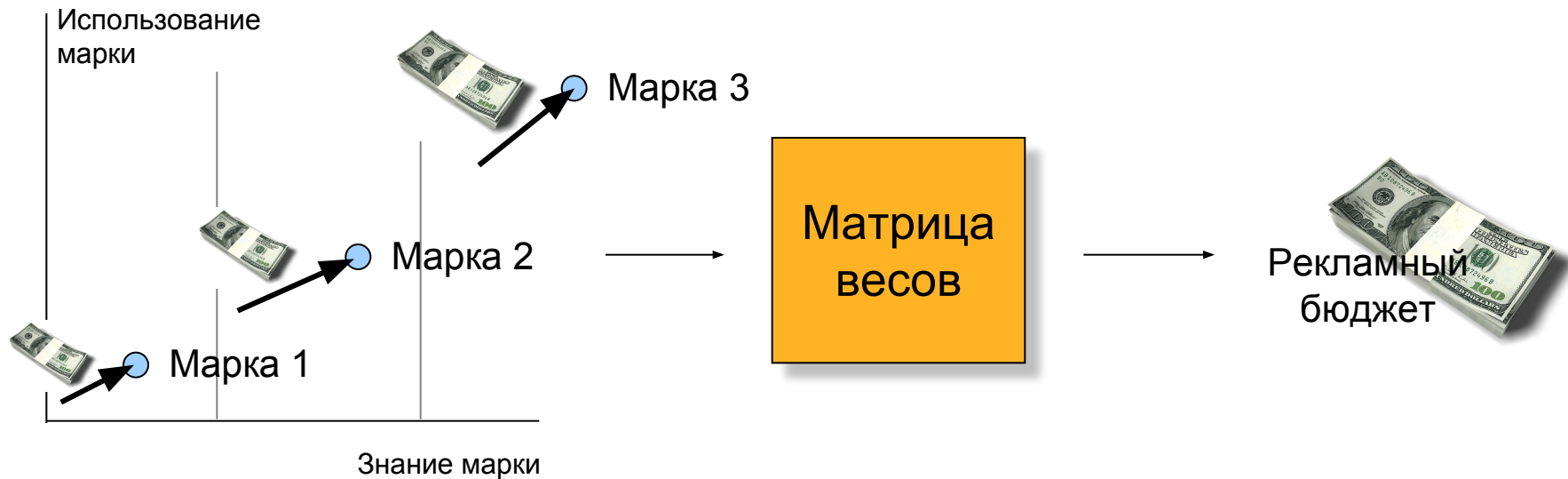


Модель стоимости прироста



Бюджет в зависимости
от средней стоимости прироста
маркетинговых показателей

Минус: Трудности с получением информации