принципов стратегии позиционирования по обоим направлениям бизнеса и HR.

4. Состав работ

- Провести стратегические примерно 4 сессии с участниками.
- Проанализировать существующее позиционирования и результаты исследования
- Разработать предварительную платформу бренда.
- Определение ключевых аспектов позиционирования бренда.
- Формирование единого понимания миссии, ценностей и УТП среди участников.
- Выявление инсайтов целевой аудитории и конкурентов.

5. Участники воркшопа

Воркшоп планируется провести между 4 основными группами из направления бизнес, розница и HR плюс члены правления. Рабочая группа должна быть организована и проведена отдельно для каждой группы. Определение, приглашение и сбор участников осуществляется маркетинговым сотрудником Hamkorbank. Полный список участников для каждой группы предоставляется в ходе планирования воркшопа.

6. Состав 4 группы

Бизнес - директор и заместители директора департамент МСБ + начальники отделениях в МСБ + начальники фронт офисах филиалов + главные специалисты по ключевым продуктам.

Розница - директор и заместители директора департамент розница + начальники отделениях розница + начальники розничные залы филиалов + главные специалисты по ключевым продуктам.

HR - директор и заместители директора департамент HR + начальники отделений команда HR + главные специалисты по отделениях HR

Правления - Председатель правления + все заместители председателя правления + Советник председателя правления + директоров все департаментах

7. Формат и методология

Мозговой штурм, фасилитационные методики.

SWOT-анализ, карты эмпатии, Value Proposition Canvas.

Работа в группах и коллективное обсуждение.

8. Ресурсы для воркшопа

Место и инструменты для воркшопа

Требуется проведение в отдельности с каждой группой в офлайн режиме в Андижане. Namkorbank имеет свой бизнес-центр в Андижане для организации таких деловых мероприятий, как воркшопы. Процесс бронирования и подготовки помещений для воркшопа будет осуществляться отделом маркетинга на основе планирования. Все необходимое инструменты и техническое обеспечения для проведения воркшопа предоставляется банком (заказчиком). Агентства предоставляют план по воркшопам : результаты исследований в презентациях, планы обсуждений, к чему мы должны прийти по результатам обсуждений.

Персонал

Модератор/фасилитатор воркшопа , технический специалист и координатор воркшопа - банк (заказчик) предоставит.

9. Ожидаемый результат от воркшопа

1. Четкое определение ключевых элементов позиционирования.
2. Готовый черновик платформы бренда.
3. Перечень дальнейших шагов по внедрению стратегии.
4. Разработанные прототипы сообщений и рекламных материалов.
5. Создать несколько концепции или макеты для новых продуктов по каждом направлениям.
6. Приготовления отчет в форме презентацию по каждом задачам воркшопа.

10. Формат предоставления результатов воркшопа

- Презентация с ключевыми выводами и рекомендациями.
- Отчет в текстовом формате с детальным описанием выводов и предложений.
- Видеозапись или аудиозапись воркшопа (при необходимости).
- Рабочие материалы (презентации, диаграммы, схемы, mind maps).
- План дальнейших действий по внедрению стратегии.

11. Тайминг

Проведение воркшопа: Май 2025 года.

Предоставление отчета: до 15 Июня 2025 года.