



Маркетинг диджитал проектов.фдир_МАГ(2/2)

- 1) Что является основным признаком диджитал-проекта?
- 2) Какой элемент НЕ входит в основные направления маркетинга диджитал-проектов?
- 3) Что такое KPI?
- 4) Какой канал продвижения считается органическим?
- 5) Кто такой пользователь в контексте CJM?
- 6) Что такое виральность?
- 7) Что включает digital-экосистема?
- 8) Какой инструмент анализа позволяет оценить путь пользователя?
- 9) Какой показатель указывает на конверсию?
- 10) Какой тип трафика требует наибольших затрат?
- 11) Что обозначает аббревиатура ROI?
- 12) Какой метод вовлечения используется в SMM?
- 13) Что из перечисленного входит в performance-маркетинг?
- 14) Какой инструмент помогает построить путь клиента?
- 15) Что является конечной целью маркетинга диджитал-проекта?
- 16) Какой показатель отражает вовлечённость в соцсетях?
- 17) Что такое таргетинг?
- 18) Что определяет tone of voice бренда?
- 19) Что включает продуктовая стратегия?





- 20) Что характеризует фиджитал-подход?
- 21) Основная цель digital-маркетинга — это достижение ___ и удержание клиента.
- 22) SEO расшифровывается как ___ ___ Optimization.
- 23) CJM — это карта ___ ___ клиента.
- 24) Виральность означает способность контента к ___ распространению.
- 25) Платформа, на которой строится digital-экосистема бренда, — это ___.
- 26) Ключевым показателем эффективности считается ___.
- 27) Этап, на котором пользователь принимает решение о покупке, называется ___.
- 28) LTV показывает ___ ___ клиента.
- 29) CTR означает отношение кликов к числу ___.
- 30) Инструмент для изучения пользовательского пути — это ___.
- 31) Установите соответствие между терминами и их определениями.
- 32) Установите соответствие между метриками и их описанием/
- 33) Установите соответствие между этапами CJM и действиями пользователя/
- 34) Установите соответствие между инструментами и задачами.
- 35) Установите соответствие между ролями и их функциями в digital-проекте.
- 36) Упорядочите этапы воронки продаж:
- 37) Упорядочите этапы создания стратегии диджитал-проекта:
- 38) Упорядочите этапы построения CJM:
- 39) Упорядочите компоненты маркетинговой воронки:





40

Упорядочите шаги в планировании SMM-кампании:

Самый быстрый способ связи — мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max

Help@disynergy.ru | +7 (924) 305-23-08