



## Инновации в цифровом брендинге.фдир\_МАГ

- 1 Укажите, какой из следующих этапов является первым в процессе разработки бренда.
- 2 Укажите, почему важно выбирать узкую целевую аудиторию на начальном этапе.
- 3 Укажите, что включает в себя впечатление от бренда.
- 4 Укажите, как часто рекомендуется обновлять продукцию для соответствия требованиям клиентов.
- 5 Укажите, что такое позиционирование бренда.
- 6 Укажите, какова одна из основных целей стратегического управления брендом.
- 7 Укажите, что означает формулировка «брэндинговая премия».
- 8 Укажите, какой из следующих пунктов не является значением капитала бренда для компании.
- 9 Укажите, какое из следующих утверждений верно относительно управления рисками в контексте стратегического планирования бренда.
- 10 Укажите, что из перечисленного является преимуществом брендов с сильным капиталом.
- 11 Укажите, какое из следующих утверждений верно относительно влияния брендов на ликвидность фирмы.
- 12 Укажите, что подразумевает управление капиталом бренда.
- 13 Укажите, что является одним из средств оценки управления брендом.
- 14 Укажите, какой термин описывает восприятие бренда в текущий момент.
- 15 Укажите значения термина «позиция бренда» по Д. Аакеру.
- 16 Укажите, что входит в парадигму капитала бренда как набора ассоциаций потребителя в отношении бренда:



- 17 Укажите, что входит в парадигму капитала бренда в денежном выражении:
- 18 Укажите, какой из следующих принципов лояльности подразумевает осведомленность о бренде.
- 19 Укажите, что может быть примером предоставления ресурсов, обладающих ценностью для клиента.
- 20 Укажите, какой принцип лояльности подчеркивает важность соблюдения собственных принципов компании.
- 21 Укажите, какое из следующих действий не способствует повышению лояльности потребителей.
- 22 Укажите, что из перечисленного может вызвать когнитивную реакцию лояльного потребителя.
- 23 Укажите, какое из следующих утверждений соответствует принципу экономии ресурсов.
- 24 Укажите, какой из факторов может повысить лояльность молодых родителей.
- 25 Укажите, какой из следующих аспектов не относится к принципам лояльности.
- 26 Укажите, какое действие может продемонстрировать доброе отношение компании к клиенту.
- 27 Укажите, какой из следующих способов не относится к повышению лояльности клиентов.
- 28 Укажите, какой метод используется для создания специального предложения для постоянных клиентов.
- 29 Укажите, какой из методов не является частью контент-маркетинга.
- 30 Укажите, какой из перечисленных способов помогает собрать мнение клиентов о компании.
- 31 Укажите, какой метод не относится к повышению лояльности клиентов.
- 32 Укажите, какой метод оценки лояльности сотрудников включает в себя использование шкалы.
- 33 Укажите, какой метод не используется для оценки лояльности сотрудников.
- 34 Укажите, какой метод оценки лояльности сотрудников основан на использовании открытых вопросов.



- 35 Укажите, какой из методов позволяет измерить уровень вовлеченности сотрудников в компанию.
- 36 Укажите, какую роль играет эмоциональная связь бренда с клиентом по В.Л. Музыканту.
- 37 Укажите, какой аспект брендинга В.Л. Музыканта считает наиболее важным для создания долгосрочных отношений с клиентами.
- 38 Укажите, какое из следующих утверждений наиболее точно описывает процесс формирования имиджа бренда по В.Л. Музыканту.
- 39 Укажите, что влияет на причины выбора покупателем того или иного бренда согласно концепции Дж. Траута.
- 40 Укажите, какое из следующих утверждений о "колесе контактов" и метриках эффективности брендинга является верным.