**Тестовые вопросы по реферату "Карта пути пользователя (CJM)"**

**Вопрос 1. (Множественный выбор, 2 правильных ответа)**

Какие две основные цели преследует создание Customer Journey Map (CJM)? Выберите два варианта:  
A. Ускорение процесса разработки программного кода  
B. Выявление узких мест в воронке продаж  
C. Обеспечение 100% автоматизации бизнес-процессов  
D. Повышение согласованности работы отделов компании  
E. Генерация новых идей для рекламных кампаний

**Правильные ответы: B, D**  
**Пояснение:**

* **B (✓)** — CJM помогает анализировать этапы взаимодействия с клиентом, включая точки отказа (например, низкую конверсию на этапе оформления заказа).
* **D (✓)** — Карта объединяет данные для маркетинга, продаж и поддержки, устраняя разрозненность в работе.
* **A (✗)** — CJM не влияет на скорость разработки кода.
* **C (✗)** — Автоматизация не является прямой целью CJM.
* **E (✗)** — Генерация идей для рекламы — задача креативных отделов, а не CJM.

**Вопрос 2. (Единственный выбор, 1 правильный ответ)**

Какой тип CJM используется для анализа текущего опыта клиента и выявления проблемных зон?  
A. To-Be карта  
B. As-Is карта  
C. Сервисная карта  
D. Дневниковая карта

**Правильный ответ: B**  
**Пояснение:**

* **B (✓)** — As-Is карта фиксирует существующий пользовательский опыт до внесения изменений.
* **A (✗)** — To-Be карта отражает целевую модель после оптимизации.
* **C (✗)** — Сервисная карта фокусируется на конкретном канале взаимодействия.
* **D (✗)** — Дневниковая карта строится на основе записей пользователей.

**Вопрос 3. (Множественный выбор, 2 правильных ответа)**

Какие два компонента обязательно включаются в CJM для анализа эмоционального состояния пользователя? Выберите два варианта:  
A. Этапы пути (Stages)  
B. Количество рекламных кампаний  
C. Болевые точки (Pain Points)  
D. Технические характеристики продукта  
E. Эмоции и мотивации

**Правильные ответы: C, E**  
**Пояснение:**

* **C (✓)** — Pain Points выявляют фрустрацию клиента.
* **E (✓)** — Эмоции (например, радость или раздражение) фиксируются для оптимизации опыта.
* **A (✗)** — Этапы пути — это структурный элемент, но не эмоциональный.
* **B (✗)** — Рекламные кампании не относятся к CJM.
* **D (✗)** — Технические характеристики не анализируются в CJM.

**Вопрос 4. (Единственный выбор, 1 правильный ответ)**

Какой инструмент рекомендуется для визуализации CJM в распределённых командах?  
A. Microsoft Excel  
B. Miro  
C. Adobe Photoshop  
D. Google Analytics

**Правильный ответ: B**  
**Пояснение:**

* **B (✓)** — Miro поддерживает совместную работу и шаблоны для CJM.
* **A (✗)** — Excel не подходит для визуализации сложных карт.
* **C (✗)** — Photoshop используется для дизайна, а не анализа.
* **D (✗)** — Google Analytics — инструмент аналитики, а не построения CJM.

**Вопрос 5. (Множественный выбор, 2 правильных ответа)**

Какие две ошибки чаще всего допускают при создании CJM? Выберите два варианта:  
A. Использование только количественных данных  
B. Игнорирование этапа "Лояльность"  
C. Регулярное обновление карты  
D. Перегрузка карты деталями  
E. Привлечение сотрудников из разных отделов

**Правильные ответы: A, D**  
**Пояснение:**

* **A (✓)** — Качественные данные (интервью, отзывы) так же важны, как и метрики.
* **D (✓)** — Избыток информации затрудняет анализ.
* **C (✗)** — Регулярное обновление — это рекомендация, а не ошибка.
* **E (✗)** — Привлечение разных отделов — это лучшая практика.

**Вопрос 6. (Единственный выбор, 1 правильный ответ)**

Какой этап CJM следует после "Рассмотрения" в стандартной последовательности?  
A. Осведомление  
B. Покупка  
C. Интерес  
D. Поддержка

**Правильный ответ: B**  
**Пояснение:**

* Стандартный порядок: **Осведомление → Интерес → Рассмотрение → Покупка → Лояльность**.

**Система оценивания**

* **Вопросы 1, 3, 5**: 3 балла за 2 правильных ответа.
* **Вопросы 2, 4, 6**: 2 балла за 1 правильный ответ.
* **Максимум**: 12 баллов.

**Шкала перевода**:

* 12 баллов — Отлично
* 9–11 — Очень хорошо
* 6–8 — Хорошо
* 3–5 — Удовлетворительно
* 0–2 — Неудовлетворительно

**Пример**:  
Если студент выбрал:

* Вопрос 1: B, D → 3 балла
* Вопрос 2: B → 2 балла
* Вопрос 3: C, E → 3 балла
* Вопрос 4: B → 2 балла
* Вопрос 5: A, D → 3 балла
* Вопрос 6: B → 2 балла  
  **Итого**: 15 → 12 баллов (максимум).