



Клиентоориентированность.фип_БАК_Менеджмент_н/с

- 1 Что позволяет сделать RFM-анализ?
- 2 Какой из следующих каналов не относится к CRM-коммуникации?
- 3 Какова основная задача клиентской поддержки?
- 4 Что такое NPS?
- 5 Что означает ROPO?
- 6 Какой из следующих вопросов помогает анализировать динамику ROPO?
- 7 Что важно для формирования единого клиентского опыта при омниканальном взаимодействии?
- 8 Какой из следующих пунктов не является задачей CRM-маркетинга?
- 9 Что включает в себя "свободу и контроль" в юзабилити?
- 10 Какой из следующих пунктов не относится к задачам, которые решает CRM-маркетинг?
- 11 Какой из следующих аспектов важен для создания успешной e-mail рассылки?
- 12 Какой из следующих вопросов может быть задан в NPS-опросе?
- 13 Какой из следующих аспектов важен для создания удобного интерфейса сайта?
- 14 Какой из следующих аспектов важен для понимания пути пользователя?
- 15 Выберите корректную формулу, по которой рассчитывается NPS:
- 16 Омниканальная модель позволяет:
- 17 Процесс онлайн-бронирования товара и последующего получения его в офлайн-магазине – это:





- 18) Что не включает увеличение коммерческих метрик:
- 19) В чем заключается основная задача ROPO?
- 20) На каком экране e-mail письма необходимо публиковать самую нужную информацию?
- 21) Вы управляете интернет-магазином, который продает одежду. В последнее время вы заметили, что уровень удовлетворенности клиентов снижается, а количество возвратов увеличивается. Вы решили провести анализ и улучшить клиентский опыт. Вопрос: Какое из следующих действий будет наиболее эффективным для улучшения клиентского опыта?
- 22) Какой этап воронки отвечает за формирование узнаваемости бренда?
- 23) Какова основная задача этапа Consideration?
- 24) Какую модель закупки обозначает CPC?
- 25) Какой из следующих типов атрибуции учитывает только последний клик?
- 26) Какой из этапов составления аватара клиента идет первым?
- 27) Какой из следующих пунктов является ошибкой при составлении аватара клиента?
- 28) Что является основной задачей CJM?
- 29) Какой инструмент визуализирует клиентский опыт при взаимодействии с продуктом?
- 30) Какой из этапов воронки не включает в себя прямое взаимодействие с клиентом?
- 31) Какой из следующих факторов не влияет на принятие решения о покупке?
- 32) Что такое "инфоболи" в контексте аватара клиента?
- 33) На каком этапе воронки происходит непосредственная покупка продукта?
- 34) Что подразумевается под "тревогой и боязнью перемен" при смене продукта?





- 35 Какой из следующих пунктов не является элементом маркетинговой формулы AIDA?
- 36 Какой из следующих методов не относится к атрибуции?
- 37 Что такое модель атрибуции?
- 38 Что такое аватар клиента?
- 39 Как называется путь, который проходит клиент от возникновения потребности до покупки?
- 40 Какой из следующих пунктов относится к модели закупки CPA?
- 41 Какой элемент не является частью customer journey map?
- 42 Вы работаете в команде, которая разрабатывает новый интернет-магазин по продаже спортивной одежды. Ваша задача — создать Customer Journey Map, чтобы понять, как клиенты взаимодействуют с вашим брендом на разных этапах покупки. Вопрос: Какой элемент не должен включаться в Customer Journey Map?
- 43 Какой этап воронки отвечает за формирование узнаваемости бренда?
- 44 Какова основная задача этапа Consideration?
- 45 Какую модель закупки обозначает CPC?
- 46 Какой из следующих типов атрибуции учитывает только последний клик?
- 47 Какой из этапов составления аватара клиента идет первым?
- 48 Какой из следующих пунктов является ошибкой при составлении аватара клиента?
- 49 Что является основной задачей CJM?
- 50 Какой инструмент визуализирует клиентский опыт при взаимодействии с продуктом?
- 51 Какой из этапов воронки не включает в себя прямое взаимодействие с клиентом?





- 52) Какой из следующих факторов не влияет на принятие решения о покупке?
- 53) Что такое "инфоболи" в контексте аватара клиента?
- 54) На каком этапе воронки происходит непосредственная покупка продукта?
- 55) Что подразумевается под "тревогой и боязнью перемен" при смене продукта?
- 56) Какой из следующих пунктов не является элементом маркетинговой формулы AIDA?
- 57) Какой из следующих методов не относится к атрибуции?
- 58) Омниканальная модель позволяет:
- 59) Процесс онлайн-бронирования товара и последующего получения его в офлайн-магазине – это:
- 60) Что не включает увеличение коммерческих метрик:
- 61) В чем заключается основная задача ROPO?
- 62) На каком экране e-mail письма необходимо публиковать самую нужную информацию?
- 63) Что позволяет сделать RFM-анализ?
- 64) Какой из следующих каналов не относится к CRM-коммуникации?
- 65) Какова основная задача клиентской поддержки?
- 66) Что такое NPS?
- 67) Что означает ROPO?
- 68) Какой из следующих вопросов помогает анализировать динамику ROPO?
- 69) Что важно для формирования единого клиентского опыта при омниканальном взаимодействии?
- 70) Какой из следующих пунктов не является задачей CRM-маркетинга?





- 71) Что включает в себя "свободу и контроль" в юзабилити?
- 72) Какой из следующих пунктов не относится к задачам, которые решает CRM-маркетинг?
- 73) Что означает термин UX?
- 74) Какое определение соответствует юзабилити?
- 75) Что такое CRM-маркетинг?
- 76) Что анализирует RFM-анализ?
- 77) Что измеряет NPS?
- 78) Какое описание относится к ROPO?
- 79) Что подразумевает Click and Collect?
- 80) Что означает фиджитал?
- 81) Что такое Buy Online, Pickup in Store (BOPiS)?
- 82) Какое из следующих утверждений верно для юзабилити?
- 83) Какой из следующих элементов не является частью CRM-маркетинга?
- 84) Какой из следующих методов используется для измерения лояльности клиентов?
- 85) Какой из следующих аспектов не относится к фиджитальным коммуникациям?
- 86) Какой из следующих методов помогает улучшить клиентский опыт?
- 87) Что такое семантическое ядро запросов при описании аватара клиента?
- 88) Путь пользователя в CJM – это расширенная версия...
- 89) Какой этап следует после совершения покупки по модели AIDA?





- 90 Карты пути пользователя, составленные на основе схожего опыта нескольких пользователей – это:
- 91 Модель D2C – это:
- 92 К онлайн-каналам взаимодействия не относят:
- 93 Что описывает Userstory?
- 94 Какой шаблон используют в методологии JTBD при написании job stories?
- 95 Что такое mid-roll?
- 96 Что не включает медийная реклама?
- 97 При построении воронки с нуля или оптимизации рекламы необходимо начинать:
- 98 На что направлена медийная реклама?
- 99 Что не относится к каналу Direct marketing?
- 100 Вы работаете в команде, которая разрабатывает новый интернет-магазин по продаже косметики. Ваша задача — создать Customer Journey Map, чтобы понять, как клиенты взаимодействуют с вашим брендом на разных этапах покупки. Вопрос: На каком этапе клиент может столкнуться с проблемами, связанными с выбором размера или цвета?
- 101 Вы запускаете e-commerce проект по продаже обуви из натуральной кожи. Ваша задача — создать аватар клиента, чтобы детальнее изучить аудиторию бренда. Вопрос: Какой из следующих аспектов не следует учитывать при создании аватара клиента для e-commerce проекта?
- 102 Вы управляете интернет-магазином, который продает товары для дома. В последнее время вы заметили, что уровень удовлетворенности клиентов снижается, а количество возвратов увеличивается. Вы решили провести анализ и улучшить клиентский опыт. Вопрос: Какой из следующих подходов к обслуживанию клиентов может улучшить их лояльность?

