



Стратегия Digital маркетинга.МВА

- 1 Выберите основную задачу стратегии маркетинга на основе материалов урока
- 2 Выберите три вопроса, на которые отвечает стратегия маркетинга (Выберите несколько вариантов)
- 3 Как увеличение скорости прохождения трафика по воронке влияет на реализацию стратегии? (Выберите несколько вариантов)
- 4 Омниканальная стратегия предполагает использование следующих каналов продвижения:
- 5 Для оптимизации рекламного бюджета самым эффективным действием будет:
- 6 Директ-маркетинг нацелен на:
- 7 Для контроля эффективности офлайн рекламных кампаний, минимальным обязательным условием является:
- 8 Выделите главное решение, которое позволит максимально увеличить отдачу от заявок, пришедших по брендовым рекламным кампаниям в поисковой системе Яндекс:
- 9 Лучшими решениями увеличения количества заявок по брендовым рекламным кампаниям в поиске Яндекс является:
- 10 Гибридный подход с целью повышение узнаваемости бренда предполагает:
- 11 Модель бизнеса с самостоятельным принятием решения о покупке называется:
- 12 Модель бизнеса, при которой результативность ROMI в первую очередь зависит от компетенции менеджеров по продажам называется:
- 13 Основная причина необходимости внедрения транзакционных инструментов продаж в консультационной модели бизнеса является:
- 14 Минимальным и обязательным инструментом для увеличения вовлеченности потенциально клиента является:
- 15 Необходимая частота касания с целевой аудиторией прогнозируется на основе:





- 16) Самым главным фактором количества аудитории в интернете в выходные дни является:
- 17) Самое лучшее время закупки рекламных постов во Вконтакте по местному времени является:
- 18) Базовыми настройками сегмента целевой аудитории в поисковой рекламе Яндекс является:
- 19) Ключевой этап воронки - это
- 20) Модель воронки, описывающая модель MLM – продвижения:
- 21) Модель воронки, при которой увеличивают количество трафика:
- 22) Самым эффективным и приемлемым методом управления воронкой продаж является:
- 23) Выберите главное качество генерируемой гипотезы:
- 24) Выберите корректную последовательность работы с гипотезой:
- 25) Главная цель работы по HADI-циклам
- 26) При выборе гипотез для тестирования приоритет должен отдаваться:
- 27) Для контроля тестирования гипотез необходимо:
- 28) Какой тип unit-экономики наиболее подходит для интернет-маркетинговых кампаний?
- 29) Какая из перечисленных ниже метрик наиболее точно отражает успех интернет-маркетинговой кампании?
- 30) Какая метрика используется для расчета ROMI (возврат инвестиций) в интернет-маркетинге?
- 31) Какая из следующих функций unit-экономики интернет-маркетинга наиболее важна при оценке эффективности кампании?
- 32) Какой тип трафика является самым прибыльным (теплым) для интернет-маркетинга?
- 33) Какая стратегия управления теплотой трафика является наиболее эффективной для интернет-маркетологов?
- 34) Что такое "теплота трафика"?





- 35 Какой тип трафика считается "холодным"?
- 36 Какой метод наиболее эффективен для "прогрева" холодного трафика?
- 37 Что необходимо предпринять для превращения "теплого" трафика в "горячий"?
- 38 Что является признаком "горячего" трафика?
- 39 Что такое конкурентный анализ?
- 40 Какой инструмент чаще всего используется для анализа ключевых слов конкурентов в поиске Yandex?
- 41 Что из следующего НЕ является частью конкурентного анализа?
- 42 Какую информацию можно собрать, используя инструменты для отслеживания упоминаний?
- 43 Какую информацию можно получить, проводя анализ обратных ссылок конкурента?
- 44 Зачем нужно проводить анализ конкурентов на регулярной основе?
- 45 Сервисом анализа рекламных компаний конкурентов в Yandex РСЯ является?
- 46 Что является наиболее важным фактором для эффективности рекламы?
- 47 Какой элемент СТА (Call-to-Action) в наибольшей степени влияет на конверсию?
- 48 Какой фактор НЕ связан с эффективностью рекламы?
- 49 Какое значение имеет мобильная адаптация рекламы?
- 50 Что такое "Путь клиента" в контексте интернет-маркетинга?
- 51 Какой этап пути клиента является первым в интернет-продвижение?
- 52 Для чего прежде всего создается карта пути клиента?
- 53 Какой из перечисленных этапов является частью пути клиента?





- 54) Что такое "точки контакта" в контексте карты пути клиента?
- 55) Почему важно обновлять карту пути клиента?
- 56) Какой из следующих факторов НЕ влияет на путь клиента?
- 57) Что из перечисленного является основной целью анализа пути клиента?
- 58) Что такое CTR (Click-Through Rate)?
- 59) Что такое ROMI?
- 60) Что такое конверсия в интернет-маркетинге?
- 61) Что измеряет показатель "Средний чек"?
- 62) Для чего используется показатель Lifetime Value (LTV)?
- 63) Какой показатель является прямым показателем окупаемости средств, вложенных в маркетинг?
- 64) При каком условии стоит перераспределять большую часть бюджета на определенный источник продвижения?
- 65) Какой из следующих источников продвижения чаще всего требует наибольших инвестиций на начальном этапе?
- 66) Для какой цели маркетологи обычно выделяют дополнительный бюджет на рекламу в социальных сетях в период проведения акций или событий?
- 67) Какой из следующих источников обычно требует регулярных инвестиций для поддержания эффективности?
- 68) При каком условии может быть выгодно сократить бюджет на определенный источник продвижения, даже если он приносит хороший трафик?
- 69) Какой из следующих инструментов помогает улучшить восприятие рекламного объявления и может повысить CTR («click-through rate», коэффициент кликабельности)?
- 70) Что может помочь увеличить CTR при создании контекстной рекламы?
- 71) Какие визуальные элементы чаще всего влияют на увеличение CTR?





- 72) Как инструмент ретаргетинга (или ремаркетинга) может влиять на CTR?
- 73) Что такое показатель конверсии посадочной страницы CR1?
- 74) Какое из следующих действий может считаться финальной конверсией на посадочной странице?
- 75) Что НЕ влияет на показатель конверсии посадочной страницы?
- 76) Какой элемент дизайна может улучшить конверсию посадочной страницы?
- 77) Какое действие может помочь оптимизировать показатель конверсии?
- 78) Что может являться главной причиной низкой конверсии на посадочной странице?
- 79) Какой из следующих транзакционных инструментов помогает восстановить потенциальных клиентов, которые добавили товары в корзину, но не совершили покупку?

