



Цифровые каналы продаж.oi(dor_БАК)

- 1 SEO – это ...
- 2 Конверсия в интернет-маркетинге – это ...
- 3 Контент-маркетинг – это ...
- 4 Медийные агентства в сфере медиабаинга представляют собой ...
- 5 Чат-бот – это ...
- 6 ...-системы в контексте интернет-маркетинга представляют собой инструменты для управления взаимоотношениями с клиентами, сбора и анализа данных о клиентах, и повышения эффективности маркетинговых стратегий
- 7 Английское сокращенное название оптимизация веб-сайта для улучшения его видимости в поисковых системах – ...
- 8 ... реклама – это форма рекламы, направленная на конкретную аудиторию на основе их демографических данных, интересов или поведения в Интернете
- 9 Сопоставьте виды таргетинга и их характеристики:
- 10 Установите правильный порядок действий при разработке контент-плана для интернет-маркетинга:
- 11 Вы работаете в отделе небольшой компании, которая занимается продажей товаров для здоровья и фитнеса. Ваша задача – улучшить онлайн-продажи компании и привлечь новых клиентов с использованием инструментов интернет-маркетинга. Компания имеет сайт, аккаунты в социальных сетях и электронную почту. Необходимо определить, какие инструменты интернет-маркетинга следует выбрать для увеличения трафика на сайте, для улучшения взаимодействия с посетителями сайта, для удержания клиентов и повторных продаж.
- 12 Лиды в контексте маркетинга – это ...
- 13 Источниками лидов могут быть ...
- 14 Лидогенерация – это ...





- 15 В числе каналов для лидогенерации можно назвать ...
- 16 Посадочная страница (лендинг) – это ...
- 17 ... – это процесс привлечения и сбора контактных данных потенциальных клиентов с целью дальнейшего взаимодействия и продаж
- 18 ... лиды – это потенциальные клиенты, которые не проявляли интерес к продукту или услуге и могут быть незнакомы с брендом
- 19 Английская аббревиатура, которая в контексте оплаты лидов обозначает модель оплаты, при которой рекламодатель платит за каждый сгенерированный лид независимо от того, привел ли этот лид к конверсии, – это ...
- 20 Сопоставьте понятия и их характеристики:
- 21 Укажите правильную последовательность этапов лидогенерации:
- 22 Вы – сотрудник в компании, занимающейся продажей B2B-услуг. Ваша задача – настроить эффективную систему лидогенерации для привлечения потенциальных клиентов. Компания специализируется на предоставлении консалтинговых услуг в области информационных технологий для малого и среднего бизнеса. Вам необходимо создать стратегию лидогенерации, которая привлечет качественные лиды, заинтересованные в услугах компании. Какие каналы лидогенерации и формы для сбора лидов вы выберете?
- 23 В ряду основных преимуществ email-маркетинга – ...
- 24 Тип электронных писем, который используется для информирования подписчиков о предстоящих событиях, новостях или акциях компании, – ... письма
- 25 При создании текста для продажи товаров или услуг следует учитывать такие основные принципы, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 26 К типам контента для социальных медиа относят ...
- 27 Автоматизация рассылки в маркетинге по электронной почте представляет собой ...





- (28) Email-маркетинг – это стратегия маркетинга, включающая использование ... почты для отправки коммерческих сообщений, акций, новостей и другого контента потенциальным и текущим клиентам
- (29) ... целевой аудитории – это разделение базы данных на группы по определенным критериям, что позволяет отправлять более персонализированные и целевые сообщения
- (30) ... сообщения активируются определенными действиями пользователя
- (31) Сопоставьте понятия и их характеристики:
- (32) Укажите правильную последовательность этапов создания электронной рассылки:
- (33) Вы работаете в компании, которая решает улучшить эффективность своей стратегии email-маркетинга. Ваши предыдущие email-кампании имели низкий уровень вовлеченности аудитории. Письма редко открываются, и конверсии оставляют желать лучшего. Необходимо изменить стратегию, чтобы сделать email-маркетинг более эффективным. Вам нужно разработать план действий для увеличения открытия писем, кликабельности ссылок и конверсий через email-кампании. Следует определить цели email-кампаний и сегментировать аудиторию для персонализации. На что следует обратить внимание в первую очередь?
- (34) Компонент веб-сайта, который обеспечивает уникальный адрес для доступа к сайту через интернет, – ...
- (35) Корпоративный веб-сайт – это ...
- (36) Семантическое ядро сайта представляет собой ...
- (37) CMS (система управления контентом) при создании сайта представляет собой ...
- (38) Аналитика веб-сайта представляет собой ...
- (39) Качественный контент влияет на оптимизацию сайта: повышает ... сайта для поисковых запросов, улучшает показатели времени на сайте и способствует повышению позиций в поисковых результатах
- (40) Пользовательский ... (UX) описывает взаимодействие пользователя с сайтом





- 41 ... ядро помогает создать релевантный и информативный контент, что улучшает пользовательский опыт, удерживает посетителей и повышает время пребывания на сайте.
- 42 Сопоставьте понятия и их характеристики:
- 43 Расположите в правильном порядке этапы создания сайта:
- 44 Вы являетесь веб-разработчиком в компании, которая решает пересмотреть свой веб-сайт для улучшения пользовательского опыта и повышения конверсии. Ваша компания специализируется на продаже товаров онлайн и хочет улучшить навигацию, а также оптимизировать процесс оформления заказа на своем веб-сайте. Определите направления улучшения навигации и оптимизации оформления заказа.
- 45 Преимущество, которое предоставляют для маркетинга социальные сети, – это широкие возможности взаимодействия с ... аудиторией
- 46 Целевая аудитория в контексте маркетинга в социальных сетях – это ...
- 47 Обычно в социальных сетях высокую эффективность ...
- 48 Хештег в социальных сетях – это ...
- 49 Цель взаимодействия с подписчиками в контексте маркетинга в социальных сетях – ...
- 50 Основные ... маркетинга в социальных сетях включают увеличение бренд-осведомленности, привлечение целевой аудитории, взаимодействие с потребителями, увеличение продаж и создание положительного имиджа бренда
- 51 Эффективные виды ... в социальных сетях для привлечения внимания аудитории включают изображения, видео, опросы, истории, а также публикации с вопросами и призывами к действию
- 52 Эффективность маркетинговых кампаний в социальных сетях оценивается через ..., такие как вовлеченность, количество подписчиков, конверсии, ROI и другие ключевые показатели успеха
- 53 Сопоставьте понятие с его определением:
- 54 Установите правильную последовательность этапов создания рекламной кампании в социальных сетях:





- 55) Вы работаете в компании, которая занимается продажей экологически чистых продуктов. Компания стремится создать позитивный образ бренда, подчеркнуть его экологичность и привлечь новую аудиторию. Компания решила активно использовать социальные сети и медиа для продвижения своих товаров. Вам предстоит запустить рекламную кампанию на платформе ВКонтакте. Ваши потенциальные клиенты – это молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет, которые интересуются здоровым образом жизни, экологией и устойчивым потреблением. Ваша задача – разработать эффективную стратегию маркетинга в социальных сетях и медиа, выбрав тему кампании, формат контента и способ взаимодействия с подписчиками.
- 56) Неверно, что к основным этапам жизненного цикла проекта в веб-разработке относится ...
- 57) Этап интернет-разработки, который включает в себя создание прототипов и макетов, – это ...
- 58) Выделенный хостинг предоставляет собой ...
- 59) Этап интернет-разработки, который включает в себя оценку эффективности и анализ результатов проекта в интернете, – это ...
- 60) Категория поставщиков, которых в интернет-проектах чаще всего относят к создателям дизайна и визуальной концепции, – ...
- 61) Основные этапы ... цикла проекта в веб-разработке включают инициацию проекта, планирование, выполнение (разработку), контроль и мониторинг, а также завершение проекта
- 62) В веб-разработке могут использоваться различные ... управления проектами, такие как Waterfall, Agile, Scrum, Kanban и др.
- 63) ... – это услуга предоставления места на сервере для размещения веб-сайтов, файлов и другого контента, обеспечивая их доступность в сети Интернет
- 64) Расположите правильную последовательность этапов разработки проектов в интернете:
- 65) Сопоставьте понятие с его определением:





- 66) Вы являетесь веб-разработчиком в агентстве по созданию веб-сайтов. У вас есть опыт работы с различными системами управления сайтом (CMS), и вы понимаете, что их правильный выбор зависит от конкретных требований проекта. Клиент хочет, чтобы его новый веб-сайт был легко управляем и обновляем без необходимости обращения к программистам. Вам необходимо выбрать подходящую CMS для удовлетворения потребностей клиента. Какую CMS вы выберете для этого проекта? Охарактеризуйте тип сайта, технические требования и уровень технической экспертизы пользователя.
- 67) CPA в контексте интернет-рекламы – это стоимость ...
- 68) При подборе площадок для медиапланирования ключевым является такой фактор, как ...
- 69) Чтобы повысить аффинитивность целевой аудитории к продукту, нужно ...
- 70) Контекстная реклама – это ...
- 71) Понятие «креатив» в интернет-маркетинге означает ...
- 72) Основные ... маркетинга в социальных сетях включают увеличение бренд-осведомленности, привлечение целевой аудитории, взаимодействие с потребителями, увеличение продаж и создание положительного имиджа бренда
- 73) ... – это документ, определяющий стратегию и тактику использования рекламных каналов для достижения целей маркетинговой кампании
- 74) Эффективность маркетинговых кампаний в социальных сетях оценивается через метрики, такие как вовлеченность, количество подписчиков, конверсии, показатель рентабельности инвестиций ... и другие ключевые показатели успеха
- 75) Расположите этапы разработки креатива в правильном порядке:
- 76) Сопоставьте понятие с его определением:





- 77) Вы работаете в небольшой компании, которая только начинает использовать интернет-рекламу для продвижения своих товаров. Компания занимается продажей экологически чистых товаров, и ваша целевая аудитория – люди, интересующиеся устойчивым образом жизни и готовые покупать экологически чистые продукты. Вам поручено разработать стратегию интернет-рекламы для привлечения новых клиентов и увеличения продаж. Какие целевую аудиторию, какие платформы и какой тип рекламы вам следует использовать?
- 78) Веб-аналитика представляет собой ...
- 79) В числе возможностей, которые Яндекс.Метрика предоставляет для анализа поведения пользователей, – ...
- 80) Веб-аналитика использует cookies для сбора данных – ...
- 81) Целевые действия, влияющие на конверсию, включают ...
- 82) UTM-метки представляют собой ...
- 83) ... – это процесс сбора, анализа и интерпретации данных о поведении посетителей на веб-сайте с целью оптимизации его работы и улучшения эффективности
- 84) Основные ..., которые используются в веб-аналитике, включают в себя количество посетителей, просмотры страниц, отказы, конверсии, среднюю продолжительность сессии и др.
- 85) Отслеживание ... в веб-аналитике помогает выявить проблемы на сайте, которые могут привести к потере посетителей, – это позволяет предпринять меры для улучшения контента или навигации
- 86) Сопоставьте понятие с его определением:
- 87) Укажите последовательность этапов анализа эффективности рекламной кампании в интернете:
- 88) Вы являетесь аналитиком в компании, занимающейся онлайн-торговлей, и ваша задача – улучшить эффективность веб-сайта. Имеющиеся у вас данные показывают, что количество посетителей на сайте высоко, но конверсия в покупки оставляет желать лучшего. Вам необходимо использовать веб-аналитику для анализа поведения пользователей и определения возможных улучшений. Что вам потребуется, чтобы определить ключевые метрики, выбрать инструменты и исследовать воронки продаж?





- 89 Электронная почта – это ...
- 90 Медиаплан – это ...
- 91 Социальные сети в контексте интернет-маркетинга – это ...
- 92 Поведенческие технологии в интернет-рекламе представляют собой ...
- 93 Инструменты ... в интернет-маркетинге выполняют следующие основные функции: помогают отслеживать и анализировать данные о посещении сайта, поведении пользователей и эффективности маркетинговых кампаний
- 94 ... в мессенджерах – это стратегия взаимодействия с клиентами через мессенджеры
- 95 Установите соответствие понятия и его содержания:
- 96 Установите соответствие понятия и его характеристики:
- 97 Установите правильную последовательность этапов таргетинга:
- 98 Упорядочьте этапы создания электронной рекламы:
- 99 Ключевым элементом при разработке посадочной страницы является ...
- 100 Основная модель взращивания лидов – ...
- 101 Для привлечения лидов ...
- 102 Методика «воронка продаж» в контексте повышения лидов представляет собой ...
- 103 В модели оплаты за ... (CPC) в сфере лидогенерации рекламодатель платит за каждый клик по рекламе, что может привести к заполнению формы и сбору контактных данных
- 104 Эффективный ... включает в себя четкое предложение, выделение преимуществ продукта, форму для сбора контактных данных и убедительный вызов к действию
- 105 Сопоставьте понятия и их содержание:
- 106 Сопоставьте понятие с его определением:





- 107) Установите правильную последовательность этапов лидогенерации:
- 108) Установите правильную последовательность действий для лидогенерации:
- 109) Цель A/B-тестирования в электронных письмах – ...
- 110) Такой элемент, как ..., часто используется в электронных рассылках для привлечения внимания и повышения открытия писем
- 111) Автоматизация рассылки приносит такие выгоды, как ... (укажите 2 варианта ответа)
- 112) ... рассылки – это автоматизированные сообщения, которые активируется определенными действиями или событиями получателя, например, регистрацией на веб-сайте или совершением покупки
- 113) ... текст письма – это сообщение, направленное на убеждение читателя совершить желаемое действие, такое как покупка продукта или услуги
- 114) ... рассылки – это использование программных средств для автоматической отправки сообщений, таких как электронные письма, SMS или уведомления, без необходимости ручного вмешательства
- 115) Сопоставьте понятие с его определением:
- 116) Сопоставьте понятия и их характеристики:
- 117) Укажите правильную последовательность этапов улучшения эффективности электронной рассылки:
- 118) Укажите правильную последовательность этапов проверки целостности и спам-проверки электронной рассылки:
- 119) Конверсия на веб-сайте – это ...
- 120) Такой инструмент, как ..., часто используется для анализа данных о посещаемости сайта
- 121) Влияние правильного семантического ядра на поисковую оптимизацию сайта выражается ...





- 122) Ключевые ... в SEO-оптимизации помогают поисковым системам понять, о чем страница, и улучшают ее видимость в результатах поиска
- 123) ... ядро является основой для создания оптимизированного контента, мета-тегов и структурирования сайта, что положительно сказывается на видимости сайта в поисковых системах
- 124) Акции, конкурсы и специальные ... стимулируют взаимодействие пользователей, увеличивают их интерес и мотивацию к посещению сайта
- 125) Сопоставьте термины с их значением:
- 126) Сопоставьте термины с их значением:
- 127) Расположите этапы разработки сайта в правильном порядке:
- 128) Расположите этапы разработки семантического ядра в правильном порядке:
- 129) Чтобы эффективно управлять репутацией бренда в социальных сетях, нужно ...
- 130) Чтобы создать позитивный имидж бренда в социальных сетях, рекомендуется ... (укажите 3 варианта ответа)
- 131) В числе преимуществ, которые может предоставить использование пользовательского контента в социальных сетях, – ... (укажите 3 варианта ответа)
- 132) Говоря о роли анализа тональности мнений в создании стратегии взаимодействия с аудиторией в социальных сетях, можно утверждать, что ...
- 133) Влиятельные личности – ... в маркетинге в социальных сетях способствуют расширению аудитории, созданию доверия и увеличению вовлеченности через их авторитет и личные связи с подписчиками
- 134) Говоря об эффективном использовании ... социальных сетей для улучшения маркетинговых стратегий, можно утверждать, что она помогает отслеживать эффективность кампаний, понимать предпочтения аудитории, выявлять тренды и вносить коррективы в стратегии для достижения лучших результатов
- 135) Сопоставьте понятие с его определением:





- 136 Сопоставьте понятие с его определением:
- 137 Установите правильную последовательность этапов создания плана контент-маркетинга:
- 138 Установите правильную последовательность этапов запуска конкурса или акции в социальных сетях:
- 139 Специалисты, которые занимаются оптимизацией контента для поисковых систем, – ...
- 140 Фактором, влияющим на эффективность Usability, является ...
- 141 Хостинг в контексте веб-разработки представляет собой ...
- 142 Первым этапом при разработке проекта в интернете является ... требований
- 143 Факторов, которые следует учитывать при выборе хостинг-провайдера, включают ...
- 144 Управление ... в веб-разработке включает идентификацию, оценку и управление изменениями в требованиях проекта, с учетом их влияния на бюджет и сроки выполнения
- 145 Расположите этапы разработки прототипа в правильном порядке:
- 146 Расположите этапы создания диаграмм поведения пользователей в сети в правильном порядке:
- 147 Сопоставьте понятие и его определение:
- 148 Сопоставьте понятия и их характеристики:
- 149 Ключевое слово в контекстной рекламе – это ...
- 150 Основная цель, которую преследует креатив в интернет-маркетинге, – ...
- 151 Преимуществом, которое предоставляет таргетирование на поиск, является ...
- 152 Рекламные сети могут повышать эффективность рекламных кампаний ...





- 153) Основные ... маркетинга в социальных сетях включают увеличение бренд-осведомленности, привлечение целевой аудитории, взаимодействие с потребителями, увеличение продаж и создание положительного имиджа бренда
- 154) Эффективность маркетинговых кампаний в социальных сетях оценивается через метрики, такие как вовлеченность, количество подписчиков, конверсии, показатель рентабельности инвестиций ... и другие ключевые показатели успеха
- 155) Сопоставьте понятие с его определением:
- 156) Сопоставьте понятие с его определением:
- 157) Установите правильную последовательность этапов подбора платформ для размещения интернет-рекламы:
- 158) Установите правильную последовательность этапов разработки стратегии интернет-рекламы:
- 159) Интерпретируя горячие и холодные области на карте кликов, можно утверждать, что горячими называются области ...
- 160) Говоря о том, как можно использовать данные о конверсиях для оптимизации веб-сайта, можно утверждать, что ...
- 161) Анализ данных от социальных сетей в веб-аналитике включает в себя ...
- 162) Анализ данных о проведении рекламных кампаний включает в себя ...
- 163) Показатель ... (CTR) считается важным показателем при анализе эффективности рекламы, потому что он измеряет процент пользователей, перешедших по рекламе, что является индикатором привлекательности и релевантности объявления для аудитории
- 164) Использование ...-меток может улучшить анализ эффективности рекламы, т.к. эти метки позволяют отслеживать источники трафика, каналы маркетинга и кампании, обеспечивая более точную оценку эффективности каждого рекламного элемента
- 165) Установите соответствие понятий в контексте анализа конверсий и их характеристик:
- 166) Установите соответствие понятий и их характеристик:
- 167) Установите правильную последовательность шагов для оценки эффективности рекламной кампании в интернете:





- 168) Установите правильную последовательность этапов анализа соответствия ключевых показателей успешности рекламной кампании заданным ключевым показателям эффективности (KPI):
- 169) Сопоставьте понятие с его определением:
- 170) Вы являетесь участником стартапа по разработке мобильного приложения для онлайн-обучения. Ваша компания хочет привлечь новых пользователей. У вас есть ограниченный бюджет, и вам нужно эффективно использовать инструменты интернет-маркетинга для достижения целей компании. Необходимо определить, какие инструменты интернет-маркетинга будут наиболее эффективны, чтобы привлечь первых пользователей и увеличить осведомленность о вашем приложении, удержать пользователей и стимулировать их активности в приложении, понять, как пользователи взаимодействуют с вашим приложением и выявить узкие места в пользовательском опыте.
- 171) Вы являетесь владельцем небольшого онлайн-магазина товаров для дома и решаете использовать инструменты интернет-маркетинга для увеличения продаж. Вам необходимо определиться, какой инструмент поможет вам увеличить посещаемость вашего онлайн-магазина.
- 172) Вы – работник в агентстве по маркетинговым услугам. Ваши клиенты включают в себя предприятия B2B, электронные коммерции, стартапы и организации, предоставляющие услуги. Вам необходимо разработать стратегию привлечения лидов для клиентов с разными бизнес-моделями. Какие виды лидов и способы их оплаты вы выберете, учитывая разнообразие бизнес-моделей ваших клиентов?
- 173) Вы работаете в компании, которая запускает новый продукт и хочет максимизировать конверсии через посадочные страницы. Ваша компания предлагает уникальный продукт в сфере технологий, и вы решаете создать посадочную страницу для привлечения клиентов. На данный момент у вас есть трафик, но конверсия низкая. Ваша задача – улучшить эффективность посадочных страниц. Вам предстоит разработать стратегию оптимизации посадочных страниц для достижения максимальной эффективности. Как вы будете проводить оптимизацию заголовков и контента, и какую цель вы считаете ключевой?





- 174) Вы работаете в компании, которая готовится к запуску нового продукта. Новый продукт вашей компании – инновационное устройство для умного дома. Вы решаете отправить продающее письмо своей базе контактов, чтобы привлечь внимание к новинке и стимулировать продажи. Вам необходимо разработать эффективное продающее письмо. Определите цель продающего письма и рассмотрите создание заголовка и введения.
- 175) Вы решаете провести A/B-тестирование для улучшения эффективности электронных писем. Ваша компания регулярно отправляет информационные письма своей базе клиентов с целью уведомить их о новинках, акциях и специальных предложениях. Вам нужно определить переменные для тестирования и необходимость анализа результатов с целью оптимизации для увеличения открытия и кликабельности.
- 176) Вы участвуете в стартапе, который разрабатывает новую платформу для онлайн-обучения. Ваш стартап предлагает уникальный опыт онлайн-обучения с использованием инновационных методов. Вы сталкиваетесь с вызовом привлечения пользователей на ваш сайт, чтобы они могли оценить предлагаемые возможности. Задача вашей команды – привлечь максимальное количество пользователей на сайт и повысить осведомленность о продукте. Для решения этой задачи определите целевую аудиторию и возможность использования рекламы.
- 177) Вы работаете в компании, которая решила улучшить свое онлайн-присутствие через поисковые системы. Ваша компания занимается продажей экологически чистых товаров для дома и быта. Сайт предлагает широкий ассортимент товаров, от органической косметики до устойчивых бытовых товаров. Вашей задачей является оптимизация сайта для более высокого рейтинга в поисковых результатах. Как провести успешную SEO-кампанию для привлечения более качественного трафика на сайт путем определения ключевых слов и технической оптимизации?
- 178) Вы являетесь медиаменеджером в компании, специализирующейся на продаже дизайнерской мебели. Ваша задача – улучшить взаимодействие с аудиторией в социальных сетях, чтобы привлечь внимание к бренду и увеличить вовлеченность подписчиков. Ваши подписчики активно реагируют на посты с фотографиями мебели, но у вас есть стремление углубить взаимодействие и создать сообщество вокруг бренда. Ваша задача – стимулировать более активное участие аудитории, выбрав тему для обсуждения, формат взаимодействия и тип контента.





- 179) Вы являетесь специалистом по управлению репутацией бренда в компании, производящей электронику. Ваш бренд столкнулся с не всегда положительными отзывами клиентов и обсуждениями в социальных сетях. Некоторые клиенты высказывают благодарность за качество продукции, в то время как другие выражают недовольство из-за проблем с обслуживанием клиентов. Каким образом вы будете реагировать на эти упоминания в целях улучшения общего восприятия бренда? Каковы будут ваши первоочередные действия, коммуникационная стратегия и выбор периода мониторинга.
- 180) Вы являетесь веб-разработчиком в агентстве по созданию веб-сайтов, и ваше агентство получило заказ на создание корпоративного сайта для среднего предприятия в сфере технологий. Клиент выразил желание, чтобы сайт отражал профессионализм компании и предоставлял информацию о ее продуктах и услугах. Вы сталкиваетесь с рядом решений по ходу разработки корпоративного сайта, и вам необходимо принимать оптимальные решения, чтобы удовлетворить потребности клиента и достичь поставленных целей. Какой дизайн сайта, его структуру и мобильную адаптацию вы выберете? Перечислите, что необходимо сделать.
- 181) Вы являетесь UX-дизайнером в компании, разрабатывающей приложение для онлайн-покупок. Ваше приложение сталкивается с проблемами удобства использования, включая сложности в навигации, долгое время загрузки и непонятные шаги в оформлении заказа. Ваша задача – повысить удобство использования приложения для повышения удовлетворенности пользователей и увеличения конверсии. Какую оптимизацию навигации, какое изменение времени загрузки и какой способ получения обратной связи от пользователей вы будете использовать, чтобы улучшить Usability?
- 182) Вы являетесь работником в рекламном агентстве, и вашей задачей является разработка медиаплана для рекламной кампании нового продукта. Компания выпускает новую линейку фитнес-трекеров для активных пользователей. Целевая аудитория – люди в возрасте от 25 до 40 лет, интересующиеся фитнесом и заботящиеся о своем здоровье. Компания хочет максимально эффективно использовать бюджет и достичь максимального охвата своей целевой аудитории. Как вы построите медиаплан для успешного продвижения продукта: какие медиаканалы, формат рекламы и время показа следует выбрать?





- 183) Вы являетесь работником в компании, выпускающей стильную одежду для активного образа жизни. Целевая аудитория вашей компании – молодые взрослые в возрасте от 18 до 30 лет, активные, интересующиеся фитнесом и здоровым образом жизни. Вашей задачей является определение аффинитивности целевой аудитории для эффективного позиционирования продукции и проведения таргетированных маркетинговых кампаний. Что поможет вам определить аффинитивность этой аудитории, определить ее интересы?
- 184) Вы работаете в компании, которая запустила новый веб-сайт и онлайн-магазин. Вам поручено настроить конверсии для отслеживания действий пользователей и повышения эффективности маркетинговых кампаний. Ваша цель – отслеживание конверсий, связанных с покупками, заполнением формы обратной связи и подпиской на рассылку. Вам также нужно учесть различные пути, по которым пользователи могут взаимодействовать с сайтом. Каким образом вы будете настраивать конверсии для достижения оптимальных результатов? Какие инструменты для настройки конверсий, какие типы конверсий и проверку правильности настройки необходимо использовать?
- 185) Вы работаете в компании, которая проводит рекламные кампании в интернете для продвижения продуктов. Ваша задача – оценить эффективность последней рекламной кампании и предложить рекомендации для оптимизации стратегии. Рекламная кампания включала в себя использование контекстной рекламы, социальных сетей и баннеров на партнерских сайтах. Вам нужно определить, какие каналы были наиболее эффективными, а также оценить влияние кампании на ключевые показатели, такие как конверсия и возврат инвестиций (ROI). Каким образом вы проведете анализ эффективности последней рекламной кампании? какие инструменты для анализа, ключевые метрики и сравнение каналов целесообразнее для этого выбрать?

