



Управление лояльностью и репутация в электронном бизнесе.фип_МАГ_н/с

- 1 На что не влияет репутация бренда на маркетплейсах?
- 2 Какой фактор определяется площадкой в разделе “Отзывы и вопросы”?
- 3 Что влияет на бренд?
- 4 На что влияет бренд?
- 5 К последнему этапу воронки продаж на маркетплейсе относится:
- 6 Почему важно отвечать на отзывы?
- 7 Какова главная задача воронки продаж для маркетплейсов?
- 8 Как проявляется уникальность бренда?
- 9 Что такое ДНК бренда?
- 10 Какой из следующих методов не является эффективным для повышения конверсии?
- 11 Какой из следующих факторов может увеличить уровень доверия к бренду?
- 12 Что такое позиционирование бренда?
- 13 Пример того, что Ваш товар на маркетплейсе является недостаточно качественным или вы действуете не оперативно при отгрузке товара – приведет к:
- 14 Что важно учитывать в ответе селлера на вопрос или отзыв от клиента на маркетплейсе?
- 15 В каком варианте ответа отражена грамотная обработка возражения клиента в отзыве на товар?
- 16 Что важно для клиента увидеть в ответе на его отзыв?
- 17 Какой тип товаров отсутствует на маркетплейсе?





- 18 Представленность бренда в разных каналах продаж...
- 19 В содержании отзыва важно включать:
- 20 К ошибкам при выборе внутренней упаковки товара относится:
- 21 Вы, как продавец по продаже детской одежды, получили негативный отзыв от клиента, который содержит следующие слова:
“Заказывала платье дочке на утренник, но задержали плановую дату доставки, и платье пришло позже на один день. Крайне не рекомендую данный бренд”. Вопрос: Как вы будете обрабатывать данный отзыв для наиболее эффективного ранжирования и работы карточки товара?
- 22 На что не влияет покупательское поведение?
- 23 К какой группе относится фактор выбора товара “Наличие сертификатов, подтверждающих качество товара”?
- 24 Фокус на факте “цена/качество” при выборе товара один из признаков:
- 25 Мотиватором покупки у целевой аудитории визионеров являются:
- 26 К какой группе относится фактор выбора товара “Высокий рейтинг продавца”?
- 27 Кто из перечисленных является ядром целевой аудитории (ЦА)?
- 28 Для какого типа аудитории важна концепция и желание вызвать эмоциональный отклик?
- 29 Что важно для формирования лояльности клиентов?
- 30 Что описывает клиентский путь потребителя?
- 31 Какой метод помогает изучить образ жизни целевой аудитории?
- 32 Какие потребности имеют тип аудитории “Отзывчивые”?
- 33 Кто является косвенной аудиторией?
- 34 К социально-демографическим параметрам аудитории не относится:





- 35) Персоной бренда называют:
- 36) К эмоциональным потребностям относят:
- 37) Сегментация по RFM помогает провести:
- 38) К какой группе относится фактор выбора товара “Наличие скидки на товар или участие в акции”?
- 39) Описание персоны бренда не включает:
- 40) Онлайн-опрос относится к:
- 41) Как фраза “Чем дороже покупка, тем дольше покупатель принимает решение о покупке” отражается в действиях покупателя:
- 42) Вам, как селлеру, необходимо максимизировать количество точек касания и контактов с покупателем. Вопрос: Какие площадки вы выберете для этой задачи?
- 43) На что не влияет репутация бренда на маркетплейсах?
- 44) Какой фактор определяется площадкой в разделе “Отзывы и вопросы”?
- 45) Что влияет на бренд?
- 46) На что влияет бренд?
- 47) К последнему этапу воронки продаж на маркетплейсе относится:
- 48) На что не влияет покупательское поведение?
- 49) К какой группе относится фактор выбора товара “Наличие сертификатов, подтверждающих качество товара”?
- 50) Фокус на факте “цена/качество” при выборе товара один из признаков:
- 51) Мотиватором покупки у целевой аудитории визионеров являются:
- 52) К какой группе относится фактор выбора товара “Высокий рейтинг продавца”?
- 53) Кто из перечисленных является ядром целевой аудитории (ЦА)?





- 54) Для какого типа аудитории важна концепция и желание вызвать эмоциональный отклик?
- 55) Почему важно отвечать на отзывы?
- 56) Какова главная задача воронки продаж для маркетплейсов?
- 57) Как проявляется уникальность бренда?
- 58) Что важно для формирования лояльности клиентов?
- 59) Что описывает клиентский путь потребителя?
- 60) Какой метод помогает изучить образ жизни целевой аудитории?
- 61) Какие потребности имеют тип аудитории “Отзывчивые”?
- 62) Кто является косвенной аудиторией?
- 63) К социально-демографическим параметрам аудитории не относится:
- 64) Персоной бренда называют:
- 65) К эмоциональным потребностям относят:
- 66) Сегментация по RFM помогает провести:
- 67) К функциональным потребностям относят:
- 68) К какой группе относится фактор выбора товара “Наличие скидки на товар или участие в акции”?
- 69) Мотиватором покупки у типа аудитории «Волевые» является:
- 70) Что такое ДНК бренда?
- 71) Описание персоны бренда не включает:
- 72) Онлайн-опрос относится к:
- 73) Tone of voice бренда – это:





- 74) Какой из следующих факторов может способствовать увеличению повторных покупок?
- 75) Какой из факторов не влияет на формирование имиджа бренда?
- 76) Что такое "потребительский опыт"?
- 77) Какой из следующих факторов не влияет на решение о покупке в онлайн-магазине?
- 78) Что важно для формирования доверия к бренду?
- 79) Для какого типа аудитории характерен этот пример позиционирования соцсетей: "Социальные сети не обязательно должны быть продающими, часто это визуальное выражение бренда, ощущения"?
- 80) Какой из следующих методов является эффективным для улучшения репутации бренда?
- 81) Какой из следующих факторов выбора товара является ценовым?
- 82) Для акого типа аудитории характерен этот пример: "Сохранение собственного стиля, адаптация трендов под свой стиль, сегмент middle-up и люкс"?
- 83) Что из перечисленного не является фактором выбора товара?
- 84) К какому типу аудитории относятся покупатели, которые ищут уникальные предложения?
- 85) Для какого типа аудитории характерен этот пример позиционирования соцсетей: "Социальные сети продающие, где видно сразу, как сидит вещь и для каких погодных условий/случаев вещь предназначена"?
- 86) Фактор выбора товара на маркетплейсе "товар из коллекции известного мне бренда" относится к группе:
- 87) Какой из факторов не влияет на формирование имиджа бренда?
- 88) Для какого типа аудитории важно, чтобы повествование бренда в соцсетях было открытым?
- 89) Вопрос, на который нужно ответить при определении стиля жизни целевой аудитории?
- 90) На каких этапах клиентского пути покупатель контактирует с колл-центром?





- 91) Что важно для поддержания лояльности клиентов?
- 92) Архетип бренда – это:
- 93) Опция возможности приложения файлов в ответе на отзывы определяется:
- 94) Что поможет в увеличении вероятности повторных продаж на маркетплейсе?
- 95) Что из перечисленного не является фактором, влияющим на цену товара?
- 96) Какой термин описывает стратегию, при которой покупателю предлагаются дополнительные товары, связанные с его основной покупкой?
- 97) Что означает аббревиатура LTV?
- 98) Какой из следующих методов может помочь улучшить репутацию бренда?
- 99) К этапу “после совершения покупки” в пути клиента не относится:
- 100) Представьте, что вы развиваете бренд на маркетплейсе по продаже обуви. Перед вами стоит задача выявить тех, кто приносит максимальный доход бизнесу. Вопрос: какой анализ вы будете использовать при решении данной задачи?
- 101) Клиент оставил отзыв на вашем товаре: "Купил эту кофемашину, и она сломалась через неделю. Очень разочарован!" Вопрос: Какой из следующих вариантов ответа будет наиболее подходящим для селлера?
- 102) Клиент оставил отзыв на вашем товаре: "Купил этот фитнес-трекер, но он не синхронизируется с моим телефоном. Очень расстроен!" Вопрос: Какой из следующих вариантов ответа положительно повлияет на репутацию бренда?

