**Людмила Гурей: мы видим увеличение спроса на креативные и нативные форматы**

Коммерческий директор РБК рассказала о тенденциях на ивент-рынке, а также о текущем положении рекламодателей в СМИ

Изменения на российском медиарынке заставили его игроков задуматься о корректировке бизнес-стратегий. Коммерческий директор РБК Людмила Гурей считает, что главное в такой ситуации — гибкость и готовность всегда предложить клиенту новые форматы. В [интервью для Sostav](https://www.sostav.ru/publication/lyudmila-gurej-rbk-57611.html) она рассказала о выходе медиахолдинга на ивент-рынок, изменениях в составе рекламодателей и увеличении бюджета на сторителлинг.