

滴滴市场经理测试题

市场经理可能是整个城市团队中最耀眼的明星，负责用户的获取和公司产品在当地的推广。一个优秀的市场经理需要对互联网营销有深刻理解，有天马行空的创意，能高效组织炫酷的活动，推波助澜社交网络上的狂欢，也能很好的与用户进行互动，解决问题。

以下的测试能让你更好的了解市场经理的工作，发掘自己的潜质，去发现自己是否就是那个最耀眼的明星。你有 5 天时间完成这个测试，速度并不是最重要的，所以请合理安排时间，给自己创造一个无干扰无压力的环境尽情发挥，用你最非凡的想法来打动我们吧。

● 行业理解

下面两题为简答题，用精炼的语言或者要点作答就可以。

1. 对于移动互联网以及社会媒体的兴起对营销带来冲击，你怎么看？如何去应对？
2. 推荐一本你读过的与科技相关的书，说说学到了什么。

● 营销案例

1. 与合作伙伴共同策划一个营销活动，这个活动需要达成：提升滴滴的品牌知名度和形象；增加新注册用户；增加已有客户黏性，增加使用频次。

帮这个活动写一段微信朋友圈推广文案，并列举出你觉得执行时需要特别注意的重点。

2. 策划一次”一键叫 XX”活动。”一键叫 XX”是专车营销的一个特色案例，最疯狂、最脑洞大开的想法都不为过。活动需要达成：在社交媒体上造成轰动，实现病毒式传播；增加新注册用户；有正面的品牌宣传效果。

帮这个活动写一段微信朋友圈推广文案，并设想一个详细的执行方案，比如时间安排，需要的资源，估算成本和期望造成的影响。

提示：可以结合时下热点或者自己关注的领域任意选择合作伙伴和活动形式，创意当然重要，但也需要考虑执行细节。估算的逻辑体现了思维是否缜密全面，比结果更重要。

滴滴有强大的资源网络，如果创意够赞，这很可能是你入职后领导的第一个项目。

3. 你已经贡献了两个很赞的想法，现在把你的想象力激发至极限，还有什么更酷炫的营销玩法？为这个想法写一段微信朋友圈推广文案吧。不要被资源和执行所束缚，说不定，10 年之后就能梦想成真呢。

● 社交媒体互动

你可能会负责运营本地的社交媒体，出现差评不可避免，甚至偶尔还会有严重负面新闻，城市经理需要灵活处理，维护品牌形象。请回复以下几个评论，一个好的回复应该是态度不卑不亢，意思表达清晰，圆满解决问题，当然最好还带点幽默感。

@滴滴专车 怎么老是叫不到车？

用了专车券还这么贵，@滴滴专车 也太黑了，再也不用了！

今天这个 @滴滴专车 司机一边开车一边打电话回微信，太危险了。

@滴滴专车 司机不认路呀，绕半天还没找到我，目的地也不知道。

- 乘客优惠

结合各种热点，给乘客发红包，或者针对某些行程打折是常见的营销方式。滴滴可以智能根据乘客、行程的信息匹配打折方式，这样就有了各种玩法，比如乘客生日送红包，女生节送你去购物（女性乘客、目的地是合作商场周边的行程免费）。创造一个有意思的优惠活动清单，数目不限，并为你的优惠活动想一句营销语。

- 优惠计算

滴滴在设计各种优惠策略时，会考虑投入产出比，营销效率非常重要。

现在准备给 1000 个潜在用户发优惠券，根据历史数据，假设每个行程的平均车费是 30 元，平均每个注册的用户每个月乘车 1 次，滴滴从每个行程可以抽取 15% 的费用作为收入。优惠力度越大，转换率（成功注册用户 / 派发优惠券用户）越高。

假设：优惠券 5 元，转换率 2%；10 元，5%；20 元，8%。

请简答：哪个优惠计划更好？

上述三种方案，滴滴分别需要多长时间能赚回成本？

转化率是影响收益的最大因素，除了增加优惠金额，有什么其他方法提高转化率呢？

提示：推理的过程比结论更重要。

- 提升效率

作为一个出行平台，我们希望用户能提升使用频次。市场经理观察到最近一周行程数 / 活跃乘客数比上周有大幅下降，请试图寻找原因和对策。

提示：推理的过程比结论更重要。