

Digital Marketing Professional Certificate (DMPC)

Perguntas de Apoio V042020

1. Marketing digital também é conhecido como:
 - a) Marketing online.
 - b) Marketing impulsionado por dados.
 - c) Marketing baseado em análise de dados.
 - d) Website marketing.

2. Marketing digital inclui:
 1. Display advertising. (Anúncio exibido)
 2. Outdoors
 3. E-mail marketing.
 - a) 1 e 3.
 - b) 1 e 2.
 - c) 2 e 3.

3. A busca para e os anúncios de banner estão configurados em:
 - a) Hootsuite.
 - b) Google AdWords.
 - c) Google Analytics.
 - d) Bing.

4. Um comprador inclui:
 - a) Hábitos de compra.
 - b) Renda familiar.
 - c) Posição e título.
 - d) Todas as anteriores.

5. Como você coleta informação sobre um comprador?
- a) Investigação de mercado.
 - b) Páginas amarelas.
 - c) Ambiente de trabalho.
 - d) A e B.
6. Qual é a jornada correta percorrido pelo cliente?
- a) Conscientização, interesse, consideração, retenção, compra, incidência.
 - b) Interesse, conscientização, consideração, compra, retenção, incidência.
 - c) Conscientização, interesse, consideração, compra, retenção, incidência.
 - d) Conscientização, interesse, consideração, retenção, incidência.
7. A proposta de valor faz parte de:
- a) Modelo de negócios canvas.
 - b) Estratégia de meios digitais.
 - c) Modelo de vendas canvas.
 - d) Modelo online canvas.
8. O público-alvo inclui:
- a) Gênero.
 - b) Estado civil.
 - c) Hobbies.
 - d) Todas as anteriores.
9. Os comentários fazem parte de:
- a) Etapa Retenção.
 - b) Etapa Compra.
 - c) Etapa Consideração.
 - d) Etapa Convert.

10. O Marketing de Conteúdo geralmente é usado para:
- Gerar ou aumentar as vendas online.
 - Criar pesquisas para coletar informação dos clientes.
 - Coleta informações pessoais do cliente, como renda, idade e dados demográficos.
 - Estudos de mercado.
11. Blog é uma combinação das palavras:
- Business e log.
 - Brand e log.
 - Web e log.
 - Vídeo e log.
12. Os blogs são uma excelente forma de:
- Promover novas ofertas.
 - Realizar estudos de mercado.
 - Compartilhar informação nova e emocionante.
- 1 e 3.
 - 1 e 2.
 - 2 e 3.
13. É uma técnica para atrair clientes, produtos e serviços por meio de marketing de conteúdo, marketing de mídia social, otimização de mecanismos de pesquisa e branding:
- Outbound marketing.
 - Inbound marketing.
 - Digital marketing.
 - Incoming marketing.
14. Inbound marketing é composto pelos passos:
- Conscientizar, converter, aproximar e encantar.
 - Atrair, converter, aproximar e conquistar.
 - Atrair, converter, aproximar e encantar.
 - Atrair, interesse, aproximar e encantar.

15. Administrar conteúdo não é:
- a) Novo conteúdo criado por uma empresa.
 - b) Uma compilação dos melhores blogs.
 - c) Infográficos, artigos e publicações em redes sociais.
 - d) UGC (conteúdo gerado pelo usuário).
16. O processo de administração de conteúdo consiste em:
- a) Comprar o conteúdo desejado, organizá-lo e promovê-lo.
 - b) Descobrir o melhor conteúdo, organizá-lo, contextualizá-lo e promovê-lo.
 - c) Escrever o conteúdo, adicionar imagens e promovê-lo.
 - d) Nenhuma das anteriores.
17. São considerados offline marketing:
- a) POS, folhetos, exposições.
 - b) Revistas, vídeo, POS.
 - c) Mídia Social, reviews, print.
 - d) Vídeo, promoção de vendas, apps.
18. Funil de vendas também é conhecido como:
- a) Funil de pagamento.
 - b) Funil de rendimentos.
 - c) Funil de entrada.
 - d) Funil de prognósticos.
19. O método de geração de lead, pode utilizar a publicidade paga e também pode incluir:
- a) Busca orgânica.
 - b) Referências.
 - c) Resultados do motor.
 - d) Todas as anteriores.
20. Antes de que os potenciais clientes se convertam em clientes, são seguidos os seguintes passos:
- a) Warm prospects, lead, hot leads.
 - b) Interested prospects, warm eads, hot leads.
 - c) Hot prospects, lead, hot leads.
 - d) Nenhuma das anteriores.

21. SEM significa:
1. Search engine marketing.
 2. Search engagement marketing.
 3. Sender email marketing.
 4. Smarketing engine mobile.
22. SEO ou Search engine optimization é o processo de:
- a) Otimizar a visibilidade online de um website ou página web nos resultados pagos de um motor de busca.
 - b) Otimizar a visibilidade online de um website ou página web nos resultados gratuitos de um motor de busca.
 - c) Otimizar a visibilidade online de uma página web apenas nos resultados pagos de um motor de busca.
 - d) Aumentar a quantidade e a qualidade do tráfego em seu website através de publicidade paga.
23. O blog é usado em SEO para:
1. Obter menos visitas na página de início.
 2. Aumentar o número de páginas.
 3. Manter o website atualizado.
- a) 2 y 3.
 - b) 1 y 2.
 - c) 2 y 3.
24. PPC significa que os anunciantes pagam cada vez que um usuário:
- a) Vê o anúncio.
 - b) Converte.
 - c) Compra o produto.
 - d) Dá um clique no anúncio.

25. Display advertising é a publicidade no website que inclui:
- a) Imagens e áudio.
 - b) Imagens, texto, flash, vídeo e áudio.
 - c) Imagens, flash, vídeo e áudio.
 - d) Imagens e vídeo.
26. Redirect é um método de redirecionar um visitante de uma página para outra página web, que se usa apenas em situações temporárias.
- a) 404.
 - b) 301.
 - c) 403.
 - d) 302.
27. Este tipo de marketing premia os clientes existentes ou defensores da marca por cada visita ou compra adquirida por seus esforços de marketing.
- a) Associate marketing.
 - b) Appeal marketing.
 - c) Affiliate marketing.
 - d) Reliable marketing.
28. Os objetivos do e-mail marketing incluem:
- a) Vender produtos/serviços.
 - b) Gerar leads.
 - c) Dar apoio.
 - d) Todas as anteriores.
29. As listas de correio eletrônico podem se segmentar por:
- a) Idade, sexo, companhia.
 - b) Qualquer quantidade de condições.
 - c) Produtos comprados.
 - d) Título, ingresso familiar, idade.

30. A capacidade de enviar correios eletrônicos para as bandejas de entrada de inscritos se conhece como:
- a) Capacidade de entrega.
 - b) Email enviado.
 - c) Execução de campanha.
 - d) Implementação de correio eletrônico.
31. Para cumprir a lei CAN-SPAM, deve-se incluir:
- a) Apagar «de» e «para», revele claramente que sua mensagem é publicitária, tenha a opção e torne fácil a opção de não participar, respeite as exclusões em 10 dias, não use linguagem duvidosa, garanta que todas as empresas cumpram.
 - b) A lei CAN-SPAM apenas se aplica a correios eletrônicos enviados antes de 2003.
 - c) Direção postal válida, apagar «de» e «a», revele claramente que sua mensagem é publicitária, tenha a opção e torne fácil optar por nãoo participar, respeite as exclusões em 10 dias, não use linguagem duvidosa e garanta de que todas as assinaturas estejam corretas.
 - d) «De» e «para», direção postal válida e opção de exclusão.
32. A estratégia de comunicação que envia um grupo de mensagens previamente escritas a clientes ou potenciais também se conhece como:
- a) Automation marketing.
 - b) Dynamic marketing.
 - c) Pre-set campaigns.
 - d) Drip marketing.
33. São tecnologias mediadas por computadores que facilitam a criação e a troca de informação, ideias, interesses de carreira e outras formas de expressão através de comunidades virtuais e redes.
- a) Blogs.
 - b) Redes sociais.
 - c) Microsites.
 - d) Websites.

34. Existem diferentes tipos de retargeting: Advertiser, creative, reverse e:
- a) Sponsorship.
 - b) Support.
 - c) Innovating.
 - d) Sales.
35. Behavioral retargeting também se conhece como:
- a) Action retargeting.
 - b) Behavioral remarketing.
 - c) Retargeting.
 - d) A e C.
36. Retargeting é uma forma de publicidade online dirigida a consumidores baseada em:
- a) Comprador.
 - b) Nível de rendimentos.
 - c) Idade.
 - d) Ações em linha.
37. Para rastrear o comportamento de um consumidor, deve-se estabelecer para o navegador do usuário um:
- a) Code.
 - b) Cookie.
 - c) Pixel.
 - d) Program.
38. Esta técnica é utilizada por vendedores para mostrar publicidade à pessoas que tenham visitado previamente seu website.
- a) Website retargeting.
 - b) Webpage retargeting.
 - c) Site retargeting.
 - d) User retargeting.

39. Marketing digital , _____ são valores utilizados pelas equipes de marketing para medir e seguir o rendimento de suas campanhas de marketing:
- a) Revenue y metrics.
 - b) KPIs y revenue.
 - c) Sales y metrics.
 - d) Metrics y KPIs.
40. Considera-se um KPI digital:
- a) Household income.
 - b) CTR.
 - c) Purchase history.
 - d) CTP.

Respostas

- | | | | |
|-----|---|-----|---|
| 1. | B | 21. | A |
| 2. | A | 22. | B |
| 3. | B | 23. | C |
| 4. | D | 24. | D |
| 5. | A | 25. | B |
| 6. | C | 26. | D |
| 7. | A | 27. | C |
| 8. | D | 28. | D |
| 9. | C | 29. | B |
| 10. | A | 30. | A |
| 11. | C | 31. | C |
| 12. | A | 32. | D |
| 13. | B | 33. | B |
| 14. | C | 34. | A |
| 15. | A | 35. | D |
| 16. | B | 36. | D |
| 17. | A | 37. | B |
| 18. | B | 38. | C |
| 19. | D | 39. | D |
| 20. | B | 40. | B |