



Инструментарий бренд-менеджера.ЦЗН

- 1 Модель ... – базовый инструмент стратегического позиционирования.
- 2 К основным универсальным потребностям потребителя относят:
- 3 Одна из ключевых ценностей бренда – это ...
- 4 В модели Identity бренд ориентирован на ...
- 5 Бренд процессоров Intel делал акцент на ...
- 6 Целевая аудитория модели Explorer – ...
- 7 Бренд Pedigree строит развитие по модели ...
- 8 Из перечисленных брендов, модели Ison придерживался ...
- 9 «С нашими услугами вы выиграли на всех фронтах» - : выражение клининговой компании относится к стратегии продвижения модели ...
- 10 При продвижении бренда ...

