

## «Провинциальный маркетинг» Анатолия Дуракова

Татьяна ШЕВЧЕНКО

**8 июля в Котласе появилась первая книга директора по маркетингу МПЦ «Стрела» Анатолия Дуракова «Провинциальный маркетинг. Жизнь маркетера без бюджета». Сегодня в Киеве автор дает презентационный семинар для маркетологов. Подобные пройдут и в Москве. «Писать ее я начал 1 апреля прошлого года, – сказал нам накануне отъезда в столицу Украины Анатолий Николаевич. – Тогда даже и не предполагал, что ее захотят выпустить в свет несколько серьезных столичных издательств. В итоге право на опубликование получило издательство «Питер».**

Почему именно оно? Потому что другие предлагали сократить количество страниц книги, убрав лирику. Но Анатолий не представляет свое произведение без такой главы, например, как «Страничка дочке». Он категорически против того, чтобы делать книгу «сухой монографией».

Первые главы Анатолий Дураков отослал известному в России маркетологу Игорю Манну. Он-то и подвигнул к выпуску целой книги. Сегодня это незаменимое пособие для студентов и преподавателей, которые хотят развивать свой бизнес в провинциальных городах или же учить основам маркетинга в вузах. По примеру из книги уже сработала одна из сетей обувных магазинов: как и Дураков, придумавший слоган для стоматологических клиник: «Гарантия на десять тысяч конфет», – она сочинила свой: «Один миллион шагов в подарок».

«Читатель, поздравляю – у вас в руках бестселлер» – такие слова о книге А. Дуракова «Провинциальный маркетинг...» написал Игорь Манн. Разве нужно еще что-то к этому добавлять? А к выпуску готовятся еще два проекта: один – «Маркетинговые фишки», совместный с Игорем Манном, второй – «Секс – маркетинг – рок-н-ролл» (рабочее название), сугубо авторский. Пожелаем же Анатолию Николаевичу удачи!