



## ПРАКТИКА ПРОТИВ ТЕОРИИ

**Лена Лукина**, креативный директор агентства брендинга и рекламы LENIN бизнес-тренер компании «Harmony&Business», эксперт в области продвижения, постоянный спикер конференций по маркетингу и рекламе.

Автор мастер-классов:

- В поиске названия. Как построить процесс правильного нейминга?
- Рекламная кампания при небольших бюджетах. Руководство к действию
- Конкурентные войны: что делать когда другие хотят того же что и ты?
- Нестандартные каналы: находим, используем, считаем прибыль.
- Идея рекламной кампании: муки творчества или холодный расчет.

### **Мастер-класс «Рекламная кампания при небольших бюджетах. Руководство к действию».**

Оптимизация затрат. Сокращение рекламного бюджета. Вывод на рынок торговой марки производителя из сегмента малого бизнеса, что другими словами значит – денег на рекламу пока нет, а продавать надо. Эти слова способны до слез расстроить любого маркетолога. Рекламный бюджет по принципу «не то, что хочешь, а то, что можешь себе позвонить», становится главной отговоркой по поводу низкой эффективности кампании. Я же скажу по-другому: «мало денег не бывает, бывает отсутствие креативных идей и убийственное поклонение стандартным медианосителям».

Большая часть бюджета тратится не на создание яркой эффективной рекламной идеи, а на «пальбу по площадям» по принципу «если потребитель увидит наше название 100500 раз, то наверняка нас купит». Кроме того на вопрос зачем вам размещаться в наружной рекламе, ведь это достаточно дорогостоящий носитель, часто следует ответ – чтобы не отставать от конкурентов. Разве с таким подходом можно говорить об эффективности?

Чтобы сделать рекламную кампанию с внушительным бюджетом большого ума не надо. Я вам расскажу, как добиться таких же и выше результатов, при относительно низких затратах. Покажу это не только на известных примерах, но и на примерах из собственной практики.

### **Цели мастер-класса:**

- Разобраться, почему 90% современной рекламы не работает;
- Понять как не стать этими 90%;
- Выявить, на чем базируется рекламная идея;
- Понять, кто такие ЦА, и с чем к ним идти;
- Познакомиться со всеми креативными этапами создания рекламы;
- Понять, как управлять этим процессом;
- Запомнить, как не надо делать;
- Забыть про стандартные решения;
- Вооружиться современными технологиями;
- Перестать бояться;
- Заработать больше денег за счет отдачи от эффективной рекламной кампании.

### **К участию в мастер-классе приглашаются:**

- Владельцы малого бизнеса;
- Менеджеры по маркетингу и рекламе;
- А также все те, кому интересны процессы, методы и секреты создания интересной, а значит продающей рекламы.

Общая продолжительность 3,5 часа