

1. Основная кнопка призыва к действию в состоящие из 3 экранов посадочные страницы находится ...

*в 1 экране

*во 2 экране

*в 1, 2 или 3 экране (в каком именно, не имеет значения)

*в 3 экране

2. Главный элемент любой посадочной страницы – это ...

*оффер (предложение)

*наличие контактных данных

*отзывы

*форма захвата

3. Landing page – это ...

*посадочная страница для получения желаемого действия в Интернете

*шаблон электронного письма

*телевизионный рекламный ролик

*рекламный буклет

4. Существует ... основных шагов оптимизации Landig pages

12

18

14

16

5. В наше время дизайн посадочной страницы ...

*может быть как адаптивным, так и неадаптивным – это не имеет значения

*в зависимости от продукта (услуги) может быть адаптивным или неадаптивным

*никогда не должен быть адаптивным

*всегда должен быть адаптивным

6. При создании посадочной страницы тотальной ошибкой, приводящей к крайне нерациональному использованию рекламных средств, является ...

*большое количество предложений

*завышенные цены

*большое количество экранов

*долгая загрузка страницы

7. Одношаговые Landing pages от двухшаговых ...

*отличаются тем, что двухшаговая страница не предполагает наличие конверсионной формы или кнопки

*ничем не отличаются

*отличаются тем, что одношаговая страница не предполагает наличие конверсионной формы или кнопки

*отличаются тем, что на одношаговой странице непосредственно находится конверсионная форма или кнопка, а на двухшаговой посетителю предлагается несколько опций

8. Две основные ошибки при создании А/В-тестирования Landing pages – это тестирование ..., а также разнородные источники трафика

*дизайна и оффера

*всего подряд

- *цвета и образа
- *формы заявки и оффера

9. Адаптивный дизайн посадочной страницы нужен для ее ...

- *корректного отображения на desktop-устройствах
- *адаптации под email-рассылку
- *отображения в социальных сетях
- *отображения на мобильных устройствах

10. На посадочной странице ...

- *должно быть два целевых действия
- *должно быть три целевых действия
- *призыва к действию не должно быть
- *должно быть одно целевое действие

11. К элементам доверия на Landing pages следует отнести ...

- *призыв к действию (call to action)
- *всплывающие окна, призыв к действию (call to action) и положительные отзывы
- *положительные отзывы
- *всплывающие окна

12. Существует ... мотивации продажи посадочных страниц

3 основных модели

2 основных модели

5 основных моделей

8 основных моделей

13. К основным функциям заголовка в посадочных страницах следует отнести ...

- *подробность информации о продукте
- *донесение информации об уникальных потребительских свойствах продукта
- *простоту и краткость, релевантность и дизайн
- *краткость

14. Чтобы создать посадочную страницу, нужно знать ...

- *только в чем заключается уникальное торговое предложение (УТП) вашего товара
- *только кто ваша аудитория
- *только сильные и слабые стороны вашего товара
- *в чем заключается УТП вашего товара, сильные и слабые стороны вашего товара, а также кто ваша аудитория

15. К основным видам посадочных страниц относят ...

- *карточку товара
- *полноценный интернет-сайт
- *демороллик
- *микросайт

16. Форма захвата на посадочной странице – это ...

- *область, в которой располагается информация о возможных вариантах контактов
- *область посадочной страницы для получения контактных данных от посетителей
- *инструмент удержания целевой аудитории
- *элемент доверия посадочной страницы

17. Многоэкранный формат посадочной страницы лучше использовать для ...

- *осуществления повторной продажи клиенту
- *получения первичного контакта от клиента
- *продвижения сложного продукта с высокой стоимостью и с длительным циклом принятия решения
- *первичного «утепления» клиента

18. Два основных вида трафика для посадочных страниц: ...

- *социальные сети и реклама по радио
- *наружная реклама и контекстная реклама
- *медийная реклама и наружная реклама
- *контекстная реклама и социальные сети

19. Одноэкранный формат посадочной страницы лучше использовать в целях ...

- *формирования регистрации на ресурсе
- *осуществления продаж «утепленным» клиентам
- *формирования подписной базы для последующего Email-маркетинга
- *предоставления демоверсии продукта

20. Кнопки захвата в посадочных страницах – это элемент, который позволяет ...

Тип ответа: Одиночный выбор

- *перейти на основной сайт
- перейти на последующий экран посадочной страницы
- *посетителю мгновенно погрузиться на форму захвата
- *мгновенно покинуть посадочную страницу

21. Посетитель формирует свое мнение о посадочной странице за ...

- 7 сек.
- 5 сек.**
- 9 сек.
- 3 сек.

22. К основным способам создания посадочных страниц следует отнести ...

- *только создание лендинга с помощью агентства
- *только создание шаблонов
- *создание шаблонов и создание лендинга с помощью агентства или с помощью конструктора
- *только создание лендинга с помощью конструктора

23. Воронка продаж Landing page – это ...

- *набор статистических показателей, которые не влияют на продажи
- *непропорциональное распределение лидов
- *пропорциональное распределение лидов
- *поэтапное распределение общего числа потенциальных клиентов начиная от первого касания и до этапа продажи

24. В посадочных страницах в основном используется размер шрифта текста ...

- *12 и 14 пикселей
- *14 и 16 пикселей**
- *16 и 18 пикселей
- *10 и 12 пикселей

25. К задачам, которые наиболее часто решают с помощью Landing page, ...

*следует отнести увеличение количества оставленных заявок на обратный звонок, скачивание софта и регистрация в социальных сетях

*следует отнести скачивание софта, продажу продукта, регистрацию или подписку на рассылку

*следует отнести увеличение количества оставленных заявок на обратный звонок, скачивание софта, регистрация в социальных сетях, продажу продукта, регистрацию или подписку на рассылку

*не относятся такие задачи, как увеличение количества оставленных заявок на обратный звонок, скачивание софта, регистрация в социальных сетях, продажа продукта, регистрация или подписка на рассылку

26. Посадочная страница с точки зрения бизнеса – это ...

*инструмент повышения капитализации компании на рынке

*инструмент, который увеличивает прибыль бизнеса

*новомодное течение, эффективность которого преувеличена

*инструмент оптимизации затрат компании

27. При создании Landing pages следует избегать следующие три основные ошибки:

...

*не использовать плагины социальных сетей, не использовать кнопку захвата, отталкиваться от дизайна

*не использовать оффер, не использовать заголовок, не поставить кнопку или форму захвата

*не использовать видео, отзывы и форму захвата

28. К правилам идеального призыва к действию (call to action) следует отнести ...

*только правило «Используйте первое лицо»

*только правило «Добавьте социальное доказательство»

*только правило «Делайте кнопку простой и конкретной»

*правила: «Используйте первое лицо»; «Делайте кнопку простой и конкретной»; «Добавьте социальное доказательство»

29. Наиболее предпочтительный способ создания целевых страниц – это ...

*готовые шаблоны

*команда на аутсорсинге

*команда в штате

*рекламное агентство

30. Отличие лендинга от обычного сайта – в том, что ...

*рекламный трафик должен идти только на лендинги

*на сайте, в отличие от лендинга, есть множество страниц

*на сайте никогда не используется призыв к действию (call to action)

*на лендинге, в отличие от сайта, обычно представлена вся линейка товаров (услуг)

31. Самой эффективной моделью заголовка считается модель «...»

*Выгода + Отрицание

*Выгода + Оффер

*Выгода + Выгода

*Отрицание + Отрицание

32. Лендинг в стиле «минимал» подойдет ...

*известным компаниям со сформированным брендом

*компаниям, которые продвигают продукт с низким уровнем замещения

*начинающим предпринимателям

*компаниям, которые продвигают социальные сети

33. Конверсия Landing pages – это ...

*количество уникальных посетителей

*среднее время нахождения пользователя на странице

*процент отказов

*отношение количества желаемых действий к общему количеству совершенных действий на сайте

34. Три главных элемента идеальной посадочной страницы: ...

*ценность, call to action, счетчики

*оффер, цена, рекомендации

*оффер, цена, видео-отзывы

*ценность, call to action, отзывы