

image not found or type unknown



Целью исследования является поиск новых подходов использования CRM-маркетинга, позволяющих заметно улучшить показатели Retention и Lifetime Value для стартапов, малого и среднего бизнеса в России

Основные задачи исследования:

1. Определить текущие проблемы использования CRM-маркетинга в России
2. Изучить имеющиеся исследования на тему CRM-маркетинга и цифрового маркетинга в России и мире
3. Собрать лучшие практики использования CRM-маркетинга
4. Предоставить улучшенные подходы использования концепции CRM-маркетинга, адаптированные для стартапов, малого и среднего бизнеса в России.

Основные пункты научной новизны:

1. CRM-маркетинг для стартапов, малого и среднего бизнеса в России (подобных работ нет в основных научных базах)
2. Улучшение и адаптация имеющихся лучших практик использования CRM-маркетинга в целях получения дополнительных конкурентных преимуществ
3. Формирование и подробное описание внедрения и опытной апробации подобной системы на субъекте малого бизнеса/стартапа в России