



Интернет-магазины.MBA+

- 1) Какую функцию не несет интернет-магазин для бренда?
- 2) Какой канал продаж имеет наибольшую тенденцию роста в российском онлайн?
- 3) Почему подключение к маркетплейсам необходимо для интернет-магазинов?
- 4) Без какой функции интернет-магазин сможет существовать?
- 5) Чем отличаются маркетплейсы от интернет-магазинов крупных ритейлеров?
- 6) Какие аспекты конкурирующих интернет-магазинов стоит изучить до запуска?
- 7) Где брать оценку трафика?
- 8) Как анализировать клиентов?
- 9) Какую платформу оптимальнее выбрать для создания интернет-магазина?
- 10) Какая стратегия работы с ассортиментом оптимальна?
- 11) Что влияет на рост числа прямых заходов на сайт?
- 12) Какая цена закупки рекламы по CPM?
- 13) Что из перечисленного является преимуществом CPA-канала?
- 14) Для какой цели необходимо получить email и номер телефона клиента?
- 15) Как часто стоит делать RFM-анализ базы?
- 16) Что из перечисленного является важным при выборе оператора fulfillment?
- 17) В каком случае правомерным будет отказ покупателю в возврате денежных средств?
- 18) Как оптимизировать последнюю милю?

Самый быстрый способ связи — мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max

Help@disynergy.ru | +7 (924) 305-23-08



- 19) Какие метрики стоит отслеживать при оценке качества оператора последней мили?
- 20) Какой способ работы с возвратами бракованного товара наиболее эффективен?
- 21) Какие роли не являются кросс функциональными в интернет-магазине?
- 22) Чем характерна юнит экономика?
- 23) Какие способы решать юридические вопросы наиболее эффективны для крупного бизнеса?
- 24) Какие метрики должен ежедневно отслеживать руководитель интернет магазина?
- 25) Как маркетинг может повлиять на снижение возвратов?

