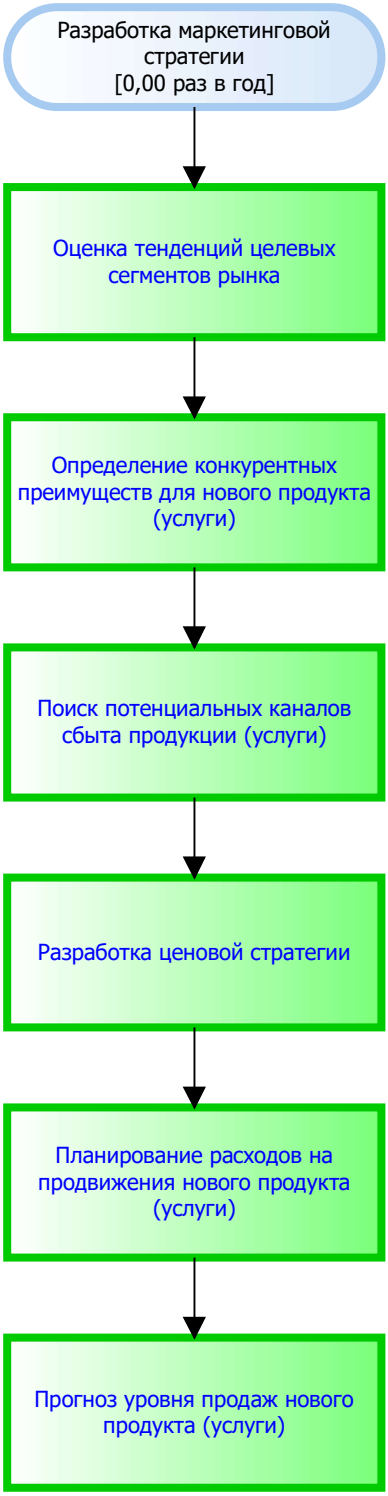
Разработка маркетинговой стратегии
[0,00 раз в год]
Оценка тенденций целевых сегментов рынка
Определение конкурентных преимуществ для нового продукта (услуги)
Поиск потенциальных каналов сбыта продукции (услуги)
Разработка ценовой стратегии
Планирование расходов на продвижения нового продукта (услуги)
Прогноз уровня продаж нового продукта (услуги)