

## Digital Marketing Professional Certificate (DMPC)

### Preguntas de Apoyo V042020

1. El marketing digital también se conoce como:
  - a) Mercadeo en línea.
  - b) Marketing impulsado por los datos.
  - c) Marketing basado en análisis de datos.
  - d) Website marketing.
  
2. El marketing digital incluye:
  1. Display advertising.
  2. Vallas publicitarias.
  3. Email marketing.
  - a) 1 y 3.
  - b) 1 y 2.
  - c) 2 y 3.
  
3. La búsqueda pagada y los anuncios de banner están configurados en:
  - a) Hootsuite.
  - b) Google AdWords.
  - c) Google Analytics.
  - d) Bing.
  
4. Una buyer persona incluye:
  - a) Hábitos de compra.
  - b) Ingresos del hogar.
  - c) Posición y título.
  - d) Todas las anteriores.
  
5. ¿Cómo reúnes la información de una buyer persona?
  - a) Investigación de mercado.
  - b) Páginas amarillas.

- c) Ambiente de trabajo.
  - d) A y B.
6. ¿Cuál es el viaje correcto del cliente?
- a) Awareness, interest, consideration, consumption, retention, advocacy.
  - b) Interest, awareness, consideration, purchase, retention, advocacy.
  - c) Awareness, interest, consideration, purchase, retention, advocacy.
  - d) Awareness, interest, consideration, consumption, advocacy.
7. La propuesta de valor hace parte de:
- a) Modelo de negocios canvas.
  - b) Estrategia de medios digitales.
  - c) Modelo de ventas canvas.
  - d) Modelo en línea canvas.
8. El público objetivo incluye:
- a) Género.
  - b) Estado civil.
  - c) Hobbies.
  - d) Todas las anteriores.
9. Los comentarios hacen parte de:
- a) Etapa Retention.
  - b) Etapa Purchase.
  - c) Etapa Consideration.
  - d) Etapa Convert.
10. Content marketing a menudo se usa para:
- a) Generar o aumentar las ventas en línea.
  - b) Crear encuestas para reunir información de los clientes.
  - c) Recopila información personal del cliente, como ingresos, edad y datos demográficos.
  - d) Estudios de mercado.
11. Blog es una combinación de las palabras:

- a) Business y log.
  - b) Brand y log.
  - c) Web y log.
  - d) Video y log.
12. Los blogs son una excelente forma de:
- 1. Promover nuevas ofertas.
  - 2. Llevar a cabo estudios de mercado.
  - 3. Compartir información nueva y emocionante.
- a) 1 y 3.
  - b) 1 y 2.
  - c) 2 y 3.
13. \_\_\_\_\_ es una técnica para atraer clientes, hacia productos y servicios a través de content marketing, social media marketing, search engine optimization y branding:
- a) Outbound marketing.
  - b) Inbound marketing.
  - c) Digital marketing.
  - d) Incoming marketing.
14. Inbound marketing está compuesto por estos pasos:
- a) Awareness, convert, close y delight.
  - b) Attract, convert, close y nurture.
  - c) Attract, convert, close y delight.
  - d) Attract, interest, close y delight.
15. Content curation no es:
- a) Nuevo contenido creado por una empresa.
  - b) Una compilación de los mejores blogs.
  - c) Infografías, artículos y publicaciones en redes sociales.
  - d) UGC (contenido generado por el usuario).
16. El proceso de content curation consiste en:
- a) Comprar el contenido deseado, organizarlo y promocionarlo.

- b) Descubrir el mejor contenido, organizarlo, contextualizarlo y promocionarlo.
  - c) Escribir el contenido, agregar imágenes y promocionarlo.
  - d) Ninguna de las anteriores.
17. Estos se consideran offline marketing:
- a) POS, brochures, exhibitions.
  - b) Magazines, video, POS.
  - c) Social media, reviews, print.
  - d) Video, sales promotions, apps.
18. Sales funnel es también conocido como:
- a) Embudo de pago.
  - b) Embudo de ingresos.
  - c) Embudo de entrada.
  - d) Embudo de pronósticos.
19. El método de lead generation, puede hacer uso de la publicidad paga, pero también puede incluir:
- a) Búsqueda orgánica.
  - b) Referencias.
  - c) Resultados del motor.
  - d) Todas las anteriores.
20. Antes de que los clientes potenciales se conviertan en clientes, deben seguir estos pasos:
- a) Warm prospects, leads, hot leads.
  - b) Interested prospects, warm leads, hot leads.
  - c) Hot prospects, leads, hot leads.
  - d) Ninguno de los anteriores.
21. SEM significa:
- a) Search engine marketing.
  - b) Search engagement marketing.
  - c) Sender email marketing.
  - d) Smarketing engine mobile.

22. SEO o Search engine optimization es el proceso de:
- Optimizar la visibilidad en línea de un sitio web o página web en los resultados pagos de un motor de búsqueda.
  - Optimizar la visibilidad en línea de un sitio web o página web en los resultados impagos de un motor de búsqueda.
  - Optimizar la visibilidad en línea de una página web solo en los resultados pagos de un motor de búsqueda.
  - Aumentar la cantidad y la calidad del tráfico a su sitio web a través de publicidad pagada.
23. El blog se usa en SEO para:
- Obtener menos visitas en la página de inicio.
  - Aumentar el número de páginas.
  - Mantener el sitio web actualizado.
- 2 y 3.
  - 1 y 2.
  - 2 y 3.
24. PPC significa que los anunciantes pagan cada vez que un usuario:
- Ve el anuncio.
  - Convierte.
  - Compra el producto.
  - Hace clic en un anuncio.
25. Display advertising es publicidad en sitios web que incluyen:
- Imágenes y audio.
  - Imágenes, texto, flash, video y audio.
  - Imágenes, flash, video y audio.
  - Imágenes y video.
26. Redirect es un método de redirigir a un visitante de una página a otra página web, que se usa solo para situaciones temporales.
- 404.
  - 301.
  - 403.

- d) 302.
27. Este tipo de marketing premia a los clientes existentes o defensores de la marca por cada visitante o compra adquirida por sus esfuerzos de marketing.
- a) Associate marketing.
  - b) Appeal marketing.
  - c) Affiliate marketing.
  - d) Reliable marketing.
28. Los objetivos del email marketing incluyen:
- a) Vender productos/servicios.
  - b) Generate leads.
  - c) Dar apoyo.
  - d) Todas las anteriores.
29. Las listas de correo electrónico se pueden segmentar por:
- a) Edad, sexo, compañía.
  - b) Cualquier cantidad de condiciones.
  - c) Productos comprados.
  - d) Título, ingreso familiar, edad.
30. La capacidad de enviar correos electrónicos a las bandejas de entrada de los suscriptores se conoce como:
- a) Capacidad de entrega.
  - b) Email enviado.
  - c) Ejecución de campaña.
  - d) Implementación de correo electrónico.
31. Para cumplir con la ley CAN-SPAM, debe incluir:
- a) Borre «de» y «para», revele claramente que su mensaje es publicitario, tenga la opción y haga que sea fácil optar por no participar, respete las exclusiones en 10 días, no use lenguaje engañoso, asegúrese de que todas las empresas cumplan.
  - b) La ley CAN-SPAM solo se aplica a los correos electrónicos que se enviaron antes de 2003.
  - c) Dirección postal válida, borre «de» y «a», revele claramente que su mensaje es publicitario,

tenga la opción y haga que sea fácil optar por no participar, respete las exclusiones en 10 días, no use lenguaje engañoso, asegúrese de que todas las firmas estén en conformidad.

d) «De» y «para», dirección postal válida y opción de exclusión.

32. La estrategia de comunicación que envía un conjunto de mensajes previamente escritos a clientes o prospectos también se conoce como:

a) Automation marketing.

b) Dynamic marketing.

c) Pre-set campaigns.

d) Drip marketing.

33. \_\_\_\_\_ son tecnologías mediadas por computadora que facilitan la creación y el intercambio de información, ideas, intereses de carrera y otras formas de expresión a través de comunidades virtuales y redes.

a) Blogs.

b) Redes sociales.

c) Microsites.

d) Sitios web.

34. Existen diferentes tipos de retargeting: Advertiser, creative, reverse y:

a) Sponsorship.

b) Support.

c) Innovating.

d) Sales.

35. Behavioral retargeting también se conoce como:

a) Action retargeting.

b) Behavioral remarketing.

c) Retargeting.

d) A y C.

36. Retargeting es una forma de publicidad en línea dirigida a los consumidores basada en:

a) Buyer persona.

b) Nivel de ingresos.

- c) Edad.
  - d) Acciones en línea.
37. Para rastrear el comportamiento de un consumidor, se debe establecer un \_\_\_\_\_ en el navegador del usuario:
- a) Code.
  - b) Cookie.
  - c) Pixel.
  - d) Program.
38. Esta técnica es utilizada por los vendedores para mostrar publicidad a las personas que han visitado previamente su sitio web.
- a) Website retargeting.
  - b) Webpage retargeting.
  - c) Site retargeting.
  - d) User retargeting.
39. Marketing digital \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_ son valores utilizados por los equipos de marketing para medir y seguir el rendimiento de sus campañas de marketing:
- a) Revenue y metrics.
  - b) KPIs y revenue.
  - c) Sales y metrics.
  - d) Metrics y KPIs.
40. Esto se considera un KPI digital:
- a) Household income.
  - b) CTR.
  - c) Purchase history.
  - d) CTP.

## Respuestas

- |       |       |
|-------|-------|
| 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 |