



## Маркетинг fashion-бренда.sa\_BFlash

- 1 Глокализация - это
- 2 К имиджевой цели бизнеса не относится:
- 3 Глядя на своих западных конкурентов, российские бренды стали искать причины их успеха и оптимизировать собственные бизнес-процессы. Таким образом, они смогли стать лидерами рынка. Это является примером...
- 4 Какие методы используются для проведения трендвотчинга?
- 5 Что включает в себя формирование ДНК модного бренда?
- 6 Digital-кампании, нацеленные на рост продаж, это:
- 7 Мотиватором покупки у целевой аудитории визионеров являются:
- 8 Фокус на факте “цена/качество” при выборе товара один из признаков:
- 9 К этапам воронки продаж не относится:
- 10 Что из перечисленного является уникальным товарным предложением?
- 11 Инфлюенс-маркетинг представляет:
- 12 В первую очередь стратегия позиционирования модного бренда определяет:
- 13 Какие 4 измерения анализируются при оценке бренда по модели 4D branding Томаса Гэда?
- 14 К смежной целевой аудитории модного бренда относятся:
- 15 При анализе продуктовых показателей бренда оценивается:
- 16 Организация работы с базой данных постоянных покупателей является задачей:
- 17 Key-item бренда - это:



- 18 К функциональным потребностям целевой аудитории относится:
- 19 Выберите вариант с преимуществами покупки в интернет-магазине со стороны клиента:
- 20 Ответ на какой вопрос определяет возможные угрозы бренда при проведении SWOT-анализа?

