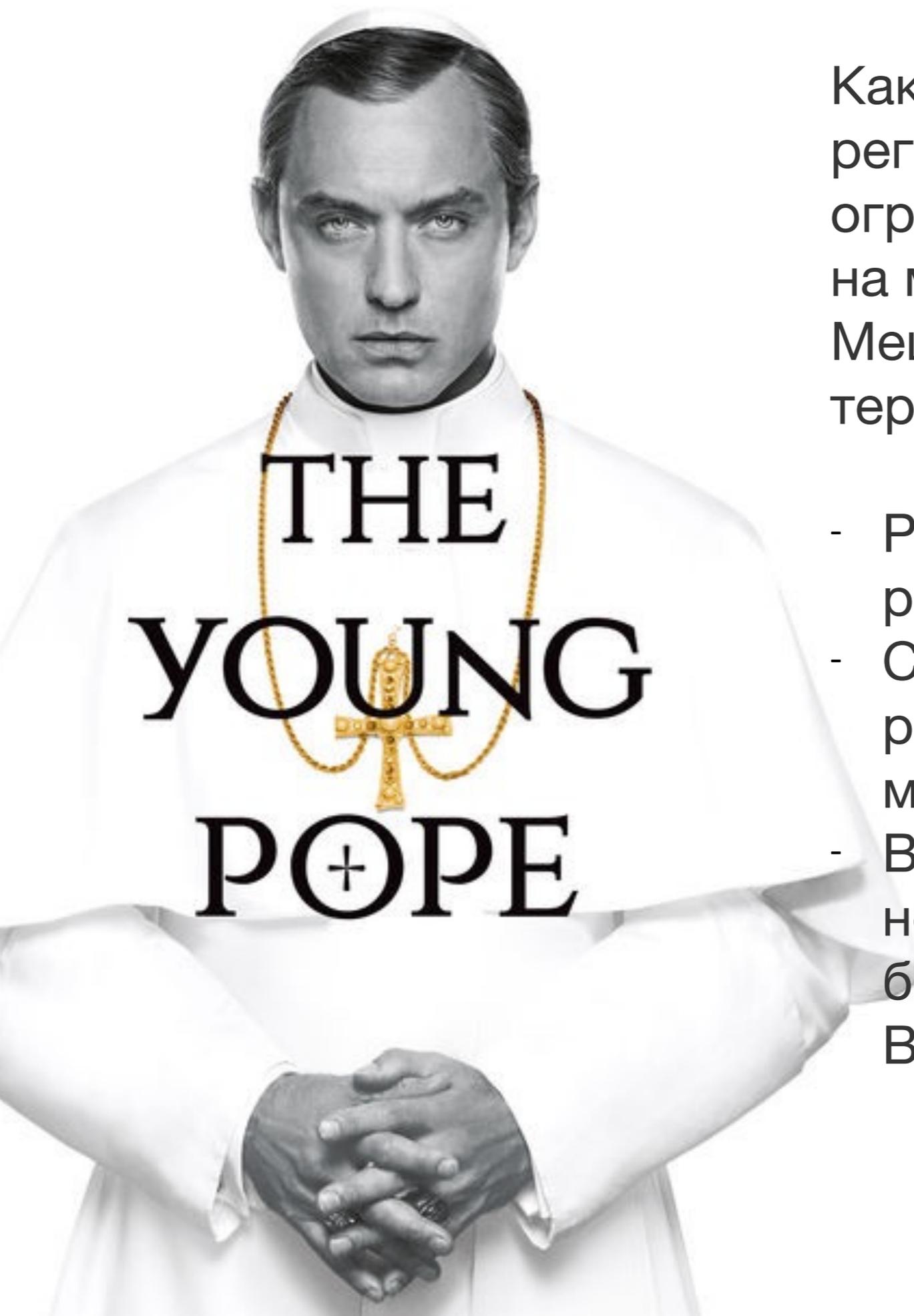




Уже второй год нарастает активность выхода на рынок региональных брендов. Бренды регистрируют названия по географическому признаку, получают сертификаты по программе продвижения российских товаров за рубеж **Made in Russia** и продвигают продукты и услуги производимые в регионах. Обсудим основную проблематику: с чем сталкивается наша креативная группа при выводе региональных продуктов, от молока до строительных материалов.



THE YOUNG POPE

Как правильно и быстро выводить региональные бренды с ограниченным рекламным бюджетом на московский рынок?
Мешает или помогает маркетинг территорий?

- Разберем несколько свежих региональных кейсов.
- Сопоставим мнение специалистов рекламной группы и Гильдии маркетологов.
- В качестве референса рассмотрим неожиданную маркетинговую и брендинговую идею государства Ватикан!

Докладчик: Олег Деркачёв



Выпускник факультета психологии

Основатель **NPF Creative Group**

Член Гильдии маркетологов.

Прошел мастер-класс по:

EVENT MANAGEMENT - доктор Джо Голдблатт
Queen Margaret University- EDINBURGH 2008;

DILTS STRATEGY GROUP - Robert DILTS
Creative Leadership and Collective Intelligence - 2015;
Strategies of Genius in Business - 2018;

В РАМКАХ **INTERNATIONAL ADVERTISING
BUSINESS NETWORK PROJECT**

СТАЖИРОВАЛСЯ В ВЕДУЩИХ РЕКЛАМНЫХ
АГЕНТСТВАХ МИРА:

Гонконг 2013

Нью-Йорк 2014

Тель-Авив 2017

Токио 2018

#ГИЛЬДИЯМАРКЕТОЛОГОВ

#NPFSCREATIVEGROUP