



Đ Đ°Đ·Đ́ĐμĐ»Ñ : Đ Đ^{3/4}Ñ Đ^{1/4}ĐμÑ Đ^{3/4}Đ»Đ^{3/4}Đ, Ñ
ziv

ДіД»ДмД ' НїДмНї Д ' Д³/4Д²ДмНїНїНїНї, НїД³/4НїД³/4НїД³/4
Д·Д°НїДмД³/4Д¹/4ДмД¹/2Д ' Д³/4Д²Д°Д²НїД, Д¹/4 НїДмД±Нї, Д±НїДмД¹/2Д ' Д°Д¹/4,
Д³/4 НїД³/4Д²Д°НїД°Нї Д⁰Д³/4НїД³/4НїНїНї НїДмНїНїНї
Д¹/4Д¹/2Д³/4Д¶ДмНїНїД²ДмД¹/2Д¹/2НїДм ДξД³/4Д»Д³/4Д¶Д, НїДмД»НїД¹/2НїДм
Д³/4НїД·НїД²Нї. Д¢Д°Д¶Дм Д²Д°Д¶Д¹/2Д³/4 Д²НїД±НїД°НїНї Д¹/4ДмНїНїД³/4
Д 'Д»Нї ДξНїД, Д³/4Д±НїДмНїДмД¹/2Д, Нї. Д-НїД³/4 Д 'Д³/4Д»Д¶Д¹/2Д ° Д±НїНїНї
НїДмНїНї НїД¹/4Д°Д³Д°Д·Д, Д¹/2Д³/4Д² Нї НїД³/4Д²Д°НїД°Д¹/4Д, Д 'Д»Нї
Д⁰НїД°НїД³/4НїНї Нї Д, Д·Д 'Д³/4НїД³/4Д²НїНї, Д¹/2Д° Д⁰Д³/4НїД³/4НїНїДм
ДмНїНїНї НїД³/4Д³/4НїД²ДмНїНїНїД²НїНїНїД, Дм НїДмНїНїД, НїД, Д⁰Д°НїНї,
Д° Д¹/2Дм ДξНїД³/4НїНїД³/4 Д»Д°НїДмД⁰ Д² ДξДмНїДмНїД³/4Д 'Дм Д, Д»Д, Д¹/2Д°
НїНїД¹/2Д⁰Дм. DiД°Д¹Нї Д⁰Д³/4НїД¹/4ДмНїД, Д⁰Д, Д 'Д»Нї Д²Д³/4Д»Д³/4Нї
Med-magazin.ua ДξНїДмД 'Д»Д°Д³Д°ДмНї НїД³/4Д»НїД⁰Д³/4
Д²НїНїД³/4Д⁰Д³/4Д⁰Д°НїДмНїНїД²ДмД¹/2Д¹/2НїНї ДξНїД³/4Д 'НїД⁰НїД, Нї,
Д⁰Д³/4НїД³/4НїД°Нї ДξДмНїДмД ' ДξД³/4НїНїНїДξД»ДмД¹/2Д, ДмД¹/4 Д²
ДξНїД³/4Д 'Д°Д¶Нї, ДξНїД³/4НїД³/4Д 'Д, Нї НїДмНїНїД, НїД³/4Д²Д°Д¹/2Д, Нї,
Д, НїДξНїНїД°Д¹/2Д, Нї Д¹/2Д° НїНїНїДмД⁰НїД, Д²Д¹/2Д³/4НїНїНї,
Д±ДмД·Д³/4ДξД°НїД¹/2Д³/4НїНїНї Д, Д³/4Д 'Д³/4Д±НїДмД¹/2Д°

Но и это не единственный способ уменьшить количество информации. Важно помнить, что для каждого человека важна индивидуальная информация. Поэтому лучше всего использовать методы, которые позволяют определить, что конкретно интересует каждого из ваших клиентов.

Вот несколько примеров, как можно использовать методы для определения интересов ваших клиентов:

- Проведение опросов и анкетирования. Это один из самых распространенных способов определения интересов клиентов. Вы можете спросить, что интересует клиента, что он хочет от вас, что ему нравится в вашем сервисе и т. д.
- Анализ поведения клиентов. Вы можете наблюдать за тем, как клиенты используют вашу услугу, что они делают с вашим контентом, какие темы интересуют их больше всего и т. д.
- Использование социальных сетей. Социальные сети являются отличным источником информации о интересах ваших клиентов. Вы можете анализировать, что интересует ваших клиентов в социальных сетях, что они говорят о вашем сервисе и т. д.
- Проведение маркетинговых исследований. Вы можете провести маркетинговые исследования, чтобы определить, что интересует ваших клиентов, что им нравится в вашем сервисе и т. д.

Важно помнить, что для каждого человека важна индивидуальная информация. Поэтому лучше всего использовать методы, которые позволяют определить, что конкретно интересует каждого из ваших клиентов.

Но и это не единственный способ уменьшить количество информации. Важно помнить, что для каждого человека важна индивидуальная информация. Поэтому лучше всего использовать методы, которые позволяют определить, что конкретно интересует каждого из ваших клиентов.

Вот несколько примеров, как можно использовать методы для определения интересов ваших клиентов:

- Проведение опросов и анкетирования. Это один из самых распространенных способов определения интересов клиентов. Вы можете спросить, что интересует клиента, что он хочет от вас, что ему нравится в вашем сервисе и т. д.
- Анализ поведения клиентов. Вы можете наблюдать за тем, как клиенты используют вашу услугу, что они делают с вашим контентом, какие темы интересуют их больше всего и т. д.
- Использование социальных сетей. Социальные сети являются отличным источником информации о интересах ваших клиентов. Вы можете анализировать, что интересует ваших клиентов в социальных сетях, что они говорят о вашем сервисе и т. д.
- Проведение маркетинговых исследований. Вы можете провести маркетинговые исследования, чтобы определить, что интересует ваших клиентов, что им нравится в вашем сервисе и т. д.

Важно помнить, что для каждого человека важна индивидуальная информация. Поэтому лучше всего использовать методы, которые позволяют определить, что конкретно интересует каждого из ваших клиентов.

Но и это не единственный способ уменьшить количество информации. Важно помнить, что для каждого человека важна индивидуальная информация. Поэтому лучше всего использовать методы, которые позволяют определить, что конкретно интересует каждого из ваших клиентов.

Вот несколько примеров, как можно использовать методы для определения интересов ваших клиентов:

- Проведение опросов и анкетирования. Это один из самых распространенных способов определения интересов клиентов. Вы можете спросить, что интересует клиента, что он хочет от вас, что ему нравится в вашем сервисе и т. д.
- Анализ поведения клиентов. Вы можете наблюдать за тем, как клиенты используют вашу услугу, что они делают с вашим контентом, какие темы интересуют их больше всего и т. д.
- Использование социальных сетей. Социальные сети являются отличным источником информации о интересах ваших клиентов. Вы можете анализировать, что интересует ваших клиентов в социальных сетях, что они говорят о вашем сервисе и т. д.
- Проведение маркетинговых исследований. Вы можете провести маркетинговые исследования, чтобы определить, что интересует ваших клиентов, что им нравится в вашем сервисе и т. д.

ĐºĐ°Đº Đ’Đ³/4Đ±Đ„ÑÑÑÑÑÑ Đ,Đ’ĐµĐ°Đ»ÑĐ¹/2ÑÑÑÑ Đ²Đ³/4Đ»Đ³/4ÑÑ

- ДiН҃ОН҃ОД, Дμ, Н҃ОН҃ОН҃ОД°Д»Н҃ОДμ Д, Д±ДμД·Д¶Д, Д·Д½ДμД½Д½Н҃ОДμ
Д²Д¾Д»Д¾Н҃ОН҃ОД²Н҃ОД³Д»Н҃ОД'Н҃ОН҃, Д°Д°Д° Н҃ОД¾Д»Д¾Д¹/4Д°,
ДξН҃ОН҃ОД°Н҃ОН҃ОН҃ОН҃, Н҃ОД»ДμД°Н҃ОН҃ОД, Д·Н҃ОН҃ОН҃ОН҃ОН҃ О
Н҃ОДμД°Н҃ОН҃ОН҃ОН҃. Д¶Д¾Д¶Д° Д³Д¾Д»Д¾Д²Н҃, ДξН҃ОД, Н҃ОД°Д°Д¾Д¹/4
Н҃ОД, ДξДμ, Н҃ОД°Д»Д³/4Д½Д½Д° Д° Н҃ОД°Д·Д'Н҃ОД°Д¶ДμД½Д, Н҃ОД¹/4 Д,
Д·Н҃ОД'Н҃, ДξД¾Н҃ОН҃ОД¾Д¹/4Н҃ О Д½Н҃ОД¶Д½Д³/4 ДξД, Н҃ОД°Д½Д, Дμ Д,
Н҃ОД²Д»Д°Д¶Д½ДμД½Д, Дμ.
- ДiД¹/4ДμН҃ОД°Д½Д½Н҃ОД¹ Н҃ОД, Дξ Д²Д³/4Д»Д¾Н҃, ДξН҃ОД,
Д°Д¾Н҃ОД¾Н҃ОД³/4Д¹/4 Д¾Д½Д, Д¶Д, Н҃ОД½Н҃ОДμ Н҃О Д°Д¾Д¹/4Н҃ОД½ДμД¹, Д°
Д°Д¾Д¹/4Н҃ОН҃ - Н҃ОН҃ОН҃ОД, Дμ, Д»Д¾Д¹/4Д°Д, Дμ Д, Н҃ОДμД°Н҃ОН҃ОД, ДμН҃ОН҃.
Д¶Д»Н҃ О Д½Д, Н҃О Д½Н҃ОД¶Д½Н҃ О Н҃ОН҃ОДμД'Н҃ОН҃ОД²Д°, Д² Д°Д¾Д¹/4Н҃ОД³/4Н҃ОН҃ОН҃
Н҃ОН҃ОН҃ОД¾Д³Д³/4 Н҃ОД¾Д±Д»Н҃ОД'ДμД½ Д±Д°Д»Д°Д½Н҃, Д²Н҃
Д¾Д'Н҃ОН҃ОД, Н҃О Д² Н҃ОД¾Н҃ОН҃ОД°Д² Д²ДμН҃ОДμН҃ОН҃ОД², Н҃ОН҃ОД¾Д±Н҃
Д½Д¾Н҃ОД¹/4Д°Д»Д, Д·Д¾Д²Д°Н҃ОН҃ О Н҃ОД¾Н҃ОН҃ОД³/4Н҃ОД½Д, Дμ
ДξН҃ОН҃ОД'ДμД¹, Д¾Д±ДμД·Д¶Д, Н҃ОД, Д²Д°Н҃ О Д³/4Н҃ О Д°Д¾Д¹/4Н҃ОД½ДμД¹ Д,
Н҃ОД²Д»Д°Д¶Д½Н҃ОН҃, Д½Д°Н҃ОН҃ОН҃ОД°Н҃ О ДξД¾Д»ДμД·Д½Н҃ОД¹/4Д,
Д¹/4Д°Н҃ОД»Д°Д½Д,, Д±Д»Д, Д¶Дμ Д° Д°Д¾Д¹/2Н҃ОД, Д°Д°Д¹/4.

Д Д°Д·Д¾Д±Н҃ОД°Д²Н҃ОД, Н҃ОН҃, Д° Д°Д°Д°Д¾Д¹/4Н҃ О Н҃ОД, ДξН҃
Д¾Д¹/4Д¾Д¹/4Н҃ОН҃ОН҃ОН҃ О Д¶Д°Н҃ОД, Д²Д³/4Д»Д¾Д¹/4Н҃ОН҃ О Д,,
Д¾ДξН҃ОДμД'ДμД»Д, Д²Н҃ОД, Н҃ОН҃ О Н҃ О Д½Д°Д·Д½Д°Н҃ОДμД½Д, ДμД¹/4
Д°Д¾Д¹/4ДμН҃ОД, Д°Д,, Н҃ОД°Д°Д¶Дμ Н҃ОД»ДμД'Н҃ОДμН҃ О Н҃ОН҃ОДμН҃ОН҃
Д²Н҃ОДμД¹/4Н҃ О Д³Д¾Д¹/4Д°Д. Д¶ДμН҃ОД¾Д¹/4 Д¾Д±Н҃ОД·Д°Н҃ОДμД»Н҃ОД½Д³/4
Д, Н҃ОДξД¾Д»Н҃ОД·Н҃ОД¹Н҃ОДμ Д·Д°Н҃ОД, Н҃ОД½Н҃ОДμ Н҃ОН҃ОДμД'Н҃ОН҃ОД²Д° Н҃
Д£Д¤-Н҃ОД, Д»Н҃ОН҃ОН҃ОД°Д¹/4Д,, Д° Н҃ОД°Д°Д¶Дμ Н҃ОД²Д»Д°Д¶Д½Н҃ОН҃ОД, Дμ Д,
Д²Д¾Д¹/4Н҃ОН҃ОН҃ОД°Д½Д°Д²Д»Д, Д²Д°Н҃ОН҃ОД, Дμ ДξД¾Д»Дμ
Д²Д¾Д·Д'ДμД¹Н҃ОН҃ОД²Д, Н҃О Н҃ОД¾Д»ДμД½Д¾Д¹ Д¹/4Д¾Д¹/4Н҃ОН҃ОД°Д¾Д¹ Д²Д¾Д¹/4Д'Н҃.

Д¶Н҃ОДμД¹/4 Д·Д½Д°Д°Д¾Д¹/4Д³/4 ДξД¾Д½Н҃ОН҃ОД, Дμ «Д¾Д¹/4Н҃ОДμД½Д½Д, Д¹ Д,
Д²ДμН҃ОДμД½Д½Д, Д¹ Д°Д²Д, Н҃ОД°Д¹/4Д, Д½Д¾Д·», Д°Д¾Д³/4Д³Д'Д°
Д¾Д¹/4Д³Д°Д½Д, Д·Д½Д»Н҃, Д²Д³/4Д»Д¾Д°Д¹/4, Д² Н҃ОД°Н҃ОН҃ОД½Д¾Д¹/4Н҃ОН҃ОД,,
Д½Дμ Н҃ОД²Д°Н҃ОД°ДμН҃ О ДξД¾Д»ДμД·Д½Д¹Н҃ОН҃ О Д²ДμН҃ОДμН҃ОН҃ОД²,
ДξД¾Д¹/4Н҃ОН҃ОД¾Д¹/4Н҃ О Д½Д¶Д½Д³/4 Д°Д°Н҃ОД, Д²Д½Д³/4
Д, Н҃ОДξД¾Д»Н҃ОД·Д¾Д²Д°Н҃ОН҃ О Д°Д¾Д¹/4ДμН҃ОД, Д°Н҃, Д±Д¾Д³Д°Н҃ОН҃ОН҃
Д²Д, Н҃ОД°Д½Д, Д½Д°Д½Д, Д, Д¹/4Д, Д°Н҃ОД¾Д»ДμД½ДμД½Н҃ОД°Д½Д,,
Д¶Д, Д½Д¾Д¹ - Н҃ОН҃ОДμД±Н҃ОДμН҃ОН҃ОД, Д·Д°Н҃ОД, Н҃ОД° Д³/4Н҃ О Н҃ОД¾Д»Д¾Д'Д°,,
Д²ДμН҃ОН҃ОД°, Д°Д¾Д¹/4Н҃ОН҃ОДμ ДξД°Д³Н҃ОД±Д½Д¾Д²Д»Д, Н҃ОН҃ОН҃ О Д½Д°
Д»Д¾Д°Д¾Д¹/2Н҃, Д²Н҃ОН҃ОН҃ОД, Д²Д°Н҃ О Д, Н҃О, ДξД¾Д¹/4Н҃ОН҃ОД¾Д¹/4Н҃
Д²Д°Д¶Д½Д³/4 Д¾Д±ДμН҃ОДμН҃ОД, Н҃ОН҃ О ДξД, Н҃ОД°Д½Д, Дμ Д,
Н҃ОД¾Д¹/2Д, Д·Д, Н҃ОД¾Д²Д°Д½Д, Дμ.

Д¢Д, ДξН҃ О Д°Д¾Д¹/4ДμН҃ОД, Н҃ОДμН҃ОД°Д, Н҃О Н҃ОН҃ОДμД'Н҃ОН҃ОД²

Д'Д»Ñ▷ Д²Д^{3/4}Д»Д^{3/4}Ñ▷

ÐºÐ³/Ð³Ð'Ð° ÑºÑºÐ³/Ð , Ñº Ð·Ð°Ð'Ð°ÑºÐ° Ð²ÑºÐ±ÑºÐ°ÑºÑº
Ð¿ÑºÐ³/Ð 'ÑºÐºÑºÐ , Ñº, Ð¿Ð³/ÑºÐµÐ½ÑºÐ , Ð°Ð»ÑºÐ½ÑºÐµ
Ð¿Ð³/ÐºÑºÐ¿Ð°ÑºÐµÐ»Ð , Ð½Ð°ÑºÐ , Ð½Ð°ÑºÑº
Ð¿ÑºÐ³/ÑºÐ½Ð°ÑºÑºÐ , Ð²Ð°ÑºÑº ÐºÐ°ÑºÐ°Ð»Ð³/Ð³ ÐºÐ³/ÑºÐ¹/ÐµÑºÐ , ÐºÐ ,
Ð'Ð»Ñº Ð²Ð³/Ð»Ð³/ÑºÐ , ÑºÐ°ÑºÑºÐ³/Ð³/ÑºÑºÐ°ÑºÑºÑºÐ °Ð²
Ð½ÐµÐ'Ð³/ÑºÐ½ÐµÐ½Ð , Ð , Ð¿Ð³/ÑºÐµÐ½/Ñº Ð³/Ð½Ð°Ð , Ð½ÐµÐµÑºÐ
Ð³/Ð¿ÑºÐµÐ'ÐµÐ»ÐµÐ½Ð½ÑºÑºÐ°Ð»Ð°ÑºÑºÐ , ÑºÐ , ÐºÐ°ÑºÐ , Ñº . ÐºÑºÐµ
Ð¿Ð³/Ð½Ð , Ð½Ð°ÑºÑºÐ , ÑºÑºÐ³/ÐºÐ°ÑºÐµÑºÑºÐ²ÐµÐ½Ð½ÑºÐµ
ÑºÑºÐµÐ'ÑºÑºÐ²Ð°Ð'Ð³/Ð»Ð¶Ð½ÑºÐ , Ð½ÐµÑºÑºÐ²ÑºÐ³/ÑºÑºÐ°Ð²Ðµ
Ð½Ð°ÑºÐ , Ð½Ð°Ð»ÑºÐ½Ð³/Ð²ÑºÑºÐ³/ÐºÐ³/ÐµÑºÐ³/Ð , ÑºÐ³/Ð'ÐµÑºÐ¶Ð°Ð½Ð , Ðµ
Ð¿ÑºÐ , ÑºÐ³/Ð'Ð½ÑºÑºÐºÐ³/Ð½Ð³/Ð½ÐµÐ½/ÑºÐ³/Ð² , Ð½Ð³/Ð
Ð¿Ð³/ÑºÐµÐ½/Ñº Ð³/Ð½Ð°Ð'ÐµÐ»ÑºÐµÑºÑºÑºÐ½Ð°Ð
Ð³/ÑºÐ³Ð°Ð½Ð , ÑºÐµÑºÐºÑºÑºÐ , Ð¿ÑºÐ³/ÑºÐµÑºÑºÐ , Ð³/Ð½Ð°Ð»ÑºÐ½ÑºÑºÐ ,
Ð»ÐµÑºÐµÐ±Ð½ÑºÑºÐ , ÐºÐ°ÐºÐ³/Ð¹ Ð³/ÑºÐ'Ð°ÑºÑºÐ
Ð¿ÑºÐµÐ'Ð¿Ð³/ÑºÑºÐµÐ½Ð , Ðµ.

Ð° Ð, Ð¼ÐµÐµÑ Ð»ÐµÐ³ÐºÐ, Ð¹ Ñ Ñ Ð°Ð²Ñ Ð½Ð¾Ð¹, Ñ Ñ Ñ ÐºÐ¾Ñ Ð³/4Ð²Ñ Ð¹
Ð, Ð»Ð, Ð°Ñ Ð¾Ð¹/4Ð°Ñ Ñ Ñ Ð, Ñ Ð½Ñ Ð½Ñ Ð¹/4Ð°Ñ ÐµÐ». ÐÐ½Ð° Ð½Ðµ
Ñ Ð¾Ð·Ð·Ð°ÐµÑ Ð¾Ð±Ð, Ð»Ñ Ð½Ð¾Ð¹ Ð¿ÐµÐ½Ñ, ÐÐ°
Ñ Ð¿Ð°Ð¾Ð²ÐºÐµ ÐµÑ Ñ Ñ Ð·Ð½Ð°Ñ Ð¾Ðº
Ñ ÐºÐ¾Ñ ÐµÑ Ñ Ð, Ñ Ð, ÐºÐ°Ñ Ð°, Ð° Ð½Ð° Ñ Ñ Ð, ÐºÐµÑ ÐºÐµ
Ð½Ð¾Ð¶ÐµÑ Ð¾Ñ Ð'ÐµÐ»Ñ Ð½Ð¾Ñ ÐºÐ°Ð·Ñ Ð²Ð°Ñ Ñ Ñ Ñ
Ð½Ð¾Ð½Ð¹ÐµÑ Ñ ÐµÑ Ñ Ð, Ñ Ð, ÐºÐ°Ñ Ð° ÐºÐ°Ñ ÐµÑ Ñ Ð²Ð°.

