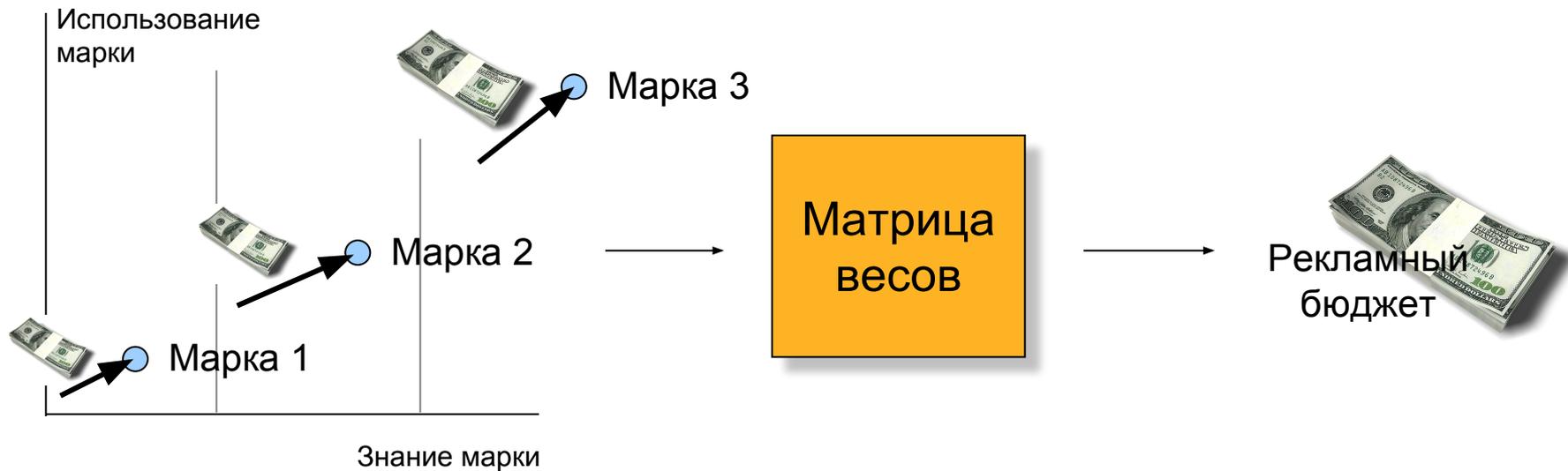


# Модель стоимости прироста



Бюджет в зависимости  
от средней стоимости прироста  
маркетинговых показателей

Минус: Трудности с получением информации