

Esercitazione – Elementi di Digital marketing per l'e-commerce

1. Il Digital marketing serve a:

- a) supportare i processi di marketing
 - b) migliorare l'interazione e dell'engagement con i clienti
 - c) entrambe le risposte precedenti sono corrette
-

2. Quale delle seguenti non è una peculiarità del Web 2.0:

- a) Interazione
 - b) Connessione
 - c) Condivisione
-

3. Quale tipologia di bisogni è posta alla base della piramide di Maslow?

- a) Bisogni fisiologici
 - b) Bisogni di appartenenza
 - c) Bisogni di autorealizzazione
-

4. Le Web analytics sono utili per:

- a) Tracciare i visitatori di un sito web
 - b) Profilare i visitatori di un sito web per finalità statistiche
 - c) Entrambe le risposte sono corrette
-

5. L'acronimo KPI sta per:

- a) Knowledge Performance Indicator
 - b) Key Performance Indicator
 - c) Key Personal Indicator
-

6. Le web analytics on-site:

- a) sono utili per misurare il comportamento di un visitatore su un sito web specifico
 - b) si basa sull'analisi dei dati aperti e sull'esplorazione dei social media
 - c) nessuna delle precedenti risposte è corretta
-

7. Un CMS è uno strumento web che:

- a) non serve
- b) ci facilita la gestione dei contenuti di siti web
- c) Ci complica la gestione dei contenuti di siti web

8. Il content marketing è una tecnica per:

- a) creare e distribuire contenuti
- b) migliorare il posizionamento del brand online
- c) entrambe le affermazioni sono corrette

9. La SEO è:

- a) la pagina dei risultati dei motori di ricerca
- b) l'ottimizzazione delle pagine di un sito web per i motori di ricerca
- c) uno strumento gratuito per l'analisi di un sito web

10. La meta description è:

- a) utile descrivere il contenuto della nostra pagina ed invogliare l'utente a visitarla
- b) inutile ai fini dell'ottimizzazione per i motori di ricerca
- c) entrambe le affermazioni sono corrette

11. Gli heading tag sono utili per:

- a) inserire parole chiave popolari a caso nel contenuto
- b) far capire l'argomento del contenuto ai motori di ricerca
- c) far capire l'argomento del contenuto sia agli utenti che ai motori di ricerca

12. L'ALT Text serve per:

- a) agevolare la lettura da parte degli screen reader
- b) è utile ai motori di ricerca per leggere il contenuto delle immagini
- c) entrambe le affermazioni sono corrette

13. L'anchor text è:

- a) il testo per agevolare la lettura da parte degli screen reader
- b) è utile ai motori di ricerca per leggere il contenuto delle immagini
- c) l'insieme delle parole cliccabili utilizzate in un link

14. L'inserzionista:

- a) è colui che ha una base di follower a cui promuovere i prodotti di altri
- b) è colui che intende promuovere il proprio business online
- c) mette a disposizione il Know-How e la tecnologia per gestire i pagamenti

15. Una campagna di lead generation è utile per:

- a) scegliere l'influencer più adatto a promuovere i nostri prodotti
- b) comprare liste di indirizzi e-mail online
- c) individuare possibili clienti interessati ai prodotti o servizi offerti da un'azienda

16. Non è una fase del percorso del cliente:

- a) L'Inclusione
- b) La Conversione
- c) La Notorietà

17. Il posizionamento online è:

- a) la definizione di un elenco di siti partner collegabili al nostro con i link
- b) la posizione di un sito/pagina web nel ranking dei motori di ricerca
- c) la scelta della collocazione del nostro negozio online

18. IL GDPR è:

- a) è di interesse per tutte le aziende del mondo
- b) una legge sulla privacy dell'Unione Europea (UE)
- c) entrambe le affermazioni sono corrette

19. La mailing list è:

- a) un elenco di indirizzi e-mail acquistabili online
- b) un database contenente gli indirizzi e-mail delle persone che hanno dato il loro consenso a ricevere le nostre campagne e-mail.
- c) un elenco di indirizzi e-mail reperibili gratuitamente online

20. La raccolta del consenso, in ottemperanza alla GDPR:

- a) è preferibile
- b) è inutile
- c) è obbligatoria