



Концепция здорового бренда.фдир_МАГ_240112

- 1 Успешными являются бренды, которые ...
- 2 ... бренд – это авторитетный участник рынка, на которого ориентируются другие компании и которому доверяют клиенты
- 3 Чтобы оставаться релевантным, бренду необходимо ... (укажите 2 варианта ответа)
- 4 ... бренда – это все активы компании, которые связаны с брендом и могут дать добавленную стоимость продукту
- 5 Ценовая стратегия сильного бренда основана на ...
- 6 Чтобы связать бренд с положительным опытом и эмоциями, используют такие маркетинговые инструменты, как ...
- 7 ... – это одна из актуальных на сегодняшний день практик переработки вещей, которая позволяет дать им новую жизнь
- 8 Согласно теории зеленой экономики, ...
- 9 В идеальном сценарии позиционирования сильный бренд создает ...
- 10 ... бренда – это длительное маркетинговое исследование, которое отражает состояние бренда в динамике
- 11 ... – это мнение, которое сложилось о компании и ее продукции в глаза людей: ассоциации и впечатления, возникающие при упоминании бренда
- 12 На внешний имидж компании влияет такой фактор, как ...
- 13 На внутренний имидж компании влияет такой фактор, как ...
- 14 Согласно Кевину Келлеру, ... выгоды продукта – это возникающие при использовании продукта ощущения
- 15 Действиями покупателей управляет(-ют) ...
- 16 Расположите сенсорные каналы в порядке возрастания их значимости, согласно исследованиям Мартина Линдстрёма:
- 17 Согласно Кевину Келлеру, ... выгоды продукта связаны с физиологическими потребностями покупателей



- 18) Установите последовательность этапов построения бренда:
- 19) ... показывает, как клиенты относятся к вашему продукту или сайту, и помогает выяснить, с какой вероятностью они посоветует вас своим знакомым
- 20) Согласно Дэвиду Аакеру, к показателям приверженности относится ...
- 21) Согласно Кевину Келлеру, ... выгоды продукта состоят в том, что он реализует потребность покупателя в социальном одобрении или самоуважении
- 22) Чтобы измерить CES, нужно задать клиентам вопрос: ...
- 23) Чтобы измерить ..., нужно задать клиентам вопрос: «Насколько вы довольны компанией? / Насколько удобно было совершить сценарий?»
- 24) Согласно Дэвиду Аакеру, к показателям ассоциации/дифференциации относится ...
- 25) Вид узнаваемости бренда, когда при упоминании категории товаров целевая аудитория называет бренд наряду с другими представителями рынка, – это ...
- 26) Метод ... предполагает проведение промоакций в точках продаж, сэмплинг, предоставление скидок, проведение конкурсов
- 27) ... функция нейминга отвечает за транслирование существенных признаков предмета маркетинга с целью явного указания на связь с потребителем
- 28) Вид маркетинговых коммуникаций, который включает приемы мотивации клиентов к покупке без прямой рекламы, – это ...
- 29) Вид узнаваемости бренда, который наблюдается у новых брендов и недорогой продукции широкого потребления, – это ...
- 30) ... – это документ с детальным описанием бренда: начиная от философии компании, заканчивая способами компоновки разных версий логотипа
- 31) К BTL можно отнести ...
- 32) Дифференцирующая функция нейминга отвечает за ...
- 33) ... – это средство формирования имиджа фирмы, отличающее фирму, подтверждающее надежность фирмы





- 34 Вид маркетинговых коммуникаций, который предполагает прямое продвижение в традиционных маркетинговых каналах, которые дают большой охват, – это ...
- 35 К ATL можно отнести ...
- 36 Задачи ... бренда – сформировать определенное восприятие бренда у целевой аудитории; сделать так, чтобы при упоминании названия у потребителя возникали нужные ассоциации и образы
- 37 Когда бренд использует стратегию ..., он распространяет существующую марку на новые категории товаров
- 38 Стратегия, которая предполагает акцентирование на личных качествах, ценностях и достижениях руководителей, а также членов команды, которые подчеркивают миссию вашего бренда, – это ...
- 39 Стратегия ... – это когда вы выделяете конкретную функцию и придаете ей отдельную фирменную идентичность
- 40 Вид узнаваемости бренда, который говорит о лидирующей позиции бренда на рынке в сознании покупателей, – это ...

