



E-Marketer training quiz

Modul 1: Digital Marketing

1. Vervollständige Sie die Definition von "e-Commerce". Kreuzen Sie alle relevanten Antworten an.

- a) e-Commerce bezieht sich auf wirtschaftliche Transaktionen
- b) , die elektronisch durchgeführt werden,
- c) und umfasst den Kauf
- d) und umfasst den Kauf und Verkauf
- e) von digitalen Gütern.
- f) von digitalen Gütern und Services.
- g) von digitalen Gütern und Services inclusive digitaler Güter und Services.

2. Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten e-Commerce durchzuführen und online Werte zu schaffen. Bitte kreuzen Sie den passenden e-Commerce-Modus für die aufgelisteten Beispiele an.

	Business-to-Customer (B2C)	Customer-to-Customer (C2C)	Customer-to-Business (C2B)
Private Weiterverkäufe			
Kleinanzeigen Service			
Online Marktplätze			
Online Shops			
Rezensionsportale			
Fotowettbewerb für Nutzer			

3. Was bedeutet ROI?

- $\text{Return on Investment} = \frac{\text{Gewinn aus dem Investment} - \text{Kosten des Investments}}{\text{Kosten des Investments}}$
- $\text{Return on Investment} = \frac{\text{Kosten des Investments}}{\text{Gewinn aus dem Investment}}$
- $\text{Return on Investment} = \text{Gewinn aus dem Investment} - \text{Kosten des Investments}$

4. Bitte geben Sie an, welches Merkmal der Liste dem digitalen Marketing und welches dem traditionellen Marketing zugeordnet wird. (Mehrfachnennungen möglich)

	Traditionelles Marketing	Digitales Marketing
Zielt auf die Verbesserung der wirtschaftlichen Performance des Unternehmens ab		
Wechselseitige Interaktion zwischen Nutzer/Kunde und Unternehmen		
Kunden-/Nutzerorientierung		
Nutzung etablierter Kommunikationskanäle mit breiter Wirkung		



	Traditionelles Marketing	Digitales Marketing
Schnelle und spontane Kommunikation		
Strategische Planung		
Verbesserung der Online Reputation		

5. Die untenstehende Liste führt verschiedene Marketingziele auf. Wählen Sie passende Marketingmaßnahmen aus (Kreuzen Sie an).

	Display/Banner Advertising	Email Marketing	Search Engine Advertising	Markenbotschafter / Nutzerberichte	Virale Kampagnen	Website und Online Shop
authentische Produktpräsentation						
Verbesserung der Sichtbarkeit online						
Gezielte Kommunikation mit Kunden/Nutzern						
Verbesserung der Sichtbarkeit online über die traditionelle Zielgruppe hinaus						

Modul 2: Business Strategy

1. Der "Strategische Prozess" umfasst mehrere Schritte. Bringen Sie die folgenden Begriffe in die richtige Reihenfolge. (Kreuzen Sie nur eine Antwort pro Zeile an)

	Erster Schritt	Zweiter Schritt	Dritter Schritt	Vierter Schritt
Analysen				
Strategisches Controlling				
Strategische Entwicklung				
Strategie-Implementierung				

2. Business Strategien müssen umgesetzt werden. Welches der folgenden Elemente ist dem strategischen und welches dem operative Level zugeordnet?

	strategisches Level	operatives Level
Grundlegende Entscheidungen		
Kurzfristigkeit		
Umfassende Lösungen		
Teillösungen		



	strategisches Level	operatives Level
Langfristigkeit		
situative Entscheidungen		

3. Aus welchen Elementen besteht die PEST Analyse?

- a) Politische Faktoren
- b) Sozio-kulturelle Faktoren
- c) Historische Faktoren
- d) Technologische Faktoren
- e) Philosophische Faktoren
- f) Modefaktoren
- g) Ökonomische Faktoren

4. Aus welchen Elementen besteht die SWOT Analyse?

- a) Stärken/Strengths
- b) Bedrohungen/Threats
- c) Möglichkeiten/Opportunities
- d) Trends
- e) Schwächen/Weaknesses
- f) Wettbewerber/Competitors

5. Geben Sie an welches Motto zu welcher Verhaltensoption im strategischen Management gehört. (Eine Nennung pro Zeile)

	Friedliches Verhalten	kooperatives Verhalten	aggressives Verhalten	Konfliktverhalten
"Zusammen sind wir stark!"				
"Wir haben nur unseren Vorteil im Blick, mal sehen, wie weit wir kommen!"				
"Der Markt gehört allen"				
"Angriff ist die beste Verteidigung"				

6. Welche Elemente gehören in eine Business Strategie? (Eine Möglichkeit pro Zeile)

	Ja	Nein
Beschreibung des Unternehmenshintergrunds		
Beschreibung anvisierter Ziele		
Liste von Meilensteinen		
up-to-date Analyse der gegenwärtigen Situation		
Detaillierter Action Plan		



Erasmus+



7. Welche Elemente gehören in einen Action Plan für e-Marketers? (Eine Möglichkeit pro Zeile)

	Ja	Nein
Kommunikationskanäle		
Verantwortliche/r		
Investitionsbetrag		
Frist		
Aufgabenbeschreibung		
Nutzerzahlen		
Ziel		
Return on Investment		

Modul 3: Relationship and Risk Management

1. Wer gehört zur Gruppe der Stakeholder? (Mehrfachnennung möglich)

- a) Zulieferer
- b) Nutzer und Kunden
- c) Wettbewerber
- d) Angestellte
- e) Medien

2. Worauf ebziht sich der Begriff interne Stakeholder? (Mehrfachnennung möglich)

- a) Arbeitnehmende werden als Kunden betrachtet.
- b) Arbeitnehmende werden als starke Markenbotschafter betrachtet.
- c) Der lokale Markt wird als wichtigster Markt für den e-Commerce betrachtet.

3. Der Krisenmanagementprozess umfasst unterschiedliche Schritte. Bringen Sie die folgenden in die richtige Reihenfolge.

	Erster Schritt	Zweiter Schritt	Dritter Schritt	Vierter Schritt	Fünfter Schritt	Sechster Schritt
Benachrichtigung und Aufgabenverteilung						
Bestätigung der Krise						
Kommunikation and Management						
Bestimmung des Krisenkommunikationslevels						
Entwicklung und Verbreitung von Benachrichtigungen						
Beobachtung von Feedback und Geben von Feedback						

Modul 4: Analytical Skills

1. Was ist eine " Buyer Persona "? *



Erasmus+



- a) Die Buyer Persona ist der beste und loyalste Kunde eines Unternehmens.
- b) Die Buyer Persona repräsentiert die Zielgruppe eines Unternehmens/Produkts, die sich mithilfe eines Satzes bestimmter Informationen beschreiben lässt.
- c) Die Buyer Persona bezieht sich auf das Kundenkonto im e-Commerce.

2. Was bedeutet der Ausdruck "Customer Journey"?

- a) Customer Journey bezeichnet den Prozess des Kaufens, beginnend mit dem ersten Kaufimpuls oder -interesse und umfasst den Prozess bis hin zur Nachkaufphase.
- b) Customer Journey ist der Prozess der Kundenanalyse für zukünftige Produktentwicklungen.
- c) Customer Journey bezieht sich auf Vertriebswege und die Distanz, die ein Kunde für einen Kauf überwinden muss.

3. Datensätze sind der Schlüssel für eine gute Analyse. Wie können Kundendaten erhoben werden? (Mehrfachnennung möglich)

- a) Eigene Kundendatenbank durchsuchen.
- b) Die Kundendatenbank durch gezielte Umfragen verbessern. (Umfragen, Cookies etc.)
- c) Datensätze von externen Agenturen aufkaufen.

Module 5: Digital Marketing Tools

1. Was ist Content Marketing?

- a) Content Marketing umfasst die Arbeit mit Bloggern und "Influencern" um mehr Kunden/Nutzer anzusprechen.
- b) Content Marketing is a combination of SEO, SEA and PR and involves the integration of a blog into the company's website.
- c) Content Marketing sind Kampagnen, die über Newsletter publiziert werden und die aktuelle Kundschaft ansprechen.

2. Was ist e-Mail Marketing? *

- a) E-Mail Marketing gibt Informationen über das Unternehmen an Personen jenseits der Zielgruppe weiter, z.B. durch Social Media.
- b) E-Mail Marketing sind Kampagnen, die über Newsletter publiziert werden und die aktuelle Kundschaft ansprechen.
- c) E-Mail Marketing umfasst die Arbeit mit Bloggern und "Influencern" um mehr Kunden/Nutzer anzusprechen.

a)

3. Was bedeutet "Markenbotschafter/brand ambassador"?

- a) Kunden, die die Produkte in einem Bewertungsportal rezensieren.
- b) Blogger, die die Produkte in ihrem Blog vorstellen und bewerten.



- c) Berater, die die Produkte auf einem strategischen Niveau präsentieren, z.B. vor Investoren.

Welcher social media Kanal passt am besten zu den folgenden Absichten? (Mehrfachnennung möglich)

Facebook LinkedIn Instagram Twitter

Interessenten mit kurzen Botschaften zum Produkt versorgen.

Audiovisuelles Material über die Zielgruppe hinaus verbreiten.

Potenzielle Arbeitnehmende und Auszubildende ansprechen.

Mit Interessenten persönlichen Kontakt pflegen.
