



Маркетинговая аналитика и data-driven менеджмент.фп_БАК_н/с

- 1 Неверно, что в классическую маркетинговую систему входит элемента...
- 2 Data-driven – это принятие решений на основе...
- 3 Неверно, что в data-driven маркетинге используется методика...
- 4 Установите порядок этапов процесса создания стратегии data-driven маркетинга:
- 5 Процесс сегментирования аудитории на основе данных – это...
- 6 Успех data-driven маркетинговой кампании измеряется по...
- 7 В digital-маркетинге... используются как источники данных
- 8 Data-driven подход в маркетинге способствует...
- 9 KPI в data-driven маркетинге играют роль...
- 10 Действия по мониторингу пользователей в процессе data-driven маркетинга относятся к этапу...
- 11 A/B тестирование – это...
- 12 К внешней среде маркетинговой системы относится...
- 13 В обработке больших объемов данных в маркетинге помогает...
- 14 Преимуществом использования data-driven подхода в маркетинге является...
- 15 Для прогнозирования чаще всего используется метод... анализа данных
- 16 Персонализация в data-driven маркетинге – это...
- 17 Если маркетинговая стратегия не принесла ожидаемых результатов необходимо...





- 18) Выявить скрытые зависимости между различными переменными позволяет... анализ данных
- 19) Установите соответствие между ключевыми терминами и их определениями:
- 20) Установите соответствие между инструментами и их ролями в data-driven маркетинге:
- 21) Представьте, что вы продюсер крупного онлайн-курса по обучению гейм-дизайну. Ваш курс конкурирует с другими платформами. Ваши маркетологи предлагают различные подходы к улучшению стратегии продвижения. Какой из следующих подходов наиболее демонстрирует роль data-driven подхода?
- 22) Анализ... позволяет сегментировать клиентов по частоте их покупок
- 23) Основная цель CRM-системы – это...
- 24) ... анализ – это анализ лояльности и уровней конверсии новых групп клиентов
- 25) Показатель... в RFM-анализе относится к давности совершения покупки
- 26) Неверно, что... относится к категории демографических данных клиента
- 27) Установите соответствие между терминами и определениями к ним:
- 28) Основной целью e-mail маркетинга является...
- 29) Сегментация клиентской базы – это...
- 30) Автоматически собирать данные о поведении клиента на сайте позволяет инструмент...
- 31) Определите порядок этапов взаимодействия с клиентами:
- 32) LTV (Lifetime Value) используется для...
- 33) Путь клиента – это...
- 34) Оценить вероятность удержания клиента помогает метрика...





- 35) Установите соответствие между действиями и их инструментами анализа:
- 36) Персонализация предложений – это...
- 37) Наиболее эффективным методом анализа для оценки текущей лояльности клиентов является...
- 38) Определите порядок этапов внедрения CRM-системы в бизнес:
- 39) Неверно, что оценить эффективность взаимодействия с клиентской базой помогает показатель...
- 40) При планировании e-mail рассылок для клиентской базы важно учитывать...
- 41) CLV (Customer Lifetime Value) – это...
- 42) Вы создаёте маркетинговую стратегию для киноклуба. Чем больше фильмов смотрит подписчик, тем выше вероятность того, что он останется подписанным на платформу. Какой подход лучше выбрать для создания персонализированных рекомендаций?
- 43) К категории онлайн-промо-инструментов относится...
- 44) В поисковых системах можно использовать...
- 45) К стимулированию продаж относится...
- 46) CRM в контексте цифровой рекламы – это...
- 47) Установите порядок этапов проведения акции по продвижению:
- 48) Персонализированные объявления для пользователей, которые уже взаимодействовали с брендом – это...
- 49) Ключевым преимуществом использования промо-акций является...
- 50) Для удержания клиентов чаще всего используют...
- 51) Установите соответствие между метриками и описанием к ним:
- 52) Для вовлечения аудитории на сайте подходит...
- 53) A/B-тестирование – это...





- 54 Установите соответствие между инструментами маркетинга и их описанием:
- 55 Для привлечения внимания к новому продукту или услуге чаще всего используется...
- 56 Примером офлайн промо-инструмента является...
- 57 Ретаргетинг – это...
- 58 Процесс создания и распространения полезного и релевантного контента для привлечения целевой аудитории – это контент-...
- 59 При создании рекламного объявления наиболее важным элементом является...
- 60 Промо-инструменты – это...
- 61 Вы продюсируете мероприятие — запуск онлайн-курса по сценарному мастерству. Собрана статистика по рекламной кампании: охваты широкие, но заинтересованная аудитория не конвертируется в покупки. Какие действия вы предпримете, чтобы исправить ситуацию?
- 62 Установите соответствие между видами маркетинговых отчетов Power BI и их целями:
- 63 К инструментам продвижения через поисковые системы относится...
- 64 ...используется для визуализации пути клиента от знакомства с продуктом до совершения покупки
- 65 Установите соответствие между этапами CJM и их описанием:
- 66 Для выявления болевых точек клиента на различных этапах пути подходит метод...
- 67 Основная цель создания карты пути клиента (CJM) заключается в...
- 68 Установите порядок этапов создания CJM:
- 69 NPS (Net Promoter Score) относится к показателям... точек контроля эффективности маркетинговой стратегии
- 70 Неверно, что примером точки контакта в CJM является...
- 71 Установите соответствие между показателями и их назначением:





- 72) Для отслеживания поведения пользователей на сайте чаще всего используется...
- 73) Эмоциональное состояние клиента на различных этапах взаимодействия с продуктом помогает определить...
- 74) Метод... улучшает клиентский опыт после покупки
- 75) Определите порядок этапов разработки маркетинговой стратегии на основе CJM:
- 76) Использование CJM в маркетинге дает...
- 77) Продвижение бизнеса в социальных сетях – это...
- 78) Нативная реклама – это...
- 79) Определите порядок этапов запуска рекламной кампании:
- 80) Для повышения удовлетворенности клиентов наиболее эффективным подходим считается...
- 81) Ключевым элементом для повышения эффективности маркетинговой стратегии на основе CJM является...
- 82) Система... – это стратегический инструмент, который помогает компаниям улучшать клиентский опыт, удерживать клиентов и увеличивать их пожизненную ценность
- 83) Представьте, что вы запустили промо-кампанию нового театрального спектакля. На этапе CJM анализ показывает, что покупатели активно просматривают страницу с трейлером спектакля, но не переходят к покупке билетов. Какую метрику вам нужно отслеживать, чтобы понять, что тормозит процесс?
- 84) Установите соответствие между правилами реферального маркетинга и их основными задачами:
- 85) Data-driven подход в маркетинге – это...
- 86) Данные в data-driven маркетинге...
- 87) В data-driven маркетинге могут использоваться... типы данных
- 88) Анализировать поведение пользователей на сайте позволяет...





- 89 Метрика... относится к показателям эффективности маркетинга
- 90 Маркетинг-микс – это...
- 91 Внедрение систем маркетинговой автоматизации для сокращения затрат и улучшения таргетинга – это... маркетинга
- 92 Неверно, что классический маркетинг-микс включает в себя элемент...
- 93 Целью data-driven маркетинга является...
- 94 Неверно, что частью data-driven подхода является...
- 95 Data-driven маркетинг помогает в персонализации предложений через...
- 96 Установите соответствие между элементами классического маркетинг-микса и их определениями:
- 97 Определите порядок этапов data-driven процесса:
- 98 ... система – это система управления взаимоотношениями с клиентами
- 99 Customer Journey – это...
- 100 Информация о предпочтениях клиентов, основанная на их поведении в интернете – это... данные
- 101 Искусственный интеллект в data-driven маркетинге...
- 102 Неверно, что примером поведенческих данных является...
- 103 Ретаргетинг – это...
- 104 Data-driven маркетинг может улучшить лояльность клиентов...
- 105 Для проведения RFM-анализа клиентской базы необходимы данные...
- 106 Компании проводят ABC/XYZ-анализ клиентской базы для...
- 107 Благодаря использованию систем аналитики, таких как Google Analytics можно получить данные...





- 108 Анализ... – это определение целевой аудитории, конкурентных цен и восприятия цен
- 109 Разделение клиентов на группы по их поведению, предпочтениям и финансовым возможностям – это... клиентов
- 110 Неверно, что к способам сегментации клиентской базы относится... сегментация
- 111 Сбор отзывов клиентов необходим для...
- 112 Показатель, отражающий процент клиентов, совершивших покупку после просмотра рекламы – это...
- 113 Определите последовательность этапов внедрения CRM-системы:
- 114 Установите соответствие между понятиями и их значением:
- 115 Для построения визуальных отчетов на основе данных используется...
- 116 Когортный анализ – это анализ...
- 117 Оценить вероятность возвращения клиента помогает показатель...
- 118 Персонализация в работе с клиентской базой – это...
- 119 Неверно, что для сегментации клиентской базы основным фактором является...
- 120 Установите последовательность этапов работы с клиентской базой:
- 121 Улучшить лояльность клиентов помогут...
- 122 Для выявления самых прибыльных клиентов используется метод анализа...
- 123 Длительной и дорогой стратегией привлечения новых клиентов является...
- 124 Основная задача первичного сбора данных о клиенте – это...
- 125 К оффлайн-промо-инструментам относятся...
- 126 Использование рекомендаций известных личностей для продвижения продукта подразумевает...





- 127) Установите соответствие между промо-инструментами и их характеристиками:
- 128) К основным целям использования промо-инструментов относится...
- 129) ... нацелена исключительно на привлечение аудитории в оффлайн-магазины
- 130) Установите последовательность этапов разработки эффективной промо-кампании в правильной последовательности:
- 131) ... оценивает, насколько хорошо инструмент достигает поставленных целей
- 132) Метод анализа данных, который позволяет отслеживать и оценивать эффективность маркетинговых кампаний на всех этапах воронки продаж – это... аналитика
- 133) Основное преимущество использования QR-кодов как промо-инструмента заключается в...
- 134) Кросс-промо в маркетинге – это...
- 135) к способам стимулирования повторной покупки относится...
- 136) Для продвижения нового продукта подходит...
- 137) Установите соответствие между типом платформы и примером её использования в промо:
- 138) Для удержания аудитории после продажи эффективны...
- 139) Отличительной чертой партнёрского маркетинга является...
- 140) Для привлечения новых клиентов подходят...
- 141) Минимальными затратами при разработке отличается...
- 142) Установите последовательность развития кампании при использовании лид-магнита:
- 143) Примером креативной интеграции бренда в контент является...
- 144) Эффективным инструментом привлечения внимания в офлайне считается...
- 145) Решающее значение при анализе точек контакта имеет...





- 146 К прямым точкам контакта клиента с брендом относится...
- 147 Установите соответствие между этапом пути клиента (СJM) и показателем его эффективности:
- 148 Определить слабые точки СJM можно с помощью...
- 149 Ключевым фактором успешного внедрения СJM является...
- 150 Определите последовательность этапов анализа пути клиента:
- 151 Для оценки клиентского опыта на стадии осведомленности чаще всего используются метрики... (выберите 2 варианта ответа)
- 152 Лояльность существующих клиентов измеряет...
- 153 Стратегия, в рамках которой компании поощряют своих клиентов делиться положительным опытом о продукте или услуге с новыми потенциальными клиентами – это... маркетинг
- 154 ...- это система возврата части денежных средств, потраченных клиентом, после покупки
- 155 Полный охват взаимодействий клиента с продуктом от первого касания до долгосрочной лояльности предполагает...
- 156 Болевые точки клиента в ходе взаимодействия с брендом помогает выявить...
- 157 Неверно, что показателем контроля маркетинговой стратегии является...
- 158 Определите порядок этапов оценки клиентского опыта в рамках СJM:
- 159 Для повышения лояльности клиентов наиболее эффективными действиями считаются... (выберите 2 варианта ответа)
- 160 Точкой контакта на стадии удержания клиентов считается...
- 161 Установите соответствие между этапами пути клиента СJM и типом данных, необходимых для их анализа:
- 162 Неверно, что примером точки контакта в СJM является...
- 163 Установите соответствие между показателями и их назначением:





- 164) Рекламная кампания вашего продуктового онлайн-шоу получила скромный рост трафика. Что лучше делать в первую очередь, если вы придерживаетесь data-driven подхода?
- 165) Вы разрабатываете программу продвижения документального фильма. Команда предлагает несколько целевых групп. Какой подход к выбору группы наилучшим образом отражает data-driven мышление?
- 166) Вы являетесь продюсером крупного онлайн-курса по киноискусству. Сейчас ваша база данных пользователей включает людей разного возраста, интересов, географического положения. Перед вами стоит задача увеличить вовлечённость клиентов. Какой подход вы выберете для определения сегментов аудитории?
- 167) При работе над продвижением образовательной платформы вы обнаружили, что значительное число пользователей перестало открывать ваши рассылки и посещать сайт. Какие действия лучше предпринять, чтобы вернуть их вовлечённость?
- 168) Вы продюсер театрального спектакля, который будет проходить всего одну неделю в онлайн-формате. Вам нужно привлечь зрителей с минимальными затратами, поскольку большая часть бюджета ушла на постановку. Какой тип рекламного инструмента вы выберете?
- 169) Представьте, что вы продюсер музыкального онлайн-фестиваля, который ежегодно собирает небольшую аудиторию постоянных фанатов. В этом году конкуренция выросла, и нужно удержать своих клиентов. Какой инструмент промо будет наиболее эффективным для повышения их лояльности?
- 170) Представьте, что вы продюсируете образовательные курсы по созданию видеоконтента для начинающих. На основе анализа customer journey map (CJM) вы заметили, что высокая доля клиентов отказывается от покупки на этапе оформления заказа. Какая из стратегий шагов наиболее эффективна для устранения проблемы?
- 171) Вы создали фильм и хотите реализовать его на стриминговой платформе. Ваша цель — создать карту CJM, чтобы понять, на каком этапе пользователи перестают смотреть ваш фильм после старта. Какой инструмент анализа вы используете?

