



Erasmus+



Quiz per Content Manager

Modulo 1: Marketing digitale

1. Completa la definizione di e-commerce selezionando le opzioni esatte (vi sono più risposte corrette)

- a) Il commercio elettronico fa riferimento a transazioni commerciali
- b) condotte per via elettronica
- c) e comprende l'acquisto
- d) e comprende acquisto e vendita
- e) di beni digitali
- f) di beni digitali e servizi
- g) di beni e servizi inclusi quelli digitali

2. Esistono diverse possibilità per praticare e-commerce e creare valore online. Si indichi il modello corretto di e-commerce in riferimento agli esempi riportati sotto (selezionare tutte le risposte corrette).

	Business-to-Customer (B2C)	Customer-to-Customer (C2C)	Customer-to-Business (C2B)
Rivendita di libri privati			
Servizi di annunci			
Mercati online			
Negozi online			
Portali di recensioni			
Concorso fotografico per clienti			

3. Cosa significa ROI?

- a) Ritorno sull'investimento = $(\text{Guadagno dall'investimento} - \text{Costo dell'investimento}) / \text{Costo dell'investimento}$
- b) Ritorno sull'investimento = $\text{Costo dell'investimento} / \text{Guadagno dall'investimento}$
- c) Ritorno sull'investimento = $\text{Guadagno dall'investimento} - \text{Costo dell'investimento}$

4. Si prega di indicare quali delle seguenti caratteristiche attengono al Marketing digitale e quali al Marketing tradizionale (indicare tutte le risposte corrette)



Erasmus+



	Marketing tradizionale	Marketing digitale
Potenziamento della performance imprenditoriale di un'azienda		
Interazione reciproca tra clienti e aziende		
Orientamento verso il consumatore		
Uso di strumenti di comunicazione ben rodati al fine di massimizzare l'impatto		
Comunicazione veloce e spontanea		
Pensiero strategico		
Miglioramento della reputazione digitale		

Modulo 2: Abilità analitiche

1. Cosa si intende per "buyer persona"?

- La buyer persona è il cliente più fedele di un'azienda.
- La buyer persona rappresenta il target tipico di un'azienda, e reca specifiche caratteristiche demografiche, comportamentali e geografiche.
- La buyer persona fa riferimento all'account e-commerce di un cliente.

2. Cosa si intende con "customer journey"?

- a) Si riferisce al processo d'acquisto, che ha inizio con un incentivo o con l'interesse del cliente, fino ad una possibile conversione in una fase post-vendita.
- b) Il customer journey è il processo di analisi dei bisogni del cliente finalizzato allo sviluppo del prodotto.
- c) Il customer journey si riferisce ai canali di distribuzione del prodotto e alla distanza che il consumatore deve percorrere per essere in grado di acquistarlo.

3. La raccolta di dati è la chiave per un'analisi dei bisogni appropriata. Com'è possibile raccogliere i dati del cliente? Ci sono diverse affermazioni corrette, si prega di selezionarle tutte

- a) Cercare su internet le informazioni relative al cliente.



Erasmus+



- b) Cercare le informazioni nel proprio database personale.
- c) Rifinire il database clienti attraverso interviste e indagini, nonché la tracciabilità degli accessi degli utenti (e.g. tramite cookies).
- d) Acquisire informazioni e dati da agenzie esterne.

Module 3: Gestione dei Problemi

1. Perché la definizione completa del problema è tanto importante nel processo di gestione dello stesso? Si prega di considerare che diverse affermazioni potrebbero essere corrette.

- a) Una definizione completa aiuta a sviluppare soluzioni standardizzate per lo stesso.
- b) Le persone non hanno mai la medesima percezione delle cose, per questo è importante acquisire una comprensione completa di ciò che è andato storto e delle conseguenze.
- c) Poiché le persone spesso hanno le stesse percezioni, si possono applicare soluzioni standardizzate.
- d) Senza una definizione chiara, la soluzione al problema non sarà appropriata.

2. I „cinque perché“ sono uno strumento utile nella gestione dei problemi, poiché essi:

- a) ...aiutano ad individuare le cause alla base di un problema
- b) ...aiutano a sviluppare soluzioni ai problemi
- c) ...aiutano a capire le aspettative dei clienti
- d) ...aiutano a migliorare la reputazione digitale delle organizzazioni

3. Perché gli standard di documentazione sono così rilevanti nella gestione dei problemi? (Si prega di segnalare tutte le risposte corrette)

- a) Gli standard di documentazione appaiono più professionali e fanno una migliore impressione.
- b) Sono utili per creare una base documentale rilevante per la gestione di problemi futuri.
- c) Gli standard documentali sono un requisito comune per gli standard qualitativi europei.

Modulo 4: Strumenti di Marketing Digitale

1. Cos'è il Marketing virale? Si prega di selezionare la definizione esatta.

- a) Il Viral Marketing diffonde informazioni aziendali a gruppi di persone diverse dal target di mercato, ad esempio tramite video sui social media.
- b) Il Viral Marketing coinvolge blogger e influencer al fine di attrarre più clienti.



Erasmus+



- c) Il Viral Marketing si basa su campagne e offerte speciali pubblicate tramite newsletter da inoltrare a clienti recenti sulla base delle ultime operazioni d'acquisto.

2. Cos'è il Marketing di contenuti? Si prega di selezionare la definizione esatta.

- a) Il Content Marketing coinvolge blogger ed influencer per attrarre più clienti.
- b) Il Content Marketing è una combinazione di SEO, SEA e PR e comprende l'integrazione di un blog all'interno del sito di un'azienda.
- c) Per Content Marketing si intendono campagne e offerte speciali pubblicate tramite newsletter da inoltrare a clienti recenti sulla base delle ultime operazioni d'acquisto.

3. Cosa si intende per "brand ambassador"?

- a) Clienti che recensiscono un prodotto in portali appositi.
- b) Blogger che recensiscono prodotti.
- c) Consulenti che promuovono un prodotto a livello politico.

4. Quale social media rispetta meglio le esigenze di seguito?

Facebook Twitter LinkedIn Instagram

Fornire agli stakeholder brevi messaggi di aggiornamento

Attrarre possibili apprendisti ed impiegati

Distribuire materiale audiovisivo al di là del pubblico target

Connettersi individualmente con gli stakeholder

Modulo 5: Creazione di Contenuti

1. Quali sono i vantaggi del content marketing? (Si prega di selezionare tutte le risposte corrette.)

- a) Il Content Marketing accresce il traffico web del sito.
- b) Il Content Marketing migliora la reputazione online di un'organizzazione.
- c) Il Content Marketing attrae potenziali nuovi clienti.

2. Cosa si intende per "rule of thirds"?

- a) Il ROI della misura del marketing deve risultare almeno un terzo per essere conveniente.



Erasmus+



- b) La legge del terzo si riferisce alla distribuzione delle attività di marketing attraverso canali diversi (es. un terzo tramite social media, un terzo tramite carta stampata, un terzo via sito internet).
- c) La legge del terzo si riferisce alla struttura del contenuto (1/3 sulla promozione di prodotti e servizi, 1/3 sull'industria delle news e delle storie, 1/3 sull'interazione con altri o con contenuti generate dagli user).

3. Cosa si intende per regola degli 80/20?

- a) L'80% del budget per il marketing dovrebbe essere speso per il marketing digitale e il 20% per il marketing tradizionale.
- b) L'80% dei contenuti sui social media dovrebbero essere promozionali (e.g. link allo shop e ai prodotti) mentre il 20% dovrebbe essere di intrattenimento, seppur legato all'azienda.
- c) Il 20% dei contenuti sui social media dovrebbe essere promozionale (e.g. link allo shop e ai prodotti) mentre l'80% dovrebbe essere di intrattenimento, seppur legato all'azienda.