

LEAN MARKETING INTENSIVE

Авторський одноденний інтенсив Ольги Артюхової
Lean-підхід до управління маркетингом для власників бізнесу

РАНОК

9:30 – 10:00	Реєстрація, кава, нетворкінг Знайомство та очікування учасників
10:00 – 10:40	БЛОК 1. Lean-маркетинг: як перетворити маркетинг із набору активностей на систему росту бізнесу [Лекція 40 хв] Чому 80% маркетингових бюджетів не впливають на прибуток Реальні приклади українських бізнесів Суть Lean Marketing за методологією Ольги Артюхової Головні помилки власників у роботі з маркетингом Чому мікроменеджмент руйнує ефективність команди Очікувані результати інтенсиву
10:40 – 11:10	Практикум 1. Маркетинговий аудит власного бізнесу [Практика 30 хв] Учасники заповнюють структурований аудит по 4 зонах: трафік і залучення, конверсія, утримання, юніт-економіка. Групи по 3–4 особи — перехресна перевірка та калібровка між учасниками. → Артефакт: заповнений аудит (4 зони) · топ-3 «дір» у власному маркетингу
11:10 – 11:50	БЛОК 2. Де бізнес втрачає гроші: 7 зон контролю SEO [Лекція 40 хв] Позиціонування · Цільова аудиторія · Воронка продажів · Канали залучення Конверсії · Юніт-економіка · Прибутковість маркетингу
11:50 – 12:10	Практика. Діагностика маркетингової системи (риб'яча кістка) [Практика 20 хв] Учасники оцінюють власний бізнес за 50 критеріями за 6 зонами: Стратегія / Канали / Аудиторія / Контент / Аналітика / Бюджет
12:10 – 12:25	 Кава-пауза [15 хв]
12:25 – 13:00	Кейс-сесія 1. Розбір реального бізнес-кейсу [Кейс 35 хв] Учасники визначають: • де система втрачає гроші • які показники потрібно контролювати • які рішення повинен прийняти власник
13:00 – 14:00	 Обід [1 година]

ПІСЛЯ ОБІДУ

14:00 – 14:40	БЛОК 3. KPI маркетингу: які показники контролює власник [Лекція 40 хв] Різниця між операційними метриками (для маркетолога) і стратегічними KPI (для власника) Мінімальний набір: CAC, LTV, LTV:CAC, ROMI, конверсія по лійці Як прив'язати KPI до P&L — не «скільки кліків», а «скільки грошей прийшло»
14:40 – 15:05	Практикум 2. KPI-дашборд під свій бізнес [Практика 25 хв] Кожен учасник будує мінімальний KPI-набір: обирає 5–7 метрик, встановлює цільові значення, визначає відповідального і частоту контролю. → Шаблон дашборду Google Sheets — забирають із собою
15:05 – 15:40	БЛОК 4. Маркетинг і продажі: де розрив і як його закрити [Лекція 35 хв] Чому маркетинг і продажі «не чують одне одного» SLA між відділами: що маркетинг зобов'язаний передати, що продажі зобов'язані закрити Спільна лійка і єдина метрика успіху — виручка, не ліди
15:40 – 16:00	Кейс-сесія 2. Розрив маркетинг/продажі на реальному прикладі [Кейс 20 хв] Розбір ситуації: ліди є — продажів немає. Учасники визначають де зупинилась лійка, хто відповідальний, що виправити першим.
16:00 – 16:15	 Кава-пауза [15 хв]
16:15 – 16:40	Практикум 3. Де зупинити, де масштабувати [Практика 25 хв] На основі аудиту (блок 1) і KPI-дашборду (блок 2) — учасник ухвалює 3 рішення: • що зупинити (зливає бюджет без результату) • що протестувати (гіпотеза з низьким ризиком) • що масштабувати (є сигнал ROI) Робота в групах: обговорення рішень з іншим учасником.

ЗАВЕРШЕННЯ

16:40 – 17:15	БЛОК 5. Управління маркетингом без мікроменеджменту [Лекція 35 хв] Ритм власника: що контролювати щотижня (10 хв), щомісяця (1 год), щокварталу (стратегічний перегляд) Як ставити завдання маркетологу або підряднику через KPI, а не через «зроби пости» Три сигнали що маркетинг іде не туди — і що робити одразу
---------------	--

17:15 – 17:45	Фінальний воркшоп. Особистий Lean-план на 30 днів [Воркшоп 30 хв] Учасник пише 3 конкретні дії на наступні 30 днів: одна метрика яку впровадить · одне рішення яке ухвалить · одна «втрата» яку зупинить Зачитується вголос — публічне зобов'язання підвищує конверсію в дію.
17:45 – 18:15	Закриття + нетворкінг [30 хв] Q&A · обмін контактами · фото Учасники отримують зібраний пакет: всі шаблони, чеклист впровадження, посилання на спільноту

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ УЧАСНИКІВ

- Lean Marketing Canvas
- Дерево маркетинг-цілей
- Матриця пріоритизації
- Риб'яча кістка (Стратегія / Канали / Аудиторія / Контент / Аналітика / Бюджет)
- KPI-дашборд
- Чеклист впровадження