



Лена Лукина - креативный директор и совладелец агентства брендинга и рекламы LENIN, маркетолог, ведущий консультант Регионального центра развития предпринимательства Самарской области, эксперт в области продвижения, постоянный спикер конференций по маркетингу и рекламе.

Автор мастер-классов:

- Рекламная кампания при небольших бюджетах. Руководство к действию;
- Конкурентные войны: что делать когда другие хотят того же, что и ты
- Новый взгляд на старые медиа: как заставить привычное работать;
- Идея рекламной кампании: муки творчества или холодный расчет.

Тема мастер-класса:

### **«Габрилы малого бизнеса. Ошибки в маркетинге, которые можно не совершать»**

Благодаря Фонду развития предпринимательства Самарской области в прошлом году более 100 компаний получили бесплатную маркетинговую консультацию от нашего агентства. В ходе этого проекта, который кстати продолжился в этом году, я встретила с огромным количеством руководителей больших и небольших компаний. Мы вместе анализировали их бизнес, находили слабые места и планировали эффективные шаги для увлечения существующих оборотов. Оглядываясь назад и перебирая свои рекомендации по различным вопросам могу сказать главное: **большинство компании совершают одни и те же ошибки.** О них мы и поговорим.

#### **Особенности семинара:**

- Только местные примеры. Говорить о самарской реальности интересней, чем завидовать смекалке американских миллиардеров.
- Только практические решения. Каждая «ошибка» будет проиллюстрирована кейсами реальных компаний. Проблема и ее возможные решения. Ни грамма теории, только практика.
- Только для малого и среднего бизнеса. Часто бывает, что методы работы крупных брендов просто не применимы в малом бизнесе, тогда как все рекомендации из этого семинара вам применять можно и нужно.
- Только для тех, кто готов что-то менять. Мало просто послушать. Если вы увидите, что стоите на пороге «ошибки» важно иметь силы это исправить.

#### **К участию приглашаются:**

- Владельцы малого и среднего бизнеса;
- Руководители стартапов;
- Исполнительные директора и директора по развитию;
- Маркетологи, менеджеры по маркетингу и рекламе;
- А также все те, кто не хочет расплачиваться за ошибки, которые можно было не совершать

Общая продолжительность: 3 часа