

Пост-релиз открытой лекции «BTL как на ладони»

BTL — это реклама, подразумевающая прямой контакт с потребителем. Это акции в точках продаж, мотивационные программы для торгового персонала, имиджевые и корпоративные мероприятия, и даже директ-маркетинг.

Знать и понимать, как сделать свой BTL эффективным, должен каждый маркетолог и бизнесмен.

Зачем мне разбираться в BTL?

Всего одна причина, но она самая веская: BTL открывает для вашего бизнеса новые возможности для развития и увеличения продаж.

1-го октября в анти-кафе «Хорошая республика» прошла открытая лекция «BTL как на ладони», в рамках еженедельной программы лекций «Среда для маркетологов», организованной компанией Йа-маркетинг.

Основатель тренингового центра «INFOBTL» (первого образовательного проекта для BTL'щиков), генеральный директор «Умного Рекламного Агентства» – Анастасия Комарова – провела лекцию, в рамках которой были рассмотрены вопросы:

1. Что такое BTL? В чем отличия от ATL? В чем преимущества?
2. Инструментарий BTL-маркетинга: consumer и trade



“1 октября в анти-кафе “Хорошая республика” прошла открытая лекция “BTL как на ладони”, в рамках еженедельной программы лекций “Среда для маркетологов”, организованной компанией Йа-маркетинг”.

promotion, а также event и digital

3. Стратегия BTL на примере реальных кейсов

4. Секретные фишки от экспертов

5. Как увеличить эффективность и сократить затраты на BTL

6. Как посчитать эффективность проведенной акции

После выступления спикера, слушатели лекции смогли пообщаться между собой, обменяться впечатлениями от выступления, а также задать вопросы самой Анастасии.

На ответы слушателей у Анастасии ушло более двух часов. Каждый участник лекции хотел лично познакомиться и пообщаться с экспертом.

В бизнес-завтраке приняли участие представители многих рекламных агентств, а также маркетологов с «клиентской стороны». Были и региональные гости, в том числе представители Курска, Крыма и Ярославля.

Отдельное внимание завоевали представители Promobank, приехавшие чтобы познакомиться с Анастасией и обсудить возможности совместных проектов.

«Хорошая республика» гостеприимно напоила всех участников чаем и кофе, а также порадовала неизменно вкусными печеньками и прочими сладостями.

На столиках возле сцены участники бизнес-завтрака могли взять заинтересовавшую их статью из архива BTLmagazine. Участникам были предложены наиболее интересные статьи выступающего спикера и других авторов, из различных выпусков BTLmagazine от самого первого до последнего, вышедшего на момент мероприятия.



“В бизнес - завтраке приняли участие представители многих рекламных агентств, а также маркетологов с “клиентской стороны”. Были и региональные гости, в том числе представители Курска, Крыма и Ярославля”.