



## Data Specialist test finale

### Modulo 1: Digital Marketing

#### 1. Completa la definizione di e-commerce spuntando le caselle esatte (indica tutte le risposte corrette)

- a) Commercio elettronico con riferimento alle transazioni commerciali
- b) Condotte online
- c) Che includono l'acquisto
- d) Che includono la compravendita
- e) Di beni digitali
- f) Di beni e servizi digitali.
- g) Di beni e servizi inclusi beni e servizi digitali.

#### 2. Esistono diverse possibilità di svolgimento dell'e-commerce e di creazione di valore online. Si prega di indicare le modalità e-commerce più confacenti per ogni esempio riportato di seguito

	Business-to-Customer (B2C)	Customer-to-Customer (C2C)	Customer-to-Business (C2B)
vendita di libri privata			
scambi online			
scambi online			
negozi online			
portali di recensioni			
concorso fotografico per clienti			

#### 3. Cosa si intende per ROI?

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

#### 4. Si prega di indicare quale caratteristica presente nell'elenco sottostante appartiene al Digital Marketing e quale al Marketing tradizionale



Marketing  
Tradizionale

Digital Marketing

miglioramento delle prestazioni aziendali  
dell'organizzazione

interazione reciproca tra cliente e azienda

orientamento della clientela

utilizzo di canali di comunicazione consolidati con ampio  
impatto

comunicazione spontanea e veloce

pensiero strategico

miglioramento della reputazione online

**5. L'elenco indica diversi obiettivi di marketing. Scegli le tattiche di marketing appropriate barrando le relative caselle**

	Display/Banner pubblicitari	Email Marketing	Search Engine pubblicità	brand ambassadors/recensioni dei clienti	viral campaign	Siti web online e shop
Promozione autentica del prodotto						
aumento della visibilità online						
comunicazione mirata al cliente						
aumento della visibilità online oltre il tradizionale mercato di riferimento						

## Modulo 2: Nozioni tecniche di base

**1. AARRR è l'acronimo di Acquisition, Activation, Retention, Referral and Revenues. Quali sono i significati chiave di questi termini? (indica tutte le risposte corrette)**



Acquisition   Activation   Retention   Referral   Revenues

---

Chi sta usando il tuo sito web? Quanti utenti stanno visitando?

---

Gli utenti condividono la loro esperienza?

---

Gli utenti visitano il tuo sito web ripetutamente?

---

Quale è il valore aggiunto dato dagli utenti al tuo sito web? qual è la loro esperienza?

---

Quante entrate vengono generate?

---

**2. A cosa servono i dati utilizzabili? (indica tutte le risposte corrette)**

- a) Personalizzazione di pubblicità e raccomandazioni.
- b) Raccolta di più dati.
- c) Recupero dei clienti perduti.
- d) Ottimizzazione delle vendite e dei tassi di rendimento.

**3. In che modo l'e-Commerce trae beneficio dai Big Data? (indica tutte le risposte corrette)**

- a) Ottimizzazione dei prezzi.
- b) Ottimizzazione del marketing.
- c) Ottimizzazione del paniere dei prodotti.
- d) Ottimizzazione delle vendite.

**4. Quali sono i linguaggi di programmazione più comuni per DBMS? \***

- a) SQL e ODBC
- b) Inglese e russo
- c) JAVA e C++

**Modulo 3: Gestione del rischio per i Data Specialist**

**1. Qual'è il maggiori rischio nel Data Management? (indica tutte le risposte corrette)**

- a) Perdita dei Dati
- b) Incoerenza dei dati
- c) Data Silos
- d) Perdita di affari



## 2. Come si può prevenire l'incoerenza dei dati?

- a) Ogni dipartimento dell'organizzazione ha bisogno di un proprio sistema di gestione sicuro del database.
- b) Tramite l'implementazione di un sistema di gestione di database standard all'interno dell'organizzazione.
- c) Evitando la raccolta di troppi dati.

## 3. Quali sono i criteri per una buona qualità dei dati? (indica tutte le risposte corrette)

- a) Archiviazione sicura e inaccessibile
- b) Precisione
- c) Coerenza
- d) Accessibilità

## 4. Il processo di gestione delle crisi comprende diversi passaggi. Si prega di inserire quanto segue nell'ordine corretto indicando.

	Prima fase	Seconda fase	Terza fase	Quarta fase	Quinta fase	Terza fase
Notifiche e incarichi						
Verifica e valutazione della crisi						
Comunicazione e gestione						
Valutazione del livello di crisi della comunicazione						
Sviluppo e divulgazione di messaggi						

## Modulo 4: Problem Management per i Data Specialists

### 1. Cosa si intende per Problem Management proattivo?

- a) I problemi sono identificati e risolti prima che si verifichino incidenti.
- b) I problemi sono identificati e risolti dopo il verificarsi di incidenti.
- c) I problemi sono provocati per testare l'efficienza della gestione dei problemi dell'organizzazione.

### 2. Privacy e Data Protection – vero o falso?



Vero Falso

---

I migliori risultati di marketing sono raggiunti quando il pubblico target ha espresso il consenso a essere raggiunto dal marketing (opt-in).

---

La raccolta di dati funziona al meglio senza conoscenza del pubblico di destinazione.

---

### 3. Le seguenti affermazioni sono “consentite” o “proibite”

Consentite Proibite

---

Trasferire dati al di fuori dello Spazio economico europeo.

---

Evitare di utilizzare caselle già spuntate per i moduli di autorizzazione.

---

Richiedere il permesso di utilizzare i dati dei clienti.

---

Vendere database.

---

## Modulo 4: Sviluppi e adattamenti tecnici

### 1. A cosa serve il web analytics?

- a) Ad ottenere informazioni dettagliate relative al traffico sul tuo sito web.
- b) A scoprire i motivi per cui gli utenti hanno visitato il tuo sito web.
- c) A conoscere l'opinione del cliente in merito ai tuoi prodotti.

### 2. Il traffico Organic Search riguarda:

- a) Persone che cliccano su pubblicità display su altri siti Web e portali web.
- b) Schede di ricerca organiche: le persone che cercano determinati prodotti hanno visitato il tuo sito Web senza fare clic su alcuna pubblicità.
- c) Social media come Facebook, Instagram o altro.

### 3. Cos'è il bounce rate?

- 1. Si riferisce al numero di visitatori che hanno visitato il sito Web e lo hanno lasciato senza ulteriori azioni.
- 2. Si riferisce al numero di visitatori di ritorno.
- 3. Si riferisce al numero di visitatori che hanno visitato il sito Web e lasciato un feedback negativo a seguito dell'insorgere di un problema.