



Praktyczny przewodnik po metrykach marketingowych

Indeks: **764349** Producent: **Pearson** Kod producenta: **9780136717133**

Cena: **205.09 zł**

Opis

Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance

Producent: Pearson

Odkryj skuteczne metody pomiaru wyników działań marketingowych dzięki książce "Praktyczny przewodnik po metrykach marketingowych". Autorzy przedstawiają kompleksowe podejście do oceny efektywności strategii marketingowych, bezpośrednio przekładające się na zyski firmy. Dowiedz się, jak optymalizować inwestycje, analizować marki, oceniać strategie marketingowe oraz zwiększać rentowność marketingową. Ta książka to niezbędne narzędzie dla menedżerów marketingu, którzy chcą zrozumieć i mierzyć skuteczność swoich działań.

Ta książka to nieocenione źródło wiedzy dla każdego menedżera marketingu, który pragnie usprawnić proces pomiaru i analizy skuteczności działań marketingowych. Odkryj praktyczne wskazówki, studia przypadków i najlepsze praktyki, które pomogą Ci w pełni wykorzystać potencjał swojej strategii marketingowej. Zainwestuj w swoją wiedzę i rozwiń umiejętności dzięki "Praktycznemu przewodnikowi po metrykach marketingowych".

- **temat:** Sales & marketing, Sales & marketing, Business & Economics/E-Commerce - Digital Marketing, Business & Economics, E-Commerce - Digital Marketing, Business & Economics/Statistics, Statistics, Business & Economics/Marketing - General, Marketing - General, Sales & marketing, marketing roi; marketing models; marketing analytics; brand evaluation; marketing strategy; Marketing Metrics; Marketing Accountability; Return on Investment; Marketing Performance; Marketing Profitability; Customer Lifetime Value; Understanding Customers; Marketing Investment, BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / Digital Marketing, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, BUSINESS & ECONOMICS / Statistics, Business & Economics/E-Commerce - Digital Marketing, Business & Economics/Marketing - General, Business & Economics/Statistics, Sales and marketing
- **wiążący:** paperback
- **język:** english, english, english
- **waga przedmiotu:** 780 grams
- **strony:** 512
- **słowo kluczowe tematu:** marketing roi; marketing models; marketing analytics; brand evaluation; marketing strategy; Marketing Metrics; Marketing Accountability; Return on Investment; Marketing Performance; Marketing Profitability; Customer Lifetime Value; Understanding Customers; Marketing Investment
- **marka:** Pearson
- **kod podmiotu:** KJS, BUS090010, BUS043000, BUS061000, BUS090010, BUS043000, BUS061000, KJS, KJS
- **grupa docelowa:** General/trade
- **Liczba przedmiotów:** 1
- **numer części:** 9780136717133
- **waga opakowania przedmiotu:** 0.82 kilograms

- **wydanie:** 4th ed.
- **zewnętrznie przypisany identyfikator produktu:** 0136717136, 9780136717133, 09780136717133
- **producent:** Pearson
- **tytuł serii:** Pearson Business Analytics
- **autor:** Bendle, Neil, Farris, Paul, Pfeifer, Phillip, Reibstein, David
- **gatunek muzyczny:** Business & Economics, E-Commerce - Digital Marketing, Business & Economics, Statistics, Business & Economics, Marketing - General, Sales & marketing
- **Data publikacji:** 2020-09-28T00:00:01Z
- **numer wydania:** 4
- **nazwa przedmiotu:** Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance
- **data premiery:** 2020-09-28T00:00:01Z
- **data uruchomienia strony produktu:** 2020-04-02T04:20:15.075Z

Parametry

Wersja	czwarta
Język	polski
Waga książki	780 gram
Liczba stron	512

Zdjęcia

