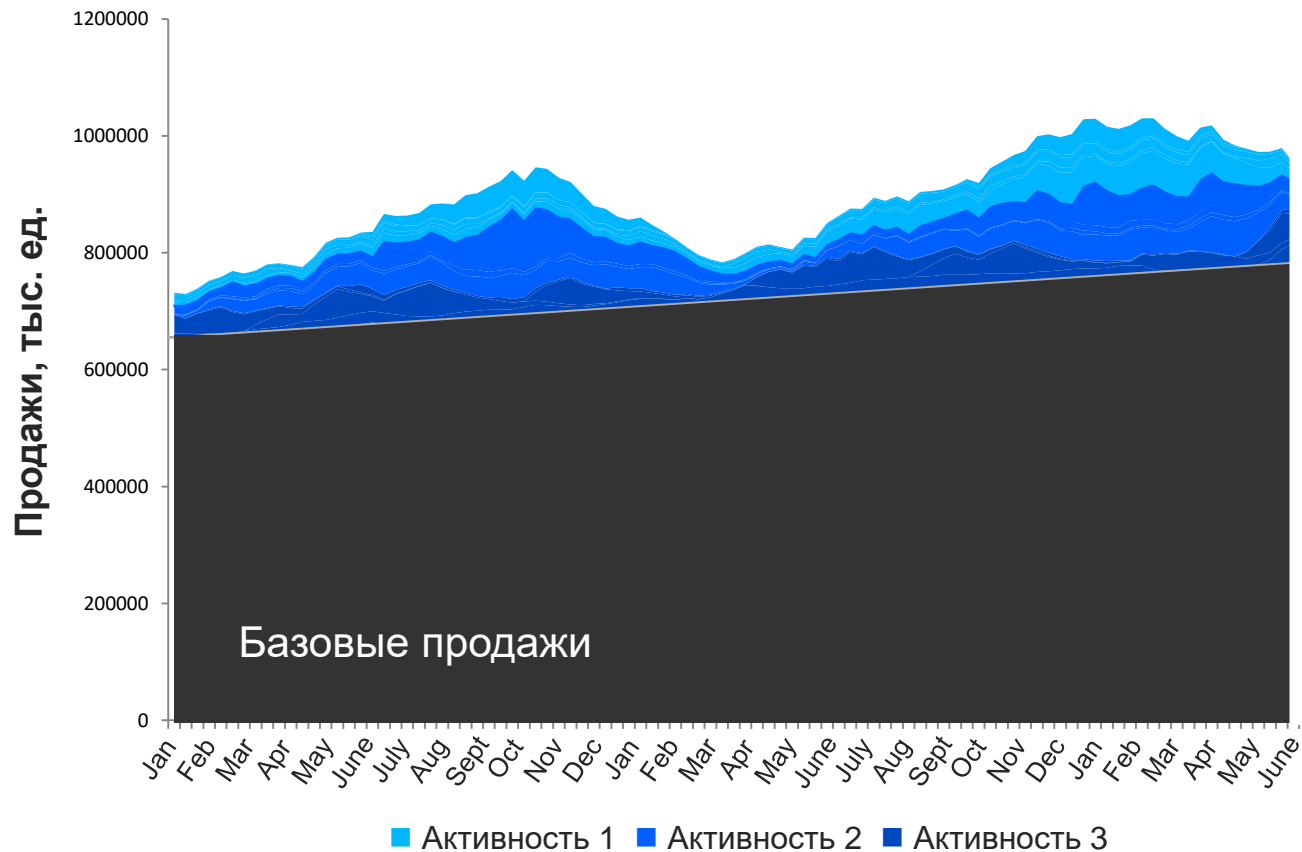


Традиционный способ оценки ROI позволяет оценить только краткосрочный эффект



- Традиционное эконометрическое моделирование отлично справляется с объяснением влияния маркетинговых активностей на изменение продаж
- С его помощью также определяют, какие элементы бюджета (промоакции, дистрибуция, ценообразование, расходы на медиа и т.д.) вносят наибольший вклад в прямое изменение продаж

Total Marketing ROI необходим для оценки долгосрочного результата маркетинговой активности

