



## Итоговый экзамен Продвижение нутрициологических услуг.ДРБ\_ПНУ

- 1) Какую задачу выполняет призыв к действию в посте?
- 2) Какой способ привлечения внимания к посту считается наиболее эффективным?
- 3) Почему важно ограничивать каждую публикацию одной главной мыслью?
- 4) Что такое лид-магнит, какова его цель?
- 5) Что позволяет избежать распыления ресурсов при продвижении услуг нутрициолога?
- 6) Что является ключевым фактором для успешного нишевания?
- 7) Какую основную цель преследует сбор отзывов и рекомендаций от клиентов для бренда нутрициолога?
- 8) Зачем нутрициологу необходимо глубоко понимать свою целевую аудиторию?
- 9) Какой этап Лестницы Бена Ханта предполагает, что клиент уже понял, что у него есть отклонения по анализам?
- 10) Какую роль играет Пирамида Маслоу в понимании потребностей клиентов?
- 11) Что такое аватар клиента, почему он важен для маркетинговой стратегии?
- 12) Почему важно использовать Яндекс Вордстат в анализе ключевых запросов?
- 13) Какую структуру рекомендуется использовать для первого разговора с клиентом?
- 14) Почему важно вовлекать клиента в диалог при первом контакте?
- 15) Как следует представить персонализированное предложение клиенту?
- 16) Как правильно вести диалог с клиентом, учитывая его потребности?





- 17) Вы планируете запустить серию постов, направленных на продвижение вашего нового онлайн-марафона по здоровому питанию. Вы хотите, чтобы эти посты не только привлекали внимание, но и способствовали конверсиям — регистрации на курс. Какие действия вы предпримете, чтобы создать эффективный контент-план для этой кампании?
- 18) Клиент выразил желание участвовать в вашем онлайн-марафоне по здоровому питанию. «Здравствуй! Я заинтересован( в вашем онлайн-марафоне по здоровому питанию, но хотел( бы узнать больше перед тем, как записаться. Какие условия участия, что входит в программу, и какой поддержки можно ожидать во время марафона? Также хотелось бы узнать, когда он начинается и что мне нужно будет подготовить?» Какую информацию важно ему предоставить перед началом?
- 19) Клиент оставляет комментарий под вашим постом: «Я никогда не слышал о пользе омега-3 для здоровья. Стоит ли мне начать принимать добавки? Я хочу улучшить свое самочувствие, но не уверен(, что это действительно необходимо.» Как лучше ответить?
- 20) Вы заметили, что публикации с инфографикой и видеоконтентом в вашем блоге получают наибольшую вовлеченность, в то время как текстовые посты и статьи не вызывают большого интереса. Однако вы считаете, что образовательный контент (статьи и длинные посты) важен для позиционирования вас как эксперта в области нутрициологии. Как вы пересмотрите свой контент-план на следующий месяц, чтобы сохранить образовательный компонент и одновременно увеличить вовлеченность?

