



Маркетинговые инструменты.d_MBA мен

- 1 Что такое стратегический маркетинг?
- 2 Какова основная цель стратегического маркетинга в недвижимости?
- 3 Что из этого является элементом внешней среды?
- 4 Что означает сегментация рынка?
- 5 Что входит в понятие «целевой рынок»?
- 6 Что такое позиционирование?
- 7 Почему важно знать жизненный цикл объекта недвижимости?
- 8 Что означает термин «ценностное предложение»?
- 9 Как можно повысить лояльность клиентов?
- 10 Что означает термин «ценностное предложение»?
- 11 Какую роль играет бренд застройщика в стратегическом маркетинге?
- 12 Что такое стратегический KPI?
- 13 Какой инструмент помогает выстроить путь клиента от знакомства до покупки?
- 14 Что означает «позиционировать объект как премиум»?
- 15 Что такое конкурентное преимущество?
- 16 Какой из каналов чаще всего применяют в стратегии омниканального маркетинга?
- 17 Кто является ключевым субъектом в стратегическом маркетинге недвижимости?
- 18 Что означает клиентоориентированная стратегия?





- 19) Какую ценность чаще всего ищет покупатель в премиальной недвижимости?
- 20) Что такое путь клиента (customer journey)?
- 21) Что важно при сегментации клиентов?
- 22) Какой канал чаще всего используют клиенты в первом контакте?
- 23) Что важно для удержания клиента после покупки?
- 24) Как влияет эмоциональный маркетинг на клиентов?
- 25) Что такое триггер в маркетинге?
- 26) Какой элемент сайта наиболее влияет на доверие клиента?
- 27) Что важно учитывать в стратегии клиентского сервиса?
- 28) Какой формат контента воспринимается клиентами наиболее эффективно?
- 29) Какой фактор чаще всего вызывает отказ от покупки?
- 30) Что такое кастомизация в недвижимости?

