



Построение воронок продаж.oi(sa)

- 1 Кто является сторонами в бизнес-модели B2B?
- 2 Кто является сторонами в бизнес-модели B2C?
- 3 Что из перечисленного не является отличием между сектором B2B и B2C?
- 4 Что из перечисленного не входит в сектор B2C?
- 5 Что из перечисленного не входит в сектор B2B?
- 6 AIDCA conviction называют ...
- 7 Какого вида воронки не существует?
- 8 Какое количество этапов воронки продаж является минимальным?
- 9 Какой вид воронки решает задачу «мотивировать клиента купить еще продукт»?
- 10 Что из перечисленного не привлекает холодную аудиторию?
- 11 Какие проблемы есть у горячего трафика?
- 12 Что из перечисленного не входит в анализ «если изменим это»?
- 13 Главной возможностью воронки продаж в CRM является ...
- 14 Вовлечением называют ...
- 15 Из скольких этапов состоит процесс вовлечения?
- 16 Что из перечисленного не является способом формирования дизайна, вызывающего интерес?
- 17 Что не является способом формирования интереса к товару или услуге?
- 18 Целью проведения анализа эффективности воронки продаж является определение ...





- 19 Какой показатель не входит в анализ эффективности воронки продаж?
- 20 Какой критерий не входит в оценку компании?
- 21 Что не входит в возможности Digital воронки?
- 22 Автоворонкой для бизнеса является ...
- 23 В какой сфере невозможно применение базовой воронки продаж?
- 24 Какая ошибка встречается на этапе старта воронки продаж?
- 25 Какая ошибка встречается на этапе ведения воронки продаж?
- 26 Какая ошибка возникает на этапе рассылки?
- 27 Какая ошибка возникает на этапе подготовки воронки продаж?
- 28 В чем заключается суть триггера "Статусность"?
- 29 В чем заключается суть триггера "Ассоциации"?
- 30 Что из перечисленного не входит в методы работы с воронкой?

