



**ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА
И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**

Презентация блиц интернет-опроса
«Влияние интернет-продвижения
на объемы продаж»
8-13 июля 2009 г.

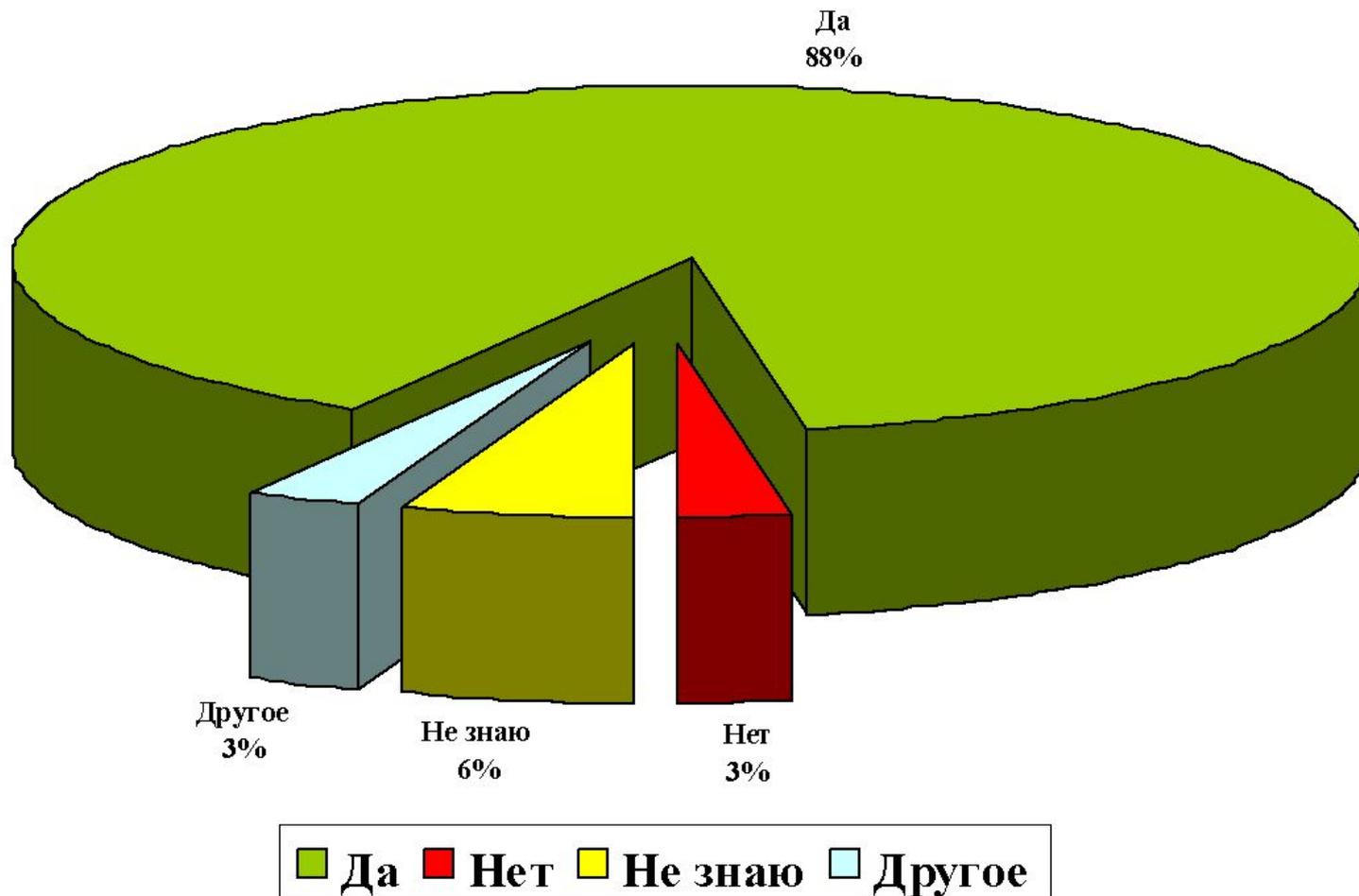
Татьяна Комиссарова

Москва, 14 июля 2009г.

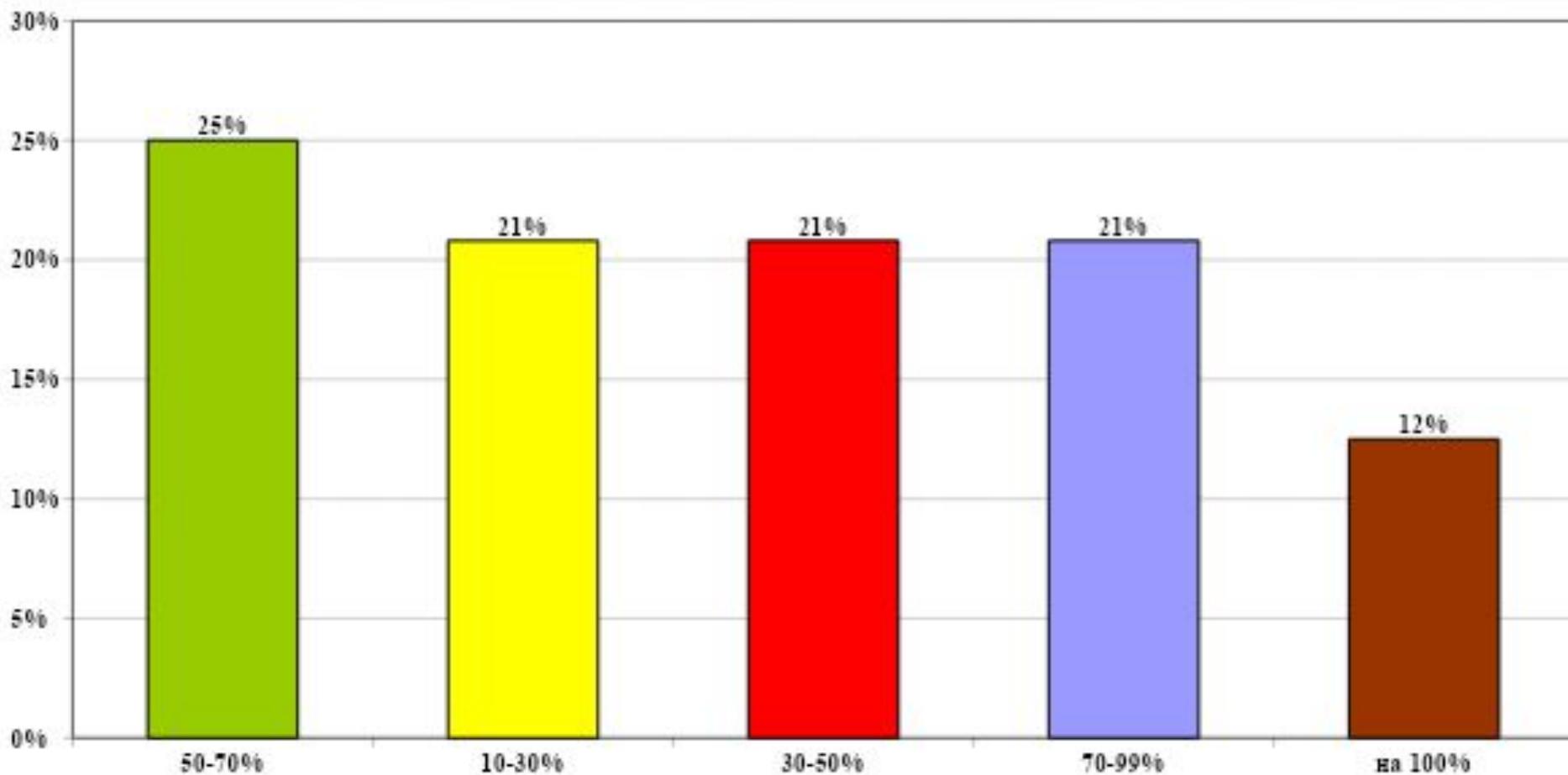
Информация о блиц опросе

- on-line опрос с 8-13 июля 2009 г.
- Типы вопросов: структурированные
- Место сбора информации: г.Москва, РФ
- 27 членов Лиги МВА, опрос размещен на сайте www.gsib.ru
- 75 студентов ГУ-Высшая школа экономики, опрос размещен на сайте www.hse.ru

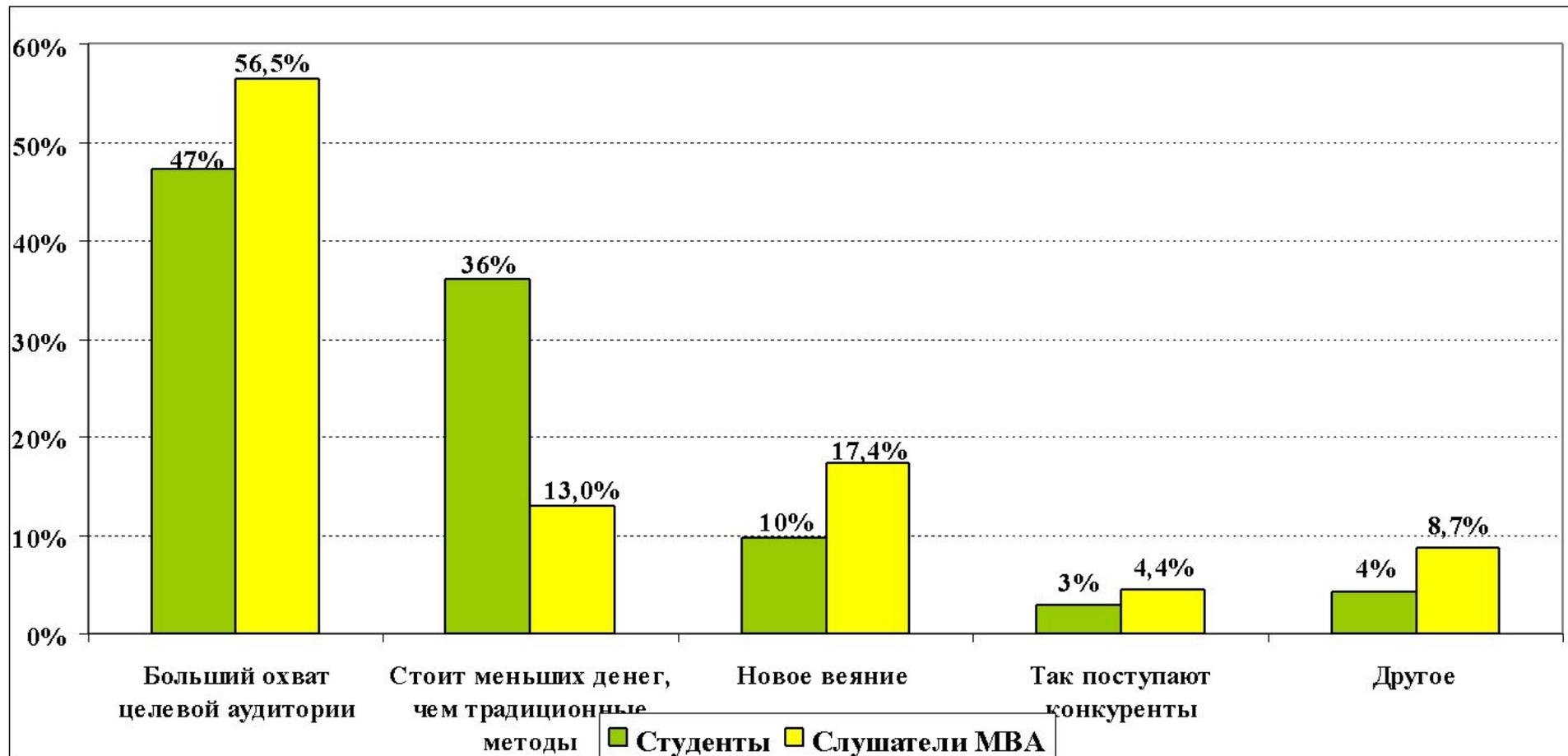
Влияет ли продвижение продукции в интернете на увеличение объемов продаж компании? (студенты ГУ-ВШЭ)



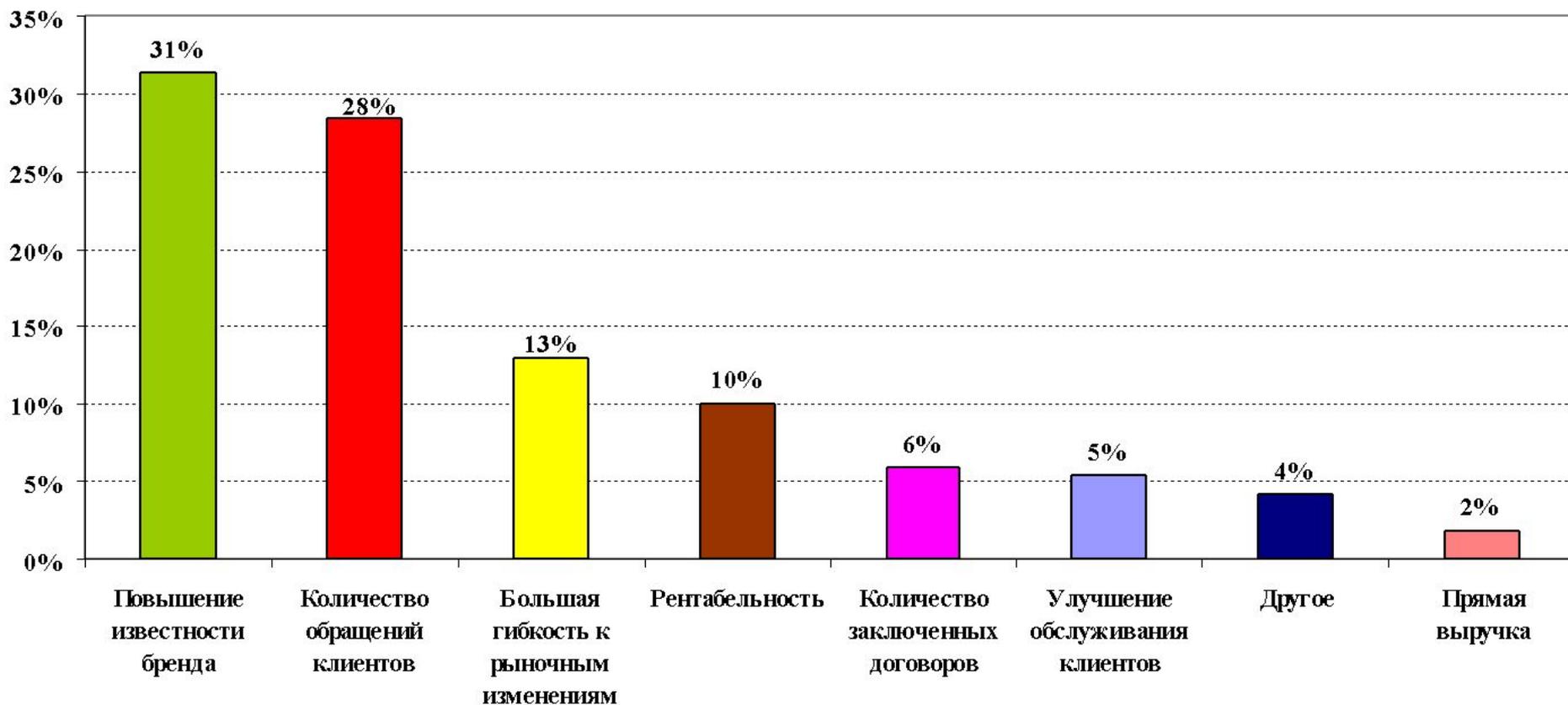
Насколько Вы убеждены, что интернет-продвижение вашей продукции увеличит объем продаж? (Лига МВА)



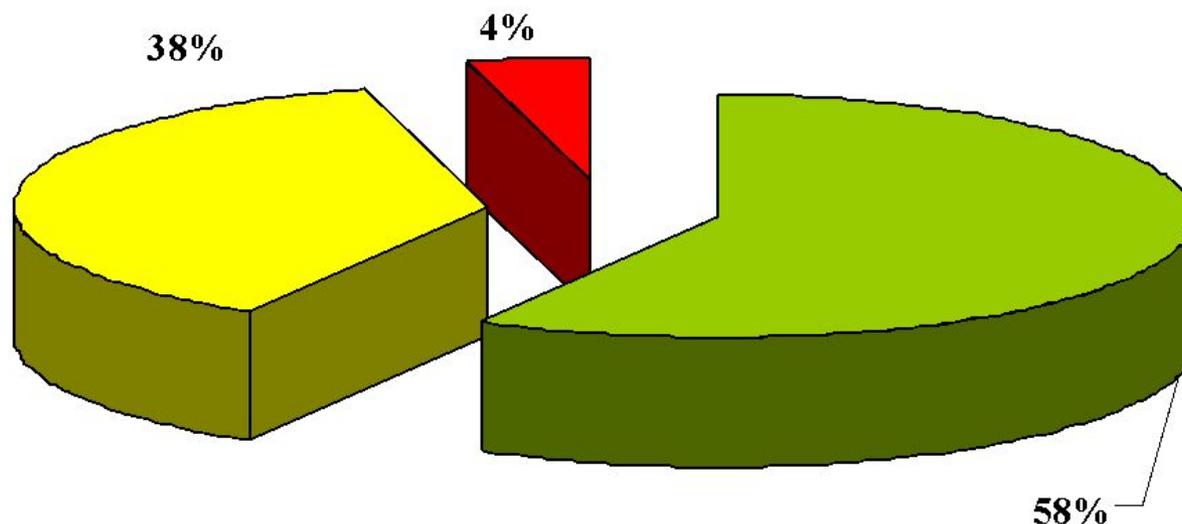
Какова причина увеличения бюджетов на продвижение в Интернете в российских компаниях?



Аргументы для объяснения топ-менеджерам компании, почему необходимо использовать продвижение в интернете? (студенты ГУ-ВШЭ)



Что Вы, как руководитель рекомендовали бы для популяризации интернет-маркетинга? (Лига МВА)



- Уметь количественно показать эффективность Интернет-маркетинга
- Демонстрировать вклад Интернет-маркетинга в развитие бизнеса компании
- Использовать понятные топ-менеджерам показатели



**ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА
И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**

Спасибо за внимание