



Итоговый экзамен Организация продаж на маркетплейсах. Создание интернет-магазина.ДРБ_ОП РХ_РАНХИГС

- 1) Что такое глубина ассортимента?
- 2) Что относится к плюсам Дропшипинга?
- 3) Что такое РСЯ?
- 4) Ремаркетинг - это?
- 5) SEO - это?
- 6) Самым распространенным инструментом увеличения ценности товара является?
- 7) Что учитывает LTV?
- 8) Hard skills - это?
- 9) SERM - это?
- 10) CRM система - это?
- 11) Какая структура отдела продаж подойдет для небольшого магазина с невысоким потоком заказов?
- 12) Какой самый простой способ создать дефицит товара?
- 13) Что такое “Юзабилити”?
- 14) Где на сайте необходимо размещать корзину?
- 15) Где лучше всего размещать кнопка “Купить” или “Добавить в корзину”?
- 16) А/В тестирование - это?
- 17) Контекстная реклама - это?





- 18) Как настраивается “Статический ремаркетинг”?
- 19) CPA - это?
- 20) Способ оплаты с самой низкой комиссией для продавца это:
- 21) Зачем нужен UGC контент?
- 22) Как расшифровывается UGC?
- 23) Кто формирует UGC?
- 24) Выберите верное утверждение о UGC?
- 25) Что в себя включает UGC?
- 26) Как работать с UGC?
- 27) Как с английского переводится usability?
- 28) Какая главная цель Юзабилити?
- 29) Выберите основные правила Юзабилити?
- 30) Когда человек заходит на сайт, где он ожидает увидеть строку поиска?
- 31) Когда человек заходит на сайт, где он ожидает увидеть корзину?

