



## Введение в интернет-маркетинг. Построение воронок продаж.цпв\_ИнтернетМаркет

- 1 Что вы выберете, чтобы определить целевую аудиторию?
- 2 Какой подход вы примените, чтобы определить целевую аудиторию, где ключевым становится проблема, которую человек хочет решить и “нанимает продукт”?
- 3 Что вы сформируете, чтобы составить Customer journey map (CJM)?
- 4 Что вы сделаете, чтобы провести исследование ЦА?
- 5 Что вы сможете достичь, проведя конкурентный анализ?
- 6 Что вы можете делать с результатами конкурентного анализа?
- 7 Что вы создадите, чтобы подготовить Miro?
- 8 Какие вопросы вы зададите при написании УТП?
- 9 Какие приложения вы будете использовать, чтобы заказчик мог видеть вашу работу?
- 10 С какими ошибками и проблемами вы, возможно, столкнетесь при работе с партнерами-фрилансерами?
- 11 Каким способом поиска подрядчиков онлайн вы не будете пользоваться?
- 12 Интерес клиента к продукту чаще всего вы формируете на этапе...
- 13 На “стадии интереса” вы формируете такие цели клиента...
- 14 Что вам необходимо сделать, чтобы провести A/B-тестирование?
- 15 Базовые воронки продаж вы будете использовать в ...
- 16 Email-маркетинг стоит подключать, если...
- 17 Сквозная аналитика...





- 18 Сквозная аналитика помогает...
- 19 Индекс NPS (англ. Net Promoter Score) — ...
- 20 К основным факторам принятия решения целевой аудитории при покупке чего-либо через социальную сеть можно отнести...
- 21 Тип мышления, при котором человек воспринимает информацию фрагментарно, короткими кусками и яркими образами, не может сосредоточиться и постоянно перескакивает с одного на другое:
- 22 Бриф - это...
- 23 Аббревиатура B2C обозначает следующие взаимоотношения:
- 24 К элементам интернет-маркетинга можно отнести...
- 25 Среди видов интернет-проектов выделяют...
- 26 АИДА - это...
- 27 Хороший маркетолог должен уметь...
- 28 Целевая аудитория может быть...
- 29 УТП (уникальное торговое предложение) — это ...
- 30 Сплит-тестирование (англ. split-testing) – это...

