



CRM-системы.sa_I-MPRO

- 1 Основной целью CRM-маркетинга является...
- 2 Удобная web программа для анализа продаж, доступная в режиме online из любой точки мира:
- 3 Термин, используемый в теории бизнеса для описания методов, систем и практик, которые разрабатываются для привлечения новых потенциальных клиентов как правило с использованием различных маркетинговых технологий
- 4 «Битрикс24» разработан на базе
- 5 Облачные CRM-системы хранят все данные о клиентах на удаленном сервере, то есть в «облаке», все программное обеспечение базируется на сервере разработчика и предоставляется как услуга (SaaS от англ. Software as a service) - для доступа к такой CRM-системе необходим только...
- 6 Заранее спланированный алгоритм действий, который запускается по заданному вами сценарию, который самостоятельно переводит процесс утверждения документа на следующую стадию, ставят задачи, отправляют письма, присылают уведомления участникам процесса о срыв:
- 7 Любое движение по процессу (все согласования, которые он прошел, все ответственные за задачи) сохраняется в...
- 8 Автоворонка продаж - это...
- 9 Маркетинговая модель, согласно которой клиент проходит путь от полной неосведомленности до покупки за шесть шагов, и для каждого шага, или уровня лестницы, есть свои инструменты и принципы работы с клиентом:
- 10 Ассоциированные конверсии -
- 11 Сквозная аналитика...
- 12 CRM-система - это...
- 13 CRM-система может включать...





- 14) Основными преимуществами маркетинговой модели считаются:
- 15) Подключение CRM к сторонним службам выполняется через:
- 16) К общим правилам интеграции можно отнести...
- 17) Выбирая CRM стоит исходить из...
- 18) Какие же бывают дела в Битрикс 24 - фильтр «Мои дела»?
- 19) Успешному внедрению CRM систем может помешать:
- 20) Невовлеченность руководства при использовании компанией CRM-системы может выражаться в следующем:
- 21) Сопротивление со стороны сотрудников при внедрении CRM-систем возможно при следующих условиях:
- 22) Перед внедрением CRM-системы необходимо прописать:
- 23) К целям и задачам внедрения CRM можно отнести:
- 24) Основные факторы, указывающие на разницу между типами торговых отношений в сфере B2B и B2C:
- 25) Автоворонка продаж необходима в случае, если...

