

Não são iguais

Vimos que é importante explorar diferentes canais com o intuito de incremento de vendas. Mas, para termos uma inteligência comercial efetiva, precisamos monitorá-los e entender suas diferenças. Quais são os principais pontos a serem validados na análise de canais:

Selecione uma alternativa

A Exposição da marca, CPC e custo de aquisição.

B Quantidade de produtos, branding e reputação.

C Branding, reputação e exposição.

D Perfil da venda, retorno financeiro e margem.