



## Итоговая аттестация Директор по e-commerce.MBA\_ДЕ

- 1) Какую функцию не несет интернет-магазин для бренда?
- 2) Какой канал продаж имеет наибольшую тенденцию роста в российском онлайн?
- 3) Почему подключение к маркетплейсам необходимо для интернет-магазинов? (один вариант ответа)
- 4) Без какой функции интернет-магазин сможет существовать? (несколько вариантов ответа)
- 5) Чем отличаются маркетплейсы от интернет-магазинов крупных ритейлеров? (один вариант ответа)
- 6) Какие аспекты конкурирующих интернет-магазинов стоит изучить до запуска? (несколько вариантов ответа)
- 7) Где брать оценку трафика? (один вариант ответа)
- 8) Как анализировать клиентов? (один вариант ответа)
- 9) Какую платформу оптимальнее выбрать для создания интернет-магазина?
- 10) Какая стратегия работы с ассортиментом оптимальна? (несколько вариантов ответа)
- 11) Что влияет на рост числа прямых заходов на сайт? (несколько вариантов ответа)
- 12) Какая цена закупки рекламы по СРМ?
- 13) Что из перечисленного является преимуществом CPA канала? (один вариант ответа)
- 14) Для какой цели необходимо получить email и номер телефона клиента?
- 15) Как часто стоит делать RFM анализ базы? (один вариант ответа)
- 16) Что из перечисленного является важным при выборе оператора фулфилмента? (несколько вариантов ответа)





- 17) В каком случае правомерным будет отказ покупателю в возврате денежных средств?
- 18) Как оптимизировать последнюю милю? (несколько вариантов ответа)
- 19) Какие метрики стоит отслеживать при оценке качества оператора последней мили? (несколько вариантов ответа)
- 20) Какой способ работы с возвратами бракованного товара наиболее эффективен? (несколько вариантов ответа)
- 21) Какие роли не являются кросс функциональными в интернет-магазине? (несколько вариантов ответа)
- 22) Чем характерна юнит-экономика? (один вариант ответа)
- 23) Какие способы решать юридические вопросы наиболее эффективны для крупного бизнеса? (несколько вариантов ответа)
- 24) Какие метрики должен ежедневно отслеживать руководитель интернет-магазина? (несколько вариантов ответа)
- 25) Как маркетинг может повлиять на снижение возвратов? (один вариант ответа)
- 26) Что из перечисленного относится к ключевым маркетплейсам в России? (несколько вариантов ответа)
- 27) Что из перечисленного входит в стоимость комиссии маркетплейса? (один вариант ответа)
- 28) Какие из маркетплейсов являются приоритетными для категории fashion? (несколько вариантов ответа)
- 29) Что из перечисленного можно отнести к достоинству маркетплейсов? (один вариант ответа)
- 30) Какой канал самый быстрорастущий в российском икоме?
- 31) Чем отличается работа на маркетплейсе от собственного интернет магазина? (один вариант ответа)
- 32) Какие роли необходимы при работе с маркетплейсами? (несколько вариантов ответа)
- 33) Чем отличается FBS от DBS? (один вариант ответа)
- 34) Как конкурировать на маркетплейсе? (несколько вариантов ответа)





- 35) Что критично для товарного контента? (несколько вариантов ответа)
- 36) Какие существуют инструменты влияния на продажи на маркетплейсах? (несколько вариантов ответа)
- 37) Как отзывы влияют на продажи? (один вариант ответа)
- 38) Где искать сервисы для работы с маркетплейсами (несколько вариантов ответа)
- 39) Какая из проблем относится к внешнему трафику на маркетплейсах?
- 40) Каким из перечисленных способов не получится работа с KOL?
- 41) Какой из барьеров является основным в создании своего маркетплейса?
- 42) Какую аналитику захотят видеть мерчанты? (несколько вариантов ответа)
- 43) Какие модели продажи внутреннего трафика эффективнее?
- 44) Каким способом наиболее эффективно настроить работу с мерчантами? (один вариант ответа)
- 45) Какими способами наиболее эффективно настроить работу с отчетностью? (несколько вариантов ответа)

