



Email-маркетинг.oi(sa)

- 1 Директ-маркетинг – это ...
- 2 К каналам директ-маркетинга можно отнести:
- 3 К задачам интернет маркетинга можно отнести:
- 4 Email-маркетинг стоит подключать, когда:
- 5 Индекс NPS (англ Net Promoter Score) – это ...
- 6 Лид-магнит – это ...
- 7 Процесс продажи информации (знаний, опыта) в онлайн формате с целью обучения и получения прибыли ...
- 8 Отношение целевых действий, сделанных пользователем на вашем сайте, к общему числу визитов ...
- 9 Всплывающие окна, а именно элементы пользовательского интерфейса, которые отображаются поверх страницы в браузере, носят короткое название ...
- 10 Сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций ...
- 11 Открываемость писем зависит от следующих показателей:
- 12 Когда лучше всего отправлять письмо клиентам?
- 13 Узнаваемость письма, его непохожесть на прочие письма, могут быть обеспечены:
- 14 Email preheader – это ...
- 15 К основным функциям прехедера можно отнести:
- 16 На доставляемость писем может влиять ...
- 17 Протестировать ваше письмо (вашу рассылку) на спам можно с помощью сервиса ...





- 18) Черный список (блэклист) – это ...
- 19) В каждом письме необходимо сделать ...
- 20) Stripo – это ...
- 21) В тексте письма ...
- 22) Создавая письма в Stripo, вы можете увидеть, как они отобразятся в более чем ... комбинациях почтовиков и устройств, в том числе мобильных
- 23) Воронка продаж – это ...
- 24) Цепочка писем (англ email workflow) – это ...
- 25) Страница благодарности (страница «спасибо», «thank you page») – это ...
- 26) Существует три вида телефонных звонков, а именно:
- 27) Синдром упущенной выгоды (англ Fear of missing out; сокр СУВ или FoMO) – это ...
- 28) Сегментация – это ...
- 29) Сегментация нужна для ...
- 30) Сегментация делится на подписчиков
- 31) Процент открываемых писем в email маркетинге:
- 32) Неактивными являются те получатели email- рассылки, которые ...

