

Dados da prova

# Voltar para o modo tela cheia

**Nome:** Rafael Von Saltiel

**Matrícula:** 1103826

ATENÇÃO, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.

00:37:22

Clique abaixo para voltar para a prova.

## Questão 1

Ativar modo tela cheia

No material de apoio da disciplina abordamos a ideia de que a web não é um canal, um veículo ou mesmo um meio. A web é um ambiente, uma plataforma.

Marque abaixo a alternativa FALSA sobre a concepção de que a web é uma plataforma.



**A)**

Ser considerada como plataforma implica dizer que executamos serviços na web.



**B)**

A ideia de que a web é uma plataforma refere-se ao fato de que as marcas podem apenas usá-la como um repositório estático de informações sobre seus produtos.



**C)**

A ideia de a web como uma plataforma se relaciona ao conceito de que trata-se de um espaço de diálogo entre pessoas e marcas.



**D)**

Entender a web como uma plataforma implica entender que construiremos negócios neste ambiente.

## Questão 2

Marque a alternativa que mostra o elemento central do conceito de web 2.0



**A)**

A ideia central para entendermos web 2.0 é a de que foi necessária uma total revolução tecnológica para que nos livrássemos das amarras da web 1.0



Central para o entendimento do conceito de web 2.0 é a ideia de que o poder está nas mãos dos usuários / consumidores.

**B)**

## Voltar para o modo tela cheia



Entendemos web 2.0 como a versão memorada, com visíveis avanços relacionados a velocidade da transferência de dados.

**C)**

## ATENÇÃO, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.



Web 2.0 é sinônimo de web móvel. A web 1.0 é a web que usamos no desktop. A web 2.0 é aquela que usamos pelas redes CDMA.

**D)**

## Clique abaixo para voltar para a prova.

Ativar modo tela cheia

### Questão 3

As buscas (ou consultas) em mecanismos de pesquisa na Internet podem ser classificadas de diferentes maneiras. Uma classificação possível separaria as buscas em três grupos: Navegação, Informação e Transação.

Marque a alternativa que mostra um exemplo de consulta de Informação.



**A)**

"Restaurante Brasília"



**B)**

"Posologia Azitromicina"



**C)**

"Imposto de Renda"



**D)**

"Pinterest"

### Questão 4

Uma \_\_\_\_\_ é o processo que faz com que os usuários da World Wide Web possam realizar pesquisas na rede através das listagens dos motores de busca.

A alternativa que contém a expressão que melhor se encaixa na frase anterior é:

## Voltar para o modo tela cheia

A)

Consulta guiada

B)

ATENÇÃO, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.

Clique abaixo para voltar para a prova.

C)

Busca orgânica

D)

Consulta cruzada

Ativar modo tela cheia

### Questão 5

Como o consumidor está em diversas jornadas de compra concomitantes, o tratamento do conteúdo é algo muito importante.

Marque a alternativa que contem um exemplo de ação EQUIVOCADA sobre o postulado acima.

A)

Oferecer um espaço para os consumidores comentarem sobre os produtos e serviços disponíveis pode ser importante para que outros consumidores tomem decisões de compra.

B)

No contexto do momento zero da verdade, ter um preço mais competitivo é muito mais importante do que qualquer outro aspecto. Nesse sentido, esforce-se sempre em priorizar apenas as ações de oferta e promoção de vendas.

C)

É necessário saber analisar dados de acesso ao site para compreender que tipo de dúvida ou busca levou o usuário até a plataforma.

D)

Entender as dúvidas do consumidor permite que antecipemos quais serão as suas possíveis ações de busca para que possamos estar lá quando ele buscar por aquilo que se relaciona ao problemas que somos especialistas em resolver.

# Voltar para o modo tela cheia

Questão 6

Quando você procura por "sintomas da gripe" para saber se o que você está sentindo pode ser gripe e, na sequência, você embarca numa jornada de busca de informações sobre medicamentos até ler a descrição, assistir vídeos e ler o que outros consumidores disseram para comparar, tudo isso antes de ir para uma farmácia ou acessar um site para fazer a sua compra.

**ATENÇÃO: você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.**  
Clique abaixo para voltar para a prova.

A descrição acima refere-se ao momento em que o consumidor entra numa jornada de busca por informações sobre um bem ou um serviço sem que ainda saiba disso. A este momento damos o nome de:



**A)**

Momento inicial de compra

Ativar modo tela cheia



**B)**

Momento zero da verdade



**C)**

Hora zero da decisão



**D)**

Momento da escolha

Questão 7

Para realizar transações em nossas plataformas web precisamos fazer com que as pessoas cheguem aos nossos sites.

Há duas maneiras principais de gerar tráfego para o seu site, marque a alternativa que lista estas duas formas.



**A)**

Recomendações e marketing viral



**B)**

Links patrocinados e busca orgânica

## **c)** Voltar para o modo tela cheia

**d)**

**ATENÇÃO**, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.

Clique abaixo para voltar para a prova.

### Questão 8

Ativar modo tela cheia

Em função da complexidade crescente das relações entre os usuários e os mecanismos de busca, fica claro que compreender seus comportamentos é bastante relevante para os trabalhos de marketing; especialmente os de otimização para mecanismos de busca.

Sobre os procedimentos recomendados para se conhecer os usuários e seus comportamentos, marque a alternativa FALSA



**A)**

Para conhecer os usuários podemos realizar entrevistas no contexto de uso.



**B)**

Nossa experiência com eles é mais do que suficiente para determinarmos o que é necessário. O melhor recurso é a nossa memória.



**C)**

Uma forma interessante de conhecer as demandas dos usuários é observar os dados de relatórios de acesso.



**D)**

Podemos fazer sessões de grupo focal para conversar com mais de um usuário por vez e saber de suas questões.

### Questão 9

Consolidamos as informações sobre os usuários em um documento contendo as PERSONAS de nosso produto. As personas representam conjuntos de características, problemas e necessidades dos usuários.

Sobre as PERSONAS, marque a alternativa que contém a assertiva FALSA

☐ A) **Voltar para o modo tela cheia**

O processo de construção de personas é, sobretudo, qualitativo. Mas podemos usar dados de cadastro e outras orientações quantitativas para nos auxiliar.

☐ B)

Devemos entender que uma persona é a representante dos principais tipos de usuário de nosso sistema.

**ATENÇÃO, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.**

Quanto mais personas tivermos, melhor. Assim saberemos de muitas informações

☒ C) **Clique abaixo para voltar para a prova.**

sobre muitos usuários.

☐ D)

Personas são personagens fictícios.

Ativar modo tela cheia

#### Questão 10

Ranquear bem em resultados de busca é importante.

Marque a alternativa que NÃO CONTÉM uma recomendação para que um site apareça bem ranqueado na página de resultado de busca

☐ A)

Para ranquear bem é preciso ter conteúdo adequado ao propósito do negócio.

☐ B)

Para ser bem posicionado é necessário ter código bem escrito.

☒ C)

Para ranquear bem é necessário fazer pagamentos em dia para o Google.

☐ D)

Para ranquear bem é necessário ter visual atraente.

#### Questão 11

É importante pensarmos em otimização de um site se quisermos que ele tenha bom posicionamento em páginas de resultado de mecanismos de busca.

## Voltar para o modo tela cheia

Otimizar um site para mecanismos de buscas implica em...



....construí-lo de forma que seu conteúdo seja facilmente identificado pelas diferentes ferramentas de busca que o usuário possa vir a escolher.

**ATENÇÃO, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.**



...ter sempre muitas imagens para que a experiência de consumo da informação seja boa para o usuário

Clique abaixo para voltar para a prova.



...evitar ao máximo usar qualquer recurso que não seja texto simples, segundo as recomendações do guru Jakob Nielsen.

Ative o modo tela cheia



...usar apenas links azuis sublinhados e tipo de letra padrão do navegador.

### Questão 12

É importante saber quais são os tipos de consulta que os usuários fazem para pautar nossa produção de conteúdo.

Marque a alternativa que não contém um tipo de consulta válido



**A)** Consulta de transação.



**B)** Consulta de informação.



**C)** Consulta de navegação.



**D)** Consulta de satisfação.

# Voltar para o modo tela cheia

Questão 13

É importante saber algumas coisas sobre o negócio e aquilo que o envolve ao criarmos uma estratégia de SEO.

**ATENÇÃO, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.**

Sobre os elementos importantes para definir uma estratégia de SEO, marque a alternativa FALSA

Clique abaixo para voltar para a prova.



**A)**

É importante identificar como os consumidores buscam por produtos como o que a sua empresa oferece.



**B)**

É importante ter definido o orçamento para a produção de conteúdo.

Ativar modo tela cheia



**C)**

É importante identificar os tipos de consumidores e suas demandas.



**D)**

É importante ter em mente que as estratégias de branding tradicionais devem ser completamente ignoradas pois o contexto digital se opõe ao tradicional.

Questão 14

Os objetivos de uma estratégia de SEO devem ser mensuráveis, alcançáveis e realistas.

Os objetivos de uma estratégia de SEO podem ser relacionados com os seguintes tipos de resultado, EXCETO:



**A)**

Tráfego puro



**B)**

Relacionamento



**C)**

Vendas



## **D)** Voltar para o modo tela cheia

**ATENÇÃO, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.**

Questão 15

**Clique abaixo para voltar para a prova.**

É bom compreender que não existe apenas uma solução para contabilizar acessos ao nosso site. Um importante aspecto relacionado às ferramentas é o tipo de dado que elas nos fornecem. Há pelo menos duas soluções de ferramentas que fornecem mapas de calor referentes ao que o usuário está supostamente lendo na tela.

Ativar modo tela cheia

Marque a alternativa que lista estas duas ferramentas.



**A)**

Crazy Egg e Hot Jar



**B)**

Adsense e Adwords



**C)**

Mail Chimp e Adsense



**D)**

Mail Chimp e Google Analytics

Questão 16

Importante para uma estratégia de otimização é ter conteúdo claro e instruções precisas para que o usuário saiba o que fazer na página. Se queremos que ele execute alguma tarefa, devemos deixar este caminho bem desenhado para ele.

Um importante aspecto da definição de instruções claras para os usuários nas nossas páginas é ter CTAs bem definidas e destacadas. Sobre o que é uma CTA, marque a alternativa CORRETA.



**A)**

Caminho de Tráfego Alternativo

☐ **B)** Call To All (Chamada para “todos os cliques”)  
**Voltar para o modo tela cheia**

☒ **C)** Call To Action (Chamada para Ação)  
**ATENÇÃO, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.**  
☐ **D)** Coerência Textual (Alerta)  
**Clique abaixo para voltar para a prova.**

Ativar modo tela cheia

#### Questão 17

Metas verificáveis são importantes. Disso você já sabe. Por isso precisamos estabelecer as KPIs em nossos projetos.

Sobre a definição de KPI marque a alternativa CORRETA.

- ☐ **A)** Key Preset Instruction
- ☒ **B)** Key Performance Indicator
- ☐ **C)** Key Production Information
- ☐ **D)** Key Program Interface

#### Questão 18

É importante ter KPIs bem definidas. Disso você já sabe.

Marque abaixo a alternativa que NÃO CONTÉM um exemplo de KPI válido.



Parcela de busca

Voltar para o modo tela cheia



Lealdade de visitantes

B)

ATENÇÃO, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.



Número de assinantes

Clique abaixo para voltar para a prova.



Lembrança da marca

D)

Ativar modo tela cheia

#### Questão 19

É muito relevante perceber quanto de meu esforço está se transformando em resultados. E, normalmente os resultados estão associados a conversões.

Marque a alternativa que explica corretamente o que é uma conversão macro



A)

Qualquer atividade que corresponda a um impacto positivo no faturamento é uma conversão macro.



B)

Conversões macro estão ligadas a ganhos na ordem de milhares. Por exemplo: 1000 novos cadastros de newsletter.



C)

Conversões macro são aquelas que contabilizamos ao longo de um período maior que um ano.



D)

Conversões macro são a soma das conversões micro.

#### Questão 20

Experiência do usuário, para o Google, está diretamente ligada ao índice de rejeição de um site.

# Voltar para o modo tela cheia

Marque a alternativa que mostra corretamente esta relação entre experiência e índice de rejeição.



A)

Boa experiência acontece apenas quando o índice de rejeição é nulo.

**ATENÇÃO, você só poderá fazer a prova em modo tela cheia.**



B)

Quanto maior o índice de rejeição, melhor é a experiência.

Clique abaixo para voltar para a prova



C)

Quanto menor o índice de rejeição, melhor é a experiência.

Ativar modo tela cheia



D)

O índice de experiência é diretamente proporcional ao índice de rejeição.

Questões (20 / 20)

- 12345678910111213141516
- 17181920

Entregar Prova