



## Управление контентом.фип\_БАК

- 1 Какой этап является заключительным в работе с продвижением в социальных сетях?
- 2 Выберете верное утверждение:
- 3 Какая стратегия по работе с аудиториями не относится к базовой (в рамках поддержки и развития соц.сетей бренда)?
- 4 Аудиторные конкуренты - это
- 5 Какой цели при рекламе товаров нет в рекламном кабинете ВКонтакте?
- 6 Выберете неверное утверждение:
- 7 К правилу успешного комьюнити-менеджмента относится:
- 8 Какая рубрика снимает барьер покупателя “товар сильно отличается от того, что указано на сайте”
- 9 Что включает визуальная концепция бренда?
- 10 Как считается ER (engagement rate)?
- 11 Аватар клиента - это?
- 12 Выберете верное утверждение про пользу брифа:
- 13 Что не является одной из основных целей конкурентного анализа?
- 14 SWOT-анализ - это?
- 15 Выберете ошибку, которую не стоит допускать при сегментировании аудитории:
- 16 Что такое job stories?
- 17 С информационным вакуумом в ведении социальных сетей чаще всего сталкиваются:
- 18 Какие основные минусы при работе с подрядчиками можно выделить? (верны несколько вариантов)



- (19) Tone of Voice - это?
- (20) Какие задачи не решает таск-менеджер:
- (21) Задача rich-контента:
- (22) Основная цель SEO-копирайтинга состоит в том, чтобы...:
- (23) Формат JTBD (jobs to be done) используется при:
- (24) Оптимальное количество ключевых слов в тексте:
- (25) Показатель CTR - это:
- (26) Часть конкурентного преимущества, на основе которого клиент выбирает ваш товар - это:
- (27) Что, в первую очередь, важно учитывать при продвижении товара через блогеров?
- (28) Выберете верное утверждение:
- (29) Инструмент кросспостинг позволяет:
- (30) Какую задачу решает идейная концепция:
- (31) “Social proof” (социальное подтверждение) позиционирует бренд как более надежный и относится к :