滴滴市场经理测试题（答卷）

卫雨青

目录：

[行业理解 1](#_Toc430180917)

[营销案例 1](#_Toc430180918)

[社交媒体互动 1](#_Toc430180919)

[乘客优惠 1](#_Toc430180920)

[优惠计算 1](#_Toc430180921)

[提升效率 1](#_Toc430180922)

[附加题 1](#_Toc430180923)

## 行业理解

1. 对于移动互联网以及社会媒体的兴起对于营销带冲击，你怎么看？如何去应对？

传统的营销方式依靠大量的广告投入获得口碑与回报。而现在社会媒体通过移动互联网的渠道，将原先的被动营销变为主动营销；产品营销变为情感、价值观营销；从粗放式的营销变为精准、精细化的营销；从推式广告变为互动式广告。

面对这种大趋势，我们需要更精准的定位人群，了解他们的心理与需求，强调对话与沟通，怀着服务的心态对待消费者，让消费者主动的参与到营销传播与销售的过程中。

1. 推荐一本你读过的与科技相关的书，说说学到了什么。

（科幻应该算是与科技相关吧）

《三体》，硬科幻的V装置、曲率驱动、降维等概念描述的十分逼真，三则寓言让人拍案叫绝，宇宙社会学发人深省。生存是文明的第一需要；文明不断增长和扩张，但与宇宙的物质总量保持不变；文明发展对资源的消耗呈现指数增长。这些在实际的生活中都有映射。

## 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。

1. 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。

“一键叫HR”

1. 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。

## 附加题

1. 需要使用滴滴快车，滴滴专车和Uber软件，然后总结一下滴滴与竞品的不同，优势是什么，劣势是什么。做一个效果评估，如由你来做，你觉得应该怎样做好这个城市？