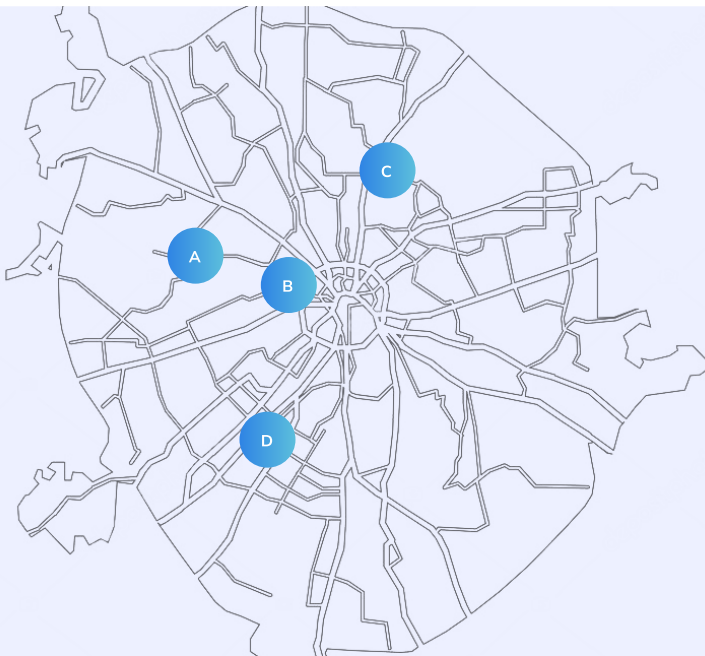


ТРЕЙД-МАРКЕТИНГ



Рост представленности
на полке и увеличение продаж
в традиционной рознице
за счет мотивации



Рост эффективности
распределения бюджета
мотивационных
программ за счет сокращения
цепочек взаимодействия



Объективный контроль
эффективности трейд-
маркетинговых программ
за счет точных юридически
значимых данных



Результативность программ
мотивации за счет
возможностей оперативных
корректировок KPI



Возможность быстрого
масштабирования программ
мотивации без
пропорционального роста
затрат на коммуникацию
с каждой торговой точкой



Прямой контакт с торговыми
точками в одном окне

