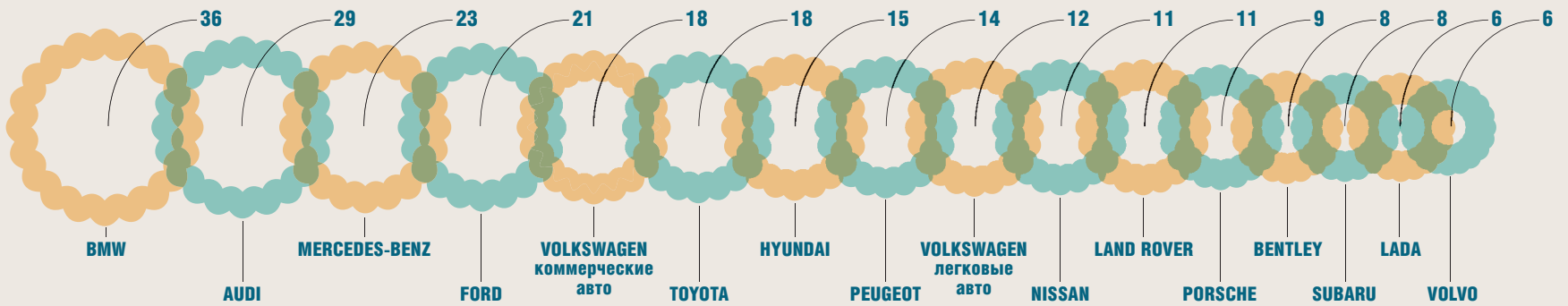


АВТОМОБИЛЬ В ЦИФРОВОМ ФОРМАТЕ

МАРКЕТОЛОГИ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ МОГУТ ГОДАМИ ВЫСТРАИВАТЬ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ СВОЕГО ПРОДУКТА, ОБОСНОВЫВАТЬ СВОИ МЕТОДЫ РЕЗУЛЬТАТАМИ ИССЛЕДОВАНИЙ И НАУЧНЫМИ ВЫКЛАДКАМИ. НО РЕАЛЬНЫЙ ИНТЕРЕС ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРОСЧИТАТЬ НЕВОЗМОЖНО. ЕГО МОЖНО ТОЛЬКО УГАДАТЬ, ЧТО В ИТОГЕ И ДОКАЗЫВАЕТ РЫНОК

БРЕНДЫ-ПОБЕДИТЕЛИ ПРЕМИИ «АВТОМОБИЛЬ ГОДА» 2000 – 2016 (КОЛИЧЕСТВО ПОБЕД)



РЕЙТИНГИ ПО КЛАССАМ

