

# Зачем нужно моделирование?

- Выделение основных факторов, влияющих на важные бизнес-метрики
- Оптимизация медиапланирования (ROI, бюджет, микс, share of voice, diminishing return)
- Оптимизация ценовой политики (с помощью «What if-анализа»)
- Оценка эффективности промо-акций почти любого типа

