

Hollow Man

非常感谢大家和我们一起度过了五堂充实的线上直播课程！

以下的终极考核直接关系到最终的人才选拔。请大家加油，争取为这次的谷歌学习之旅画上一个完美的句号！（完成时间约为60分钟）

姓名：\*

\*\*\*\*\*

邮箱：\*

\*\*\*\*\*

手机：\*

\*\*\*\*\*

您对线上直播训练营课程设计和安排的总体满意程度为？ (1-5分, 5分最满意)\*

- ☒ A、5
- ☐ B、4
- ☐ C、3
- ☐ D、2
- ☐ E、1

通过这次计划，您是否对谷歌广告产生了兴趣并会考虑相应的工作机会？\*

- ☒ A、是
- ☐ B、否

如果您对谷歌数字营销人才培养计划（海星计划）有其他任何反馈，请在这里告诉我们：\*



谢谢你们提供了这次免费的培训机会！

Hollow Man

1) 综合能力测试：

1. 看一下这个数字系列：12、11、13、12、14、13..... 接下来应该是哪个数字？

(单选)\*

☐ A. 10

☐ B. 16

☐ C. 13

☒ D. 15

2. 从以下的陈述中，选择两个必要陈述使“A在C的西南方”结论正确。(多选)\*

☒ A. A在B以南两英里处

☐ B. B在D以东两英里处

☒ C. C在B以东两英里处

☐ D. D在A的西北方

3. 凯文，约瑟夫和尼古拉斯是3个兄弟。如果以下陈述全部正确，那么三人当中哪个年纪是最小的？(单选)

✓凯文年纪是最大的

✓尼古拉斯年纪不是最大的

✓约瑟夫年纪不是最小的\*

☐ A. 约瑟夫

☐ B. 凯文


☒ C. 尼古拉斯

☐ D. 约瑟夫和尼古拉斯

4. 在通过海星项目之后，小一、小二、小三顺利进入到代理商实习管理客户谷歌广告帐户，明确客户目标之后顺利帮助客户创建第一个搜索广告系列，过了一天之后发现广告无法顺利曝光，三人当中哪个做法您觉得最恰当？(单选)\*

☐ A. 小一发现没曝光，紧急递交线上表单与谷歌客服询问情况。

☒ B. 小二发现没曝光，主动思考有可能的情况并重新检视广告系列设置是否合理正确; 当客户问起也能处之泰然梳理情况并主动分析。

 C. 小三发现没曝光，在不知道哪里出了问题之下，1小时之内调整预算、竞价、文案、定位设置，赌赌看是不是可以顺利让广告曝光。

5. 下列对于客户经理莎莎的思考, 哪个操作您觉得最合理? (单选)\*

- ☐ A. 莎莎与客户确定谷歌广告投放预算为20美元一天, 莎莎拟定四种广告形式(搜索、展示、购物、视频)并分别定位了五个市场, 每个广告系列预算设值为1美元
- ☒ B. 莎莎与客户确定谷歌广告投放预算为20美元一天, 莎莎觉得谷歌广告需要将数据聚集便于机器学习, 与客户回头明确主要目标并沟通后, 双方同意先测试品牌词、产品词搜索广告
- ☐ C. 莎莎与客户确定投放市场与明确目标为销售之后, 建立展示广告并选择目标为品牌认知及出价策略为Viewable CPM
- ☐ D. 莎莎收到客户需求之后自己猜想客户的目标为品牌曝光, 建立展示广告并选择目标为品牌认知及出价策略为Viewable CPM

6. 下面哪种广告系列不是谷歌广告体系中的一种: (单选)\*

- ☐ A. 视频广告系列
- ☐ B. 展示广告系列
- ☐ C. 购物广告系列
- ☐ D. 搜索广告系列
- ☒ E. Messenger广告系列

7. 尼尼帮客户投放谷歌搜索广告, 一周后报告显示广告花费\$1,000、CTR(点击率) = 2.5%、展示次数 = 50,000; 满足上述数据条件, 以下哪两个数值是正确的? (多选)\*

- ☐ A. CPM = \$18
- ☒ B. 点击次数 = 1,250
- ☒ C. CPC = \$0.8
- ☐ D. CPC = \$0.65

2) 谷歌广告知识测试:

1. 制定电商客户出海的谷歌营销策略时, 下列哪个选项您认为是对的? (单选)\*

- ☒ A. 明确好阶段性目标并阶段性地查看目标漏斗上层至下层不同衡量指标及KPI, 并拟定调整策略明确测试方向, 再持续进行下一步指标及KPI衡量。
- ☐ B. 不管全漏斗营销策略, 先上广告再说, 哪种广告ROI高就只跑该广告即可。
- ☐ C. 明确好阶段性目标并将谷歌帐户结构拟定好, 用同一套标准衡量搜索广告、展示广告、购物广告、视频广告。
- ☐ D. 不管全漏斗营销策略, 听说购物广告跑得好, 多开几个帐户同时跑购物广告争取流量。



文字广告的三个必备要素是什么? (单选)\*

Hollow Man

- ☐ A. 广告内容描述、路径字段和标题
- ☐ B. 广告内容描述、路径字段和网址
- ☐ C. 标题、广告内容描述和路径字段
- ☒ D. 标题、广告内容描述和网址

3. 决定广告质量的三个主要因素是什么？(单选)\*

- ☐ A. 预计点击率、广告格式和广告相关性
- ☒ B. 预计点击率、着陆页体验和广告相关性
- ☐ C. 预计点击率、每次点击费用的最高出价和着陆页体验
- ☐ D. 每次点击费用的最高出价、着陆页体验和广告相关性

4. 下面哪两个用户可能会看到使用关键字“+黑色 +衬衫”（设为广泛匹配修饰符）的广告？(选择所有正确答案)(多选)\*

- ☒ A. 搜索字词“我想买一件黑色衬衫”的用户
- ☒ B. 搜索字词“黑色纽扣衬衫”的用户
- ☐ C. 搜索字词“衬衫”的用户
- ☐ D. 搜索字词“衬衫棕色”的用户

5. 查看搜索广告活动的“搜寻字词”报表时，您发现有几个字词与您所宣传的产品无关。您该如何运用这项资讯？(单选)\*

- ☒ A. 将这些字词新增为否定关键字
- ☐ B. 为了提高品质分数，在广告内容里加入不相关的字词
- ☐ C. 调整产品资料动态馈给，加入不相关的字词
- ☐ D. 对较为相关的关键字提高出价

6. 以下哪三项操作可以提高转化率？(多选)\*

- ☐ A. 不使用否定关键字
- ☒ B. 使用否定关键字进一步优化受众群体流量
- ☒ C. 使用具体的关键字提高转化率
- ☒ D. 使用搜索字词报告覆盖合适的受众群体

7. Google 展示广告系列支持使用哪两大广告格式？(多选)(选择所有正确答案)\*

- ☐ A. 搜索广告
- ☒ B. 上传的图片广告
- ☐





C. 社交广告



D. 自适应型展示广告

Hollow Man

8. 智能型展示广告系列的三大自动化要素是什么？(多选)(选择所有正确答案)\*



A. 自动出价



B. 自动转化



C. 自动制作广告素材



D. 自动定位

9. 以下何者是 Google Merchant Center 的用途？(单选)\*



A. 托管网站图片



B. 监控购物广告活动的成效



C. 管理购物广告活动的出价



D. 提交产品资讯

10. Mika 拥有一家线上商店。她想要制作购物广告活动。她需要完成哪一个重要步骤才能建立 Google Merchant Center 帐户？(单选)\*



A. 产品要销售的国家/地区



B. 宣传文字



C. 通过验证并声明网站网址拥有权



D. 本地商家资料动态回馈

11. 是非题：购物广告可以和文字广告同时出现，方便购物者先找到最合适自己需求的商品，然后再点进网站购物。(单选)\*



A. 否



B. 是

12. “自定义的兴趣相似受众群体”如何帮助广告主定位目标受众？(单选)\*



A. 帮助广告主定位到有特定兴趣的受众/系统没有归类出的类别，传递个性化的广告信息



B. 帮助广告主通过年龄、居住地等信息定位目标受众



C. 帮助广告主通过购物习惯定位受众，比如去哪里吃饭或购物



D. 帮助广告主定位到对某个话题感兴趣的受众，比如音乐、运动



13. 以下哪个YouTube的广告格式可以用CPM形式竞价(单选)\*

- ☐ A. 发现广告
- ☐ B. 串流广告
- ☒ C. 触及率广告
- ☐ D. 行动广告

14. 视频广告中以销售转化为目标的Youtube for Action(YT4A)主要出价方式为:  
(单选)\*

- ☐ A. CPV (Cost Per View)
- ☐ B. CPC (Cost Per Click)
- ☐ C. CPM (Cost Per Mille, 千次展示费用)
- ☒ D. tCPA(target Cost Per Action)

15. 以下哪种附加创意类型能直接将用户链接到您网站上的特定网页（如“营业时间”和“立即订购”）上：(单选)\*

- ☒ A. 附加链接（Sitelink）
- ☐ B. 附加宣传信息（Callout Extension）
- ☐ C. 附加结构化摘要信息（Structured Snippets）
- ☐ D. 以上三项都可以

16. 以下哪个关于谷歌购物广告的描述是正确的：(单选)\*

- ☐ A. 对于同一个广告主，如果一个搜索词（query）触发了搜索广告，就不能再同时触发并展示购物广告
- ☐ B. 购物广告触发原理不同于搜索广告，因此不会有“广告”或“推广”字样标注
- ☐ C. 一个产品只要有资格投放搜索广告，就一定能投放购物广告
- ☒ D. 历史表现数据和出价都会影响购物广告的展示位置和排名

17. 如果帮助客户Swiftie扫地机器人规划关键词，以下哪一组关键词全部都可以被归类为通用词？(单选)\*

- ☐ A. MRobot, Kovacs, Bobsweep, Li vacuum
- ☒ B. robot vacuum, smart vacuum, robotic vacuum
- ☐ C. Swiftie smart vacuum, how to buy Swiftie, Swiftie deals
- ☐ D. 以上三项全部都是

- ☐ A. 根据搜索词历史表现将产品着陆页促销标语进行优化
- ☒ B. 根据订单转化情况将关键词的最高出价从1元提高到3元
- ☐ C. 将出现机率高的搜索词或关键词写入广告标题提升相关性
- ☐ D. 以上三项都能直接影响

19. 当使用Custom Intent 自定义的意向受众人群时，关键字一般建议输入多少个以上较为合适？(单选)\*

- ☐ A. 10
- ☐ B. 40
- ☒ C. 300
- ☐ D. 1000

20. 下列哪一个出价策略您认为最符合漏斗下层目标“销售”使用？(单选)\*

- ☐ A. CPV (Cost Per View)
- ☒ B. Maximize Conversion
- ☐ C. Viewable CPM (Viewable Cost Per Mille, 千次展示费用)
- ☐ D. Manual CPC (Manual Cost Per Click)

21. 以下哪两项指标可以让您知道您制作的广告是否吸引浏览者（他们通过点击广告进入到您的网站）？(多选)\*

- ☒ A. 点击
- ☒ B. 点阅率 (CTR)
- ☐ C. 曝光次数
- ☐ D. 搜寻字词

22. 如果您要在某些特定网站上放送广告，可以将这些网站新增为：(单选)\*

- ☐ A. 主题
- ☒ B. 指定刊登位置
- ☐ C. 目标对象
- ☐ D. 关键字

23. 在搜索广告系列中，以下哪项是建立多个广告群组的好处？(单选)\*

- ☐ A. 可暂停成效不佳的特定关键字
- ☒ B. 可指定某些广告群组加入多种 Google 联播网

- ☒ C. 每个广告群组可设定不同的预算
- ☐ D. 可将关键字和广告按相关主题分类

24. 谷歌分析工具（Google Analytics）是网站流量数据实现用户行为分析的工具之一，请问下列哪个维度是谷歌分析看不到的？(单选)\*

- ☐ A. 用户画像分析
- ☐ B. 转化数据及成交金额
- ☐ C. 用户渠道来源
- ☒ D. Facebook 广告的花费成本CPM

25. 谷歌分析工具中的渠道来源'Organic Search'指的是下面哪一个数字营销渠道流量？(单选)\*

- ☐ A. Pay-Per-Click
- ☐ B. 直接输入网址拜访
- ☒ C. SEO
- ☐ D. Social Media


### 3) 脑力激荡思考题

1. 背景：您的公司**Visionary**主营业务是眼镜，并在国内的线上渠道（淘宝微店等）都有自己的线上店铺。**Visionary**虽然没有清晰的品牌定位，但凭借其物美价廉的特点，公司在开业后的一年内取得了亮眼的销售成绩。但随着剧烈的市场变化，线上平台很快地崛起了很多与**Visionary**类似的同行竞争者。**Visionary**的店铺流量大幅下跌，忠实客户的流失率也越发提高。这些变化使您不得不重新思考**Visionary**的品牌定位及线上营销策略。

问题：请您概述您对**Visionary**的品牌定位及基于此基础上的营销目标和策略（您拥有所有线上店铺用户数据，并可以做任何合理假设）

品牌定位：(问答)\*

（假定**Vi si onary**拥有10万线上店铺忠实用户）全国10万眼镜使用者的选择，**Vi si onary**作为一个零售眼镜线上商户，你可以在这里找到各式各样的眼镜。与一般传统的眼镜商户不同，**Vi si onary**提供便利、价格低廉和全面性的选择组合。

 营销目标和策略：(问答)\*



针对现状，Visionary的首要目标是保留住客户，同时吸引客户群体购买。对于有休闲需求的眼镜使用者来说，我们的营销主要注重眼镜款式的创新性，多多推出新款式增加用户购买欲望。对于近远视眼的用户则着重突出物美价廉，在保证价格相对低廉的前提下提高质量，从而提升口碑，吸引回头客。另外，加强仓库和客服团队的建设，并提高发货速度，从而为客户提供便利。

2. Optional 附加题 (呈上题) 在制定执行了新的营销策略并经过两年的努力之后，Visionary一跃成为了国内独树一帜的Top 3眼镜品牌。此时您开始考虑进军美国市场，并搭建了独立站。您想借着谷歌广告来帮助您当地业务的开发和拓展，请问您会如何制定Visionary的谷歌媒体计划？(小提示：可以按照短期/中长期的时间分割来对应阶段性目标和广告策略)

短期：此阶段应该考虑增加Visionary的曝光，让美国的用户了解此品牌，重心放在投放视频广告和展示广告，着重突出物美价廉和款式多样的特点，吸引目标受众眼镜使用者的点击。

中长期：在原有基础上着重投放搜索广告和购物广告，在用户有购买需求时抓住用户的心，从而成功购买。

\* 必填字段。

☒ 我同意Google将依据Google的[隐私权政策](#)收集，使用及披露我的信息, 包括分享给Google的关联公司及其他值得信赖的商业伙伴，用于为我提供海外营销解决方案之目的。

提交

Google

[隐私权](#) [条款](#) [Google 大全](#)