



Quiz Data Specialist

Module 1: Digital Marketing

1. Complétez la définition de e-commerce en cochant les cases correspondantes (en gras toutes les bonnes réponses)

- a) le commerce électronique désigne les transactions commerciales
- b) qui sont conduites électroniquement
- c) et comprennent l'achat
- d) et comprennent l'achat et la vente
- e) de biens numériques
- f) de biens et services numérique
- g) de biens et services, y compris les biens et services numériques

2. Il existe différentes possibilités d'effectuer du commerce électronique et de créer de la valeur en ligne. Veuillez indiquer le mode e-Commerce approprié pour les exemples ci-dessous (toutes les bonnes réponses sont en gras)

	Business-to-Customer (B2C)	Customer-to-Customer (C2C)	Customer-to-Business (C2B)
livre-revente privé			
classifié service d'annonces			
lieux de marché en ligne			
boutiques en ligne			
revue portails			
Compétition photographique des clients			

3. Qu'est-ce que ROI représente? ?

- Retour sur Investissement = (Gain de Investissement - Coût de l'Investissement) / Coût de l'Investissement
- Retour sur investissement = Coût de l'investissement / Gain de l'investissement
- Retour sur Investissement = Gain de l'investissement - Coût de l'investissement

4. Veuillez indiquer quelle fonctionnalité de la liste ci-dessous appartient à Digital Marketing et laquelle appartient au marketing traditionnel. (Sélection multiple possible)



	Marketing Traditionnel	Marketing Digital
visant à améliorer les performances de l'entreprise		
interaction mutuelle entre client et entreprise		
orientation client		
utilisation de canaux de communication bien établis avec un large impact		
communication sponate et rapide		
Pensée stratégique		
Augmente la réputation en ligne		

5. La liste indique plusieurs objectifs marketings. Choisissez des tactiques de marketing appropriées en cochant les cases.

	Affichage / Publicité de bannière	Publicité par e- mail	Publicité dans les moteurs de recherche	ambassadeurs marque / avis client	campagne virale	Site internet et boutique en ligne
promotion de produit authentique						
augmenter la visibilité en ligne						
ciblé sur la communication client						
augmenter la visibilité en ligne au-delà du marché cible traditionnel						

Module 2: Les bases techniques

1. AARRR signifie l'acquisition, l'activation, la conservation, le référencement et les revenus. Quelles sont les questions clés derrière ces termes? (en gras toutes les réponses correctes)

	Acquisition	Activation	Rétention	Référencement	Revenus
Qui utilise votre site Web?					
Combien d'utilisateurs visitent?					

Les utilisateurs partagent-ils leur expérience?

Les utilisateurs visitent-ils votre site Web à plusieurs reprises?

Qu'est-ce que les utilisateurs font sur votre site? Quelle est leur expérience?

Combien de revenus sont générés?

2. Quelles sont les données actionnables utilisées pour ? (En gras les réponses correctes)

- a) **Personnalisation des publicités et des recommandations.**
- b) Collecte de plus de données.
- c) Récupérer les clients perdus.
- d) Optimiser le taux de ventes et de retours.

3. Comment est-ce que le commerce électronique bénéficie du Big Data? (En gras les réponses correctes)

- a) **Optimisation des prix.**
- b) Optimisation du marketing
- c) **Optimisation du portefeuille de produits.**
- d) Optimisation des ventes

4. . Quelles sont les plus communes langues programmation pour DBMS? *

- a) **SQL et ODBC**
- b) Anglais et Russe
- c) **JAVA et C++**

Module 3: Gestion des risques pour les spécialistes des données

1. Quels sont les plus grand risques dans la gestion des données? (En gras les réponses correctes)

- a) **Perte de données**
- b) Incohérence des données
- c) **Silos de données**



- d) Perte d'activité

2. Comment des données incohérentes peuvent- elles être empêchées?

- a) Chaque département de l'organisation a besoin de son propre système de gestion de base de données sécurisé
- b) Mise en place d'un système de gestion de base de données standard au sein de l'organisation.
- c) Éviter de collecter trop de données.

3. Quels sont les critères pour une bonne qualité de Data? (En gras les réponses correctes)

- a) Stockage sûr et inaccessible
- b) Précision
- c) La cohérence
- d) Accessibilité

4. Le processus de gestion de crise comprend plusieurs étapes. Veuillez mettre les éléments suivants dans le bon ordre en indiquant quelle étape est la première, la seconde, etc. (en gras toutes les réponses correctes)

	première étape	deuxième étape	troisième étape	quatrième étape	cinquième étape	sixième étape
Notifications et affectations						
Vérifier et évaluer la crise						
Communication et management						
Évaluer le niveau de crise de la communication						
Développer et fournir des messages						
Surveiller et fournir des commentaires						

Module 4: Gestion des problèmes pour les spécialistes des données

1. Que signifie que la gestion des problèmes est proactive?

- a) Les problèmes sont identifiés et résolus avant l'apparition des incidents.
- b) Les problèmes sont identifiés et résolus après la survenue d'incidents.



Erasmus+



- c) Les problèmes sont provoqués pour tester l'efficacité du management de problème de l'organisation.

2. Confidentialité et protection des données - sélectionnez les phrases vrai et faux (En gras les réponses correctes)

Vrai Faux

De meilleurs résultats de marketing sont atteints quand le public ciblé a exprimé son consentement à être atteint par le marketing (opt-in).

La collecte de meilleures données de travaux sans connaissance du public cible.

La collecte de données peut seulement être efficace si le public ciblé ne peut pas se désinscrire. (Opt-out)

3. Sélectionnez si les déclarations suivantes appartiennent au "faire" ou " Ne pas faire " (En gras les réponses correctes)

Faire Ne pas faire

Transférer des données en dehors de l'Espace économique Européen.

Évitez d'utiliser des cases déjà cochées pour les formulaires d'autorisation.

Demander une autorisation à l'utilisation des données client.

Vendre des bases de données.

Module 4: Développement technique et adaptation

1. A quoi sert l'analyse Web?

- a) Obtenir des informations détaillées sur le trafic sur votre site Web.
- b) Apprendre à connaître les raisons pour lesquelles les utilisateurs ont visité votre site Web.
- c) Apprendre à connaître l'opinion du client sur vos produits.

2. Le Trafic de recherche organique vient de:

- a) Les gens cliquent sur affichent des publicités sur d'autres sites Web et portails Web.
- b) Des personnes à la recherche de certains produits ont visité votre site sans cliquer sur une publicité.
- c) Des sites de médias sociaux comme Facebook, Instagram ou autre.



3. Qu'est-ce-que le taux de rebond?

1. Il fait référence au nombre de visiteurs qui ont visité le site Web et n'ont fait aucune autre action.
2. Il se réfère au nombre de visiteurs qui reviennent.
3. Il se réfère au nombre de visiteurs qui ont visité le site Web et ont laissé une évaluation négative après un incident