



Цикл запуска программы лояльности.sa_МаркЛ

- 1 Какие элементы включает в себя маркетинговая часть программы лояльности?
- 2 Какие виды программ лояльности предполагают обмен баллов на скидки или подарки?
- 3 Чем отличается программа членства от программы Tiered Loyalty?
- 4 Какой из следующих методов механик лояльности предполагает начисление баллов за каждую покупку, которые можно обменять на скидки или подарки?
- 5 Какая из перечисленных механик лояльности предполагает предоставление скидок клиентам, совершившим определенное количество покупок?
- 6 Какая из механик лояльности предполагает доступ к специальным товарам или услугам, предназначенным только для участников программы лояльности?
- 7 Что является ключевым элементом успешной программы лояльности?
- 8 Какие параметры описывают эффективность программы лояльности?
- 9 Какие виды ценностных предложений могут быть в программе лояльности?
- 10 Какой из следующих шагов не относится к планированию и запуску программы лояльности?
- 11 Что является первым шагом при разработке концепции программы лояльности?
- 12 Какой из нижеперечисленных шагов связан с выбором типа программы лояльности?
- 13 Какую метрику следует использовать для оценки общей суммы денег, которую клиент ожидается принести в бизнес за время взаимодействия?
- 14 Какая метрика показывает процент клиентов, переставших пользоваться услугами компании за определенный период?
- 15 Какая метрика наиболее важна на этапе запуска программы лояльности?

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



WhatsApp



Telegram



Max

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



- 16) Что из себя представляет модель Кано в контексте программ лояльности?
- 17) Какая из нижеперечисленных моделей исследует все точки контакта между клиентом и компанией?
- 18) Что представляет собой методология "Задачи к выполнению" (JTBD)?
- 19) Какую роль играет аналитика клиентской базы в разработке маркетинговых стратегий?
- 20) Что из себя представляет метод RFM-анализа?
- 21) Какой метод анализа использует алгоритмы машинного обучения для группировки клиентов по схожим характеристикам или поведению?
- 22) Какие параметры включает в себя анализ RFM?
- 23) Для каких целей используется ABC-анализ в сегментации клиентов?
- 24) Что означает "X" в методике XYZ-анализа?
- 25) Какие две основные части включает экономическая модель программы лояльности?
- 26) Какие пункты являются факторами дохода от программы лояльности?
- 27) Как рассчитывается окупаемость инвестиций (ROI) в программу лояльности?
- 28) Какая структура отдела CRM-маркетинга подходит для компаний с единой продуктовой линейкой?
- 29) Какие задачи входят в обязанности руководителя отдела CRM-маркетинга?
- 30) Какие вознаграждения рекомендуется предложить в программе лояльности?

