



Итоговый экзамен СММ маркетолог.odin

- 1) Чем целевая аудитория отличается от аватара клиента?
- 2) В чем отличие УТП от оффера?
- 3) Информационное содержимое, создаваемое пользователями:
- 4) Лид-магнит - это...
- 5) Что такое продающие триггеры?
- 6) Для чего нужны триггеры?
- 7) SEO специалист должен...
- 8) Числовые показатели деятельности, которые помогают измерить степень достижения целей или оптимальности процесса, а именно: результативность и эффективность, носят название...
- 9) Поисковая система -
- 10) Performance-маркетинг — это...
- 11) Поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO) —
- 12) Рекламные объявления ВКонтакте условно можно разделить на...
- 13) Этот тип рекламы предназначен для продвижения мини-приложений и для того, чтобы продвинуть не только свой профиль во «ВКонтакте», но и свои записи на стене:
- 14) Лид-форма - это...
- 15) К запрещенным разделам при создании рекламного объявления ВКонтакте относятся:
- 16) Процесс получения инсайтов от пользователей для создания, проверки и оптимизации идей развития продукта с помощью интервью и структурированных экспериментов:
- 17) Ретаргетинг ВКонтакте - это ...





- 18 Выберите типы Ретаргетинга:
- 19 Инструмент в рекламном кабинете ВКонтакте, который поможет сайтам показывать пользователям автоматически сгенерированные максимально релевантные предложения в рекламных объявлениях и возвращать клиентов для совершения покупок:
- 20 Целевое действие, которое совершают посетителя вашего сайта:
- 21 Информацию о негативных отзывах пользователей на рекламу необходимо собирать, чтобы...
- 22 Цепочка писем (англ. email workflow) — это...
- 23 Страница благодарности (страница «спасибо», «thank you page») — это...
- 24 Сегментация - это...
- 25 Копирайтер...

