

Демонстрационные варианты по маркетингу и управлению продуктом

1. Что включает в себя управление цифровым продуктом?

- А) Планирование и контроль разработки цифровых продуктов, включая выбор технологий и методологий.
- В) Координация разработки, запуска и поддержки цифровых продуктов. При этом акцент делается на удовлетворении пользовательских потребностей и достижении бизнес-целей.
- С) Анализ рынка и конкурентов для определения стратегического направления в разработке цифровых продуктов. При этом стратегии дистрибуции не формируются.
- Д) Управление маркетинговыми кампаниями для продвижения цифровых продуктов, включая SEO, социальные сети и CRM-маркетинг.

2. IT-компания, которая разрабатывает мобильные приложения, запустила рекламу для привлечения новых клиентов. В рамках кампании использовали контекстную рекламу в Яндекс Директ, посевы в социальных сетях и email-маркетинг. Вот данные о затратах и результатах:

- Контекстная реклама
 - Затраты: 460 тыс. рублей
 - Количество привлечённых клиентов: 190
- Посевы в социальных сетях
 - Затраты: 150 тыс. рублей
 - Количество привлечённых клиентов: 35
- Email-маркетинг
 - Затраты: 90 тыс. рублей
 - Количество привлечённых клиентов: 55

Также компания сделала ребрендинг своего логотипа за 70 тыс. рублей.

Какова общая стоимость привлечения клиента (CAC) за всю кампанию?

- А) 2250 рублей
- В) 2500 рублей
- С) 2750 рублей
- D) 3550 рублей

3. Какое из следующих утверждений наиболее точно описывает преимущество использования MVP (Minimum Viable Product)?

- А) MVP позволяет свести к минимуму критику со стороны первых пользователей.
- В) MVP минимизирует риски и затраты, позволяя эффективнее распределять ресурсы на основе данных пользовательского спроса.
- С) MVP помогает избежать взаимодействия с клиентами и обратной связью, чтобы сделать акцент на быстром запуске продукта.
- Д) MVP позволяет компании сэкономить время и ресурсы, не проводя тщательного анализа рынка и потребностей клиентов.

4. Что такое LTV и почему это важно для маркетинговых стратегий?

- A) LTV — это сумма всех затрат на привлечение клиента, важная для оценки эффективности рекламных кампаний.
- B) LTV — это прогнозируемая общая стоимость, которую компания может получить от клиента во время взаимодействия с ним.
- C) LTV — это время, в течение которого клиент остаётся в клиентской базе компании.
- D) LTV — это внутренняя оценка качества продукта на его соответствие стандартам рынка.

5. Какой из следующих методов помогает улучшить конверсию в покупку в интернет-магазине?

- A. Увеличение ассортимента продукции.
- B. Увеличение количества товарных категорий.
- C. Создание промоакций для новых клиентов.
- D. Оптимизация процесса оформления заказа.

6. Какое определение лучше всего описывает концепцию «конверсии» в маркетинге?

- A) Изменения маркетинговых стратегий и рекламных кампаний в ответ на перемены в поведении потребителей.
- B) Процесс, при котором посетитель сайта выполняет желаемое действие. Например, совершает покупку или подписывается на рассылку
- C) Процесс, когда пользователь посетил веб-сайт, но не оставил контактную информацию, что говорит о неэффективной работе лендинга.
- D) Использование аналитических инструментов для измерения эффективности рекламных каналов.

7. Какие элементы входят в маркетинговый микс, известный как 4P?

- A) Продукт, Цена, Позиционирование, Реклама.
- B) Продукт, Цена, Место, Продвижение.
- C) Потребитель, Цена, Процесс, Продукция.
- D) Продукт, Процесс, Производство, Планирование.

8. Что из нижеперечисленного является ключевым элементом маркетинговой стратегии?

- A. Определение целевого рынка.
- B. Увеличение рекламного бюджета.
- C. Расширение продуктовой линейки.
- D. Создание новой брендовой стратегии.

9. Как рассчитывается показатель CPA (Cost Per Acquisition)?

- A. Общая сумма расходов на маркетинг делится на количество новых клиентов.
- B. Общая сумма доходов делится на количество транзакций.
- C. Общая сумма расходов на маркетинг делится на количество просмотров страниц.
- D. Общая сумма расходов на маркетинг делится на общее количество кликов.

10. Какая маркетинговая стратегия считается наиболее эффективной для продвижения продуктов SaaS (Software as a Service)?

- A) Наружная реклама и проведение собственных мероприятий.
- B) Спонсорство на крупных мероприятиях и интеграции в медиа.
- C) Создание образовательного контента и использование контент-маркетинга.
- D) Массовые e-mail рассылки на широкую базу новых пользователей.