

## Стратегическое планирование и управление проектами ▾

- Сегментирование потребителей и выделение целевой аудитории кампании
  - Барьеры и возможности
  - Текущая позиция бренда и конкурентов
  - Пути покупателя
  - Разработка Утп
  - Креативная концепция
- 

### Автономное принятие решений это?

Тип ответа: *Одиночный выбор*

- решения принимаются, как правило, по таким категориям, как проведение отпуска и свободного времени, покупка холодильников, телевизоров, мягкой мебели.
- принятие решений характерно для женских ювелирных украшений, мужской одежды (как деловой, так и для отдыха), спортивного инвентаря, ламп, игр и игрушек, красок для внутренних помещений, обоев, сумок и чемоданов.
- решения принимаются, как правило, по таким категориям, как покупка движимого и недвижимого имущества, проведение отпуска

### Восприятие объектов не зависит от следующих параметров ...?

Тип ответа: *Одиночный выбор*

- освещённость
- размер
- резкость
- яркость
- насыщенность

### Восприятие семьи или домохозяйства как целевой аудитории. Сколько причин существует?

Тип ответа: *Одиночный выбор*

- одна причина
- две причины
- три причины
- четыре причины

## Главные акценты нового позиционирования

Тип ответа: Множественный выбор

- Личные эмоциональные преимущества потребителя
- Ключевая мотивация
- Общественная критика

## Задачи рекламного агентства на этапе разработки

Тип ответа: Множественный выбор

- Разработать позиционирование
- Разработать креативное воплощение позиционирования
- Разработать стиль исполнения позиционирования

## Запоминаемость (осознанная) марки, что относится к 1 выводу?

Тип ответа: Одиночный выбор

- Необходимо усиливать медиавес в соответствии с уровнем перегруженности канала рекламой. Также необходимо заботиться об упоминании марки товара в рамках каждого ролика, усиливать её присутствие и связь с креативом.
- Необходимо увеличивать размер самой рекламы – как видео, так печатной. Также необходимо усиливать яркость рекламы, прежде всего с помощью цвета.
- Необходимо тестировать креатив на эмоциональность и создавать рекламу, которая нравится целевой аудитории. Меньше текста и больше изображений, которые влияют на эмоции людей.

## К какому строению сложнее всего прикрепить фасад?

Тип ответа: Одиночный выбор

- Гараж-ракушка,
- Надувные
- Шалаш
- Замок из песка на пляже

### Какие позиционирования бывают на рынке обуви?

Тип ответа: Множественный выбор

- ЖИЗНЕННАЯ СИЛА
- ВЛАСТЬ
- ВЛАСТЬ 3.0
- ПРИЗНАНИЕ
- ПОЗИРОВАНИЕ
- ЕДИНЕНИЕ

### Кейс телефонной кампании и последовательность шагов, составьте алгоритм?

Тип ответа: Сортировка

- ① задайте себе вопрос
- ② образы начнут приходить в голову или всплывать в ходе мозгового штурма, их следует записать
- ③ подвергнуть отсеву все те, которые не имеют перспектив лаконичной визуализации
- ④ представить соседство этих образов с телефонной трубкой – если всё сделано правильно, в конце концов, будет выбран вариант либо в точности такой же, какой был воплощён в кейсе, либо близкий к нему

### Критерии сегментирования (основные), что тут лишнее?

Тип ответа: Одиночный выбор

- пол
- возрастная группа
- регион
- социальная группа

### Кто такой Оказывающий влияние в совершении семейных покупок?

Тип ответа: Одиночный выбор

- тот, кто подает идею покупки и собирает информацию, способствуя принятию решения.
- тот, кто обладает финансовой властью или правом решать, как будут потрачены деньги семьи (на какие товары и марки).
- лицо, совершающее покупку: идет в магазин, звонит поставщикам, выписывает чеки, приносит продукты домой и т. д.
- человек, чье мнение признается оценочным критерием при покупке данного вида товаров

## Кто такой Принимающий решение в совершении семейных покупок?

Тип ответа: *Одиночный выбор*

- тот, кто подает идею покупки и собирает информацию, способствуя принятию решения.
- тот, кто обладает финансовой властью или правом решать, как будут потрачены деньги семьи (на какие товары и марки).
- человек, чье мнение признается оценочным критерием при покупке данного вида товаров
- лицо, совершающее покупку: идет в магазин, звонит поставщикам, выписывает чеки, приносит продукты домой и т. д.

## Основные этапы процесса принятия решения о покупке. Составьте алгоритм

Тип ответа: *Сортировка*

- ① Этап осознания необходимости покупки как средства удовлетворения потребности и выделение ресурсов
- ② Этап ориентации в рынках с целью определения необходимых для удовлетворения потребности товаров и услуг
- ③ Этап поиска альтернатив на выбранном рынке
- ④ Этап оценки альтернатив
- ⑤ Этап покупки
- ⑥ Этап оценки удовлетворенности

## Составьте алгоритм разработки позиционирования

Тип ответа: *Сортировка*

- ① необходимость сосредоточиваться сначала на конкурентах и только потом — на потребителях
- ② необходимость в сосредоточенной стратегии
- ③ важность стратегической дифференциации
- ④ преимущества поведения, противоположного поведению конкурента
- ⑤ преимущества вносящей разнообразие инновации
- ⑥ первенство в сознании потребителя (потому что лучше быть первым, чем быть лучше).

### Что можно преувеличить?

Тип ответа: Множественный выбор

- Свойство самого продукта
- Выгоды от потребления продукта
- Проблемы, с которыми может справиться продукт
- Свойство потребителя, которому подходит этот продукт
- Цены на продукт а 2 раза

### Что не входит в основные принципы системного подхода к креативу?

Тип ответа: Одиночный выбор

- С одной стороны - нельзя забывать о продукте
- С другой стороны, продукт должен быть показан глазами потребителя
- Креатив на эту тему в образе или слогане должен быть ярким и запоминающимся
- Креатив на эту тему в образе или слогане должен быть не сильно ярким и но запоминающимся

### Что относится к продуктовому виду позиционированию?

Тип ответа: Множественный выбор

- отношению к свойствам продукта
- отношению к глубоким потребительским желаниям, эмоциям
- отражают ценности, которым человек следует по жизни
- отражают барьеры в удовлетворении нужд и их преодоление

### Что такое Инструментальные роли?

Тип ответа: Одиночный выбор

- (функциональные, экономические) роли, исполняемые членами группы, это финансовые, технические и другие функции.
- заключаются в поддержке других членов семьи в процессе принятия решения, выражении эстетических и эмоциональных потребностей. Сюда же относится и защита семейных норм.
- образцы поведения человека, которые общество признает целесообразным для обладателя данного статуса

**Эмоции и память относятся к какому выводу?**

Тип ответа: *Одиночный выбор*

- 1 вывод
- 2 вывод
- 3 вывод
- 4 вывод