



Встраивание CX-исследований в жизненный цикл продукта

О том, как важно проводить исследования в кроссфункциональных командах, и о том, как правильно выбрать время и формат для CX-исследования, чтобы выявить клиентский инсайт и создать продукт.



Для опытных



Ирина Баженова

Руководитель направления,
Дивизион «Корпоративные клиенты 360»