



Разработка SMM-стратегии.sa_SMMM-SA

- 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 ...

