



Интернет-магазины.МВА+

- 1 Какую функцию не несет интернет-магазин для бренда?
- 2 Какой канал продаж имеет наибольшую тенденцию роста в российском онлайне?
- 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 СРМ?
- 13 Что из перечисленного является преимуществом СРА 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 фулфилмента?
- 17 В каком случае правомерным будет отказ покупателю в возврате денежных средств?
- 18 Как оптимизировать последнюю милю?



- (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?

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



WhatsApp



Telegram



Max

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