

SEZ3_8.5_La Pianificazione della promozione aziendale TEST FINALE

L_CLASSE7

Solo una delle opzioni è corretta.

Cognome e Nome *

Biondi Elena

Qual è l'obiettivo principale della segmentazione del mercato?

5 punti

- ☐ Ridurre i costi di produzione
- ☒ Identificare gruppi omogenei di consumatori per campagne più mirate
- ☐ Aumentare il prezzo dei prodotti
- ☐ Espandere l'azienda in nuovi mercati

Nell'analisi SWOT, quale dei seguenti è considerato un punto di debolezza (Weakness)?

5 punti

- ☐ Una rete di distribuzione estesa
- ☒ Dipendenza da un singolo fornitore
- ☐ Un mercato in crescita
- ☐ Un vantaggio tecnologico rispetto ai concorrenti

Quale fase del modello AIDA si concentra sulla spinta all'acquisto?

5 punti

- ☐ Attention (Attenzione)
- ☐ Interest (Interesse)
- ☐ Desire (Desiderio)
- ☒ Action (Azione)

Una corretta pianificazione promozionale deve includere:

5 punti

- ☐ Solo l'allocazione del budget
- ☒ La definizione degli obiettivi, la segmentazione del mercato, e le tattiche promozionali
- ☐ L'analisi della concorrenza, ma non la valutazione dei risultati
- ☐ La scelta casuale dei canali promozionali

Quale delle seguenti affermazioni descrive meglio il concetto di "customer loyalty" (fedeltà del cliente)?

5 punti

- ☐ La propensione dei clienti a provare nuovi marchi
- ☒ La frequenza con cui i clienti acquistano dallo stesso marchio
- ☐ La soddisfazione dei clienti dopo l'acquisto
- ☐ Il numero di prodotti acquistati da un cliente

Nell'analisi SWOT, quale dei seguenti è un esempio di minaccia (Threat)?

5 punti

- ☐ Introduzione di un nuovo prodotto sul mercato
- ☒ Cambiamenti normativi che aumentano i costi di produzione
- ☐ Investimenti in ricerca e sviluppo
- ☐ Aumento della fidelizzazione dei clienti

Quale dei seguenti è un metodo di ricerca di mercato qualitativo?

5 punti

- ☐ Sondaggio online con domande a scelta multipla
- ☐ Focus group
- ☒ Analisi dei dati di vendita
- ☐ Ricerca di parole chiave per SEO

Quale delle seguenti è una tattica promozionale?

5 punti

- ☐ Stabilire un obiettivo di vendita a lungo termine
- ☒ Offrire uno sconto del 20% su tutti i prodotti durante una settimana
- ☐ Definire la missione dell'azienda
- ☐ Espandere l'azienda in un nuovo mercato geografico

L'analisi della concorrenza serve a:

5 punti

- ☐ Identificare punti di forza e debolezza interni
- ☒ Valutare le strategie dei concorrenti per scoprire opportunità e minacce
- ☐ Aumentare i prezzi dei propri prodotti
- ☐ Creare nuovi mercati

Nel modello delle 4P, "Place" (Distribuzione) si riferisce a:

5 punti

- ☐ Il prezzo di vendita di un prodotto
- ☒ I canali attraverso cui il prodotto viene venduto e distribuito
- ☐ Le caratteristiche del prodotto
- ☐ Le attività promozionali utilizzate per vendere il prodotto

Cosa si intende per "call to action" (CTA)?

5 punti

- ☐ Un premio dato ai clienti fedeli
- ☒ Una frase o un comando che incoraggia il consumatore a compiere un'azione immediata
- ☐ Una strategia per ridurre i costi pubblicitari
- ☐ Una valutazione delle prestazioni dei dipendenti

Qual è uno degli obiettivi principali di una strategia di marketing digitale?

5 punti

- ☐ Aumentare il numero di negozi fisici
- ☒ Migliorare il posizionamento del sito web nei motori di ricerca (SEO)
- ☐ Ridurre il costo di produzione
- ☐ Espandere l'azienda in un nuovo settore

Quale dei seguenti elementi è fondamentale per definire un messaggio promozionale efficace?

5 punti

- ☐ La lunghezza del messaggio
- ☒ La coerenza con il posizionamento del marchio
- ☐ Il colore utilizzato nel messaggio
- ☐ Il numero di parole utilizzate

La "comprehension" nel modello DAGMAR si misura attraverso:

5 punti

- ☐ Il numero di visualizzazioni di un annuncio
- ☒ La comprensione del messaggio pubblicitario da parte del target
- ☐ Il tasso di conversione delle vendite
- ☐ La quantità di tempo speso su una pagina web

Quale dei seguenti è un esempio di segmento di mercato psicografico?

5 punti

- ☒ Donne tra i 18 e i 25 anni
- ☐ Residenti in grandi città
- ☐ Persone che seguono uno stile di vita attivo e salutare
- ☐ Famiglie con reddito elevato

Quale dei seguenti è un vantaggio della segmentazione del mercato?

5 punti

- ☐ Ridurre la varietà di prodotti offerti
- ☒ Personalizzare le campagne di marketing per gruppi specifici
- ☐ Aumentare il costo di produzione
- ☐ Espandere la produzione senza alcuna analisi

Quale delle seguenti strategie si allinea con un approccio tattico?

5 punti

- ☐ Definire la missione e i valori dell'azienda
- ☐ Lanciare una promozione flash per incrementare le vendite nel weekend
- ☒ Stabilire un piano quinquennale per la crescita aziendale
- ☐ Analizzare il comportamento dei consumatori per sviluppare un nuovo prodotto

Nel contesto dell'analisi SWOT, un punto di forza (Strength) rappresenta:

5 punti

- ☐ Una sfida esterna
- ☒ Una caratteristica interna vantaggiosa
- ☐ Un'opportunità futura
- ☐ Un'area di miglioramento

Quale dei seguenti descrive meglio una "opportunità" (Opportunity) in un'analisi SWOT?

5 punti

- ☒ Un fattore esterno che l'azienda può sfruttare per crescere
- ☐ Un'area in cui l'azienda è vulnerabile
- ☐ Un processo interno che deve essere migliorato
- ☐ Un problema che l'azienda sta affrontando

Un indicatore chiave di performance (KPI) è utilizzato per:

5 punti

- ☐ Monitorare le vendite dei concorrenti
- ☒ Misurare l'efficacia delle attività di marketing
- ☐ Calcolare il budget di marketing
- ☐ Determinare i prezzi dei prodotti

Questi contenuti non sono creati né avallati da Google.

Google Moduli