



Управление продуктом в E-commerce.sa_ЕСД

- 1 Цель ретаргетинга:
- 2 Инструмент, который наглядно описывает взаимодействие клиента с продуктом или компанией во всех точках контакта для достижения какой-то цели — это:
- 3 Задача 1 этапа по модели AIDA:
- 4 Unit-экономика позволяет оценить:
- 5 Модель атрибуции — это:
- 6 По какой формуле рассчитывается показатель LTV (lifetime value)?
- 7 При использовании таргетинга look alike:
- 8 Система FIFO предполагает, что...
- 9 Стратегия работы с «товарами-собаками» в матрице BCG:
- 10 К базовым принципам юзабилити сайта не относится:
- 11 CRM-маркетинг - это:
- 12 Какие критерии оцениваются по RFM-анализу?
- 13 Определите значение объема продаж при количестве заказов 125 штук и среднем чеке 10 рублей
- 14 Какой из типов запросов в контекстной рекламе свидетельствует о желании пользователя совершить покупку?
- 15 При модели D2C (собственный интернет-магазин):
- 16 Какое действие ведет к снижению показателя LTV для компании N?
- 17 Для какой системы определяющим фактором является срок годности товара
- 18 Понятие “последняя миля” в логистике означает:





- 19) Компания N провела глубинное интервью у потенциальных клиентов и приняла решение о выводе нового продукта. Какой метод исследования идеи описан в первом предложении?
- 20) Net Promoter Score – индекс, определяющий
- 21) За что отвечает CPC?
- 22) Unit-экономика позволяет оценить:
- 23) Какая формула CPM верная?
- 24) Система FIFO предполагает, что...
- 25) К базовым принципам юзабилити сайта не относится:
- 26) Зачем необходимо привлекать внешний трафик на маркетплейсы?
- 27) Что показывает нам CTR?
- 28) Что такое Инфлюенс-маркетинг?
- 29) Продажа физических товаров через цифровые каналы конечному потребителю – это:
- 30) Какие задачи решает CJM?
- 31) Что такое Посевы?
- 32) Какое действие ведет к снижению показателя LTV для компании N?
- 33) Как готовимся к продвижению? Выбери неверное утверждение.
- 34) Что должен уметь таргетолог? Выбери неверное утверждение.
- 35) Какая метрика отвечает за количество уникальных пользователей увидевших рекламу?
- 36) Какой вариант относится к модели «last click»?
- 37) Возврат на маркетинговые инвестиции – это:
- 38) Понятие “последняя миля” в логистике означает:





- 39 Net Promoter Score – индекс, определяющий
- 40 Что такое UTM-метки?

