

1+X 网店运营推广职业技能等级标准（中级）理论习题 库（含答案）

一、单选题（共 40 题，每题 1 分，共 40 分）

1、以下关于广泛匹配优势说法错误的是（）

- A、提高曝光量,增加品牌知名度
- B、能够提高广告创意点击率
- C、能定位更多的潜在用户
- D、能给买家留下潜在印象

正确答案：B

2、下列关于 SEO优化的说法不正确的是（）

- A、SEO优化流量的变化趋势和直通车推广流量的变化趋势是正相关的
- B、SEO优化与付费推广是相辅相成,互相促进的
- C、做好 SEO优化有助于提升店铺的总流量
- D、SEO可能会降低付费推广的转化率和推广效果

正确答案：D

3、以下不属于 FBA创意生产法内容的是（）

- A、产品服务的竞争优势
- B、目标用户群的多少
- C、产品服务的特点卖点
- D、能让用户得到的利益

正确答案：B

4、在对新品/滞销品进行标题优化时，尽量选择哪类关键词能获得比较精准的搜索流量。（）

- A、长尾词
- B、核心词
- C、营销词
- D、热词

正确答案：A

5、关于商品产出的描述错误的是（）。

- A、商品产出由点击率、转化率和客单价三个指标决定
- B、平台倾向于把流量给到商品产出高的商品
- C、转化率的上漲意味着商品产出的提升
- D、商品产出高意味着商品对平台流量使用的效率高

正确答案：C

6、宝贝每次被点击时,你所愿意支付的最高金额称之为()

- A、默认出价
- B、标准出价
- C、最高出价
- D、主动出价

正确答案：C

7、下列关于商品描述质量的说法不正确的是()

- A、商品描述会影响商品排名和店铺信誉
- B、商品描述完整准确可以提高商品描述质量
- C、平台倾向于能够提供详情页与主图清晰美观的卖家
- D、商品描述质量主要包括标题和详情页的描述质量

正确答案：D

8、网页权重中关于链接建设的相关描述不正确的是()。

- A、链接主要用来告知用户所链接页面的重要程度
- B、链接主要分为内部链接和外部链接两种形式
- C、内部链接是指自建网站内部页面与页面之间的相互链接关系,一般详情页的权重最高
- D、一个页面得到的链接越多,链接质量越高

正确答案：C

9、以下关于出价,说法正确的是()

- A、出价是决定广告曝光机会的唯一因素
- B、广告质量得分相同的情况下,出价越高曝光机会越多
- C、出价是指广告主为点击所支付的最终价格
- D、提高出价是提升曝光量的唯一方法

正确答案：B

10、关于广泛匹配的描述不正确的是()。

- A、无法灵活控制关键词的排名与出价
- B、相对精准匹配,推广费用会更低
- C、定位更多的潜在用户
- D、展现机会多

正确答案：B

11、下列关于创意编辑的说法不正确的是()

- A、可尝试使用疑问句

- B、创意中包含关键词
- C、关键词的位置不会影响创意的效果
- D、一个单元需要包括设置2个以上与关键词密切的相关创意

正确答案：C

12、同一个关键词不同的匹配方式被展现的概率不同,展现概率顺序依次是()。

- A、广泛匹配>同义包含>核心包含>精确包含>精确匹配
- B、广泛匹配>核心包含>精确包含>同义包含>精确匹配
- C、广泛匹配>精确包含>同义包含>核心包含>精确匹配
- D、广泛匹配>核心包含>同义包含>精确包含>精确匹配

正确答案：D

13、信息流从底层架构上分为四个步骤,依次为()

- A、跳转面、展现面、交互面、数据面
- B、交互面、数据面、跳转面、展现面
- C、展现面、跳转面、交互面、数据面
- D、交互面、展现面、数据面、跳转

正确答案：C

14、在针对爆款商品进行标题优化时,要更倾向于选择哪类关键词()

- A、营销词
- B、热词、短词
- C、属性词
- D、长尾词

正确答案：B

15、以下关于淘宝直通车的描述不正确的是()。

- A、网店经营者可以用直通车进行单品推广,不能进行店铺推广
- B、按点击付费
- C、淘宝直通车是为专职淘宝网店经营者量身定制的
- D、包含搜索关键词推广和非搜索定向推广等不同的推广方式

正确答案：A

16、落地页优化时建议不要超过()屏

- A、4
- B、2
- C、1
- D、3

正确答案：D

17、以下哪个方面不能决定商品权重。（）

- A、作弊处罚
- B、商品人气
- C、商品单价
- D、商品产出

正确答案：C

18、搜索引擎排序机制是指搜索引擎通过用户引导、搜索词拓展、搜索词拆解、以及_____等行为对消费者进行商品或网页推荐的过程。（）

- A、语义解析
- B、自动联想
- C、预测用户的搜索意图
- D、内容筛选

正确答案：D

19、FAB商品卖点提炼法,是 FAB销售法则在网店推广领域的一个实际应用。以下属性属于 A(Advantage) 的是（）。

- A、包装
- B、形状
- C、功能
- D、商品理念

正确答案：C

20、关于店铺服务指标的相关描述错误的是（）。

- A、退货退款自主完结时间长,往往意味着店铺在处理售中和售后问题上效率较低
- B、品质退款率高在一定程度上意味着店铺的服务能力和服务水平存在问题
- C、纠纷退款率高往往意味着平台介入处理退款的次数多
- D、品质退款是指买家因商品质量问题发起的退款

正确答案：B

21、场景营销的特点不包括（）

- A、多样性
- B、不相关性
- C、公平性
- D、随机性

正确答案：C

22、以下说法正确的是？（）

A、广告投放一周后即使曝光量、点击率表现都很好，广告创意也必须更新一次

B、新建广告时应该设定较低的出价，避免上线后消费太多

C、新建广告时应该设定较高的出价，以便在上线之初积累较好的数据表现，提升广告质量得分

D、广告的质量得分可以在账户内查询到

正确答案：C

23、以下不属于标题制作误区的是（）

A、根据生意参谋提示撰写标题

B、直接复制爆款标题

C、堆砌关键词

D、盗用知名品牌词

正确答案：A

24、长尾关键词流量总和与核心关键词流量总和相比，（）总流量大

A、一样大

B、无法比较

C、长尾词

D、核心关键词

正确答案：C

25、开展SEM推广时根据产品的特点选择合适的推广区域被称为（）策略

A、地域策略

B、创意策略

C、时间策略

D、落地页策略

正确答案：A

26、以下说法正确的是？（）

A、新建广告时应该设定较低的出价，避免上线后消费太多

B、广告的质量得分可以在账户内查询到

C、新建广告时应该设定较高的出价，以便在上线之初积累较好的数据表现，提升广告质量得分

D、广告投放一周后即使曝光量、点击率表现都很好，广告创意也必须更新一次

正确答案：C

27、某卖家设置的人群出价中的智能投放为 1.0 元,喜欢我店铺的访客溢价为 10%,在展示位置中已买到的宝贝溢价为 50%。此时喜欢该宝贝的买家人群出价应是 1.1 元,若买家是通过已买到的宝贝位置点击,请问该卖家的最终出价是多少?()

- A、0.55 元
- B、1.10 元
- C、1.65 元
- D、2.20 元

正确答案：C

28、在对新品/滞销品进行标题优化时,尽量选择哪类关键词能获得比较精准的搜索流量。()

- A、营销词
- B、长尾词
- C、热词
- D、核心词

正确答案：B

29、可以把目标受众人群分为忠诚人群、目标人群和()

- A、潜在人群
- B、定向人群
- C、精准人群
- D、普通人群

正确答案：A

30、网页权重中关于链接建设的相关描述不正确的是()。

- A、一个页面得到的链接越多,链接质量越高
- B、链接主要分为内部链接和外部链接两种形式
- C、内部链接是指自建网站内部页面与页面之间的相互链接关系,一般详情页的权重最高
- D、链接主要用来告知用户所链接页面的重要程度

正确答案：C

31、以下哪一项不属于 SEO对网店推广的作用。()

- A、降低网店获客成本
- B、影响付费推广效果
- C、提高品牌知名度

D、提升网店权重

正确答案：C

32、宝贝每次被点击时，你所愿意支付的最高金额称之为（ ）

A、默认出价

B、标准出价

C、主动出价

D、最高出价

正确答案：D

33、信息流的竞价排名机制是广告展示的（ ）

A、预估收益

B、预估转化率

C、预估点击率

D、出价

正确答案：A

34、开展 SEM推广时根据产品的特点选择合适的推广区域被称为（ ）策略

A、落地页策略

B、时间策略

C、地域策略

D、创意策略

正确答案：C

35、对于自建网站，关键词密度区最好要控制在哪个范围内（ ）

A、5%-10%

B、2%-10%

C、2%-8%

D、5%-8%

正确答案：C

36、以下对“核心词”的相关描述不正确的是（ ）。

A、核心词是标题的重要组成要素

B、一般核心词字数较少，多为行业内的短词、热词和大词，搜索量和词的数量都非常多

C、核心词是指与商品有紧密联系的，能精准表达商品的关键词

D、标题中的其他相关关键词往往可以围绕核心词延伸出来

正确答案：B

37、关于关键词搜索广告的描述不正确的是()。

- A、用户搜索到广告主投放的关键词时会展示
- B、无点击不收费
- C、针对性高
- D、不可以随时修改关键词

正确答案：D

38、新品/滞销品进行标题优化，应该尽量选择下列哪种关键词（）

- A、行业短词
- B、竞争度小的词
- C、曝光度高的词
- D、行业热词

正确答案：B

39、信息流的竞价排名机制是广告展示的()

- A、预估点击率
- B、预估转化率
- C、预估收益
- D、出价

正确答案：C

40、下列关于服务质量的说法不正确的是（）

- A、店铺 DSR评分是考核卖家服务质量的唯一方式
- B、卖家服务质量对用户平台的购物体验存在直接影响
- C、卖家服务质量越高，更有希望获得电子商务平台的流量
- D、服务质量指买家与卖家在交易过程中，卖家所提供服务能够满足买家需求的程度

正确答案：A

二、多选题（共 40 题，每题 1 分，共 40 分）

1、SEM展现量是指推广信息在搜索结果页展现的次数，影响展现量的因素有()。

- A、账户方面
- B、关键词方面
- C、商品方面
- D、详情页方面

正确答案：AB

2、推广计划可以按照（）等方法进行搭建。

- A、推广目的
- B、创意素材
- C、产品类别
- D、定向人群

正确答案：ABCD

3、以下属于商品属性优化策略的是()

- A、自定义属性优化
- B、商品主图优化
- C、系统属性优化
- D、主图视频优化

正确答案：AC

4、以下是信息流推广素材设计技巧的是()

- A、善用多图样式创意
- B、提炼素材和文案
- C、加入地域通配符
- D、提高产品质量

正确答案：ABC

5、SEM关键词根据成交阶段的不同,可分别作为哪些词()

- A、推广词
- B、搜索词
- C、成交词
- D、进店词

正确答案：ABCD

6、以下属于系统检索商品时参考的指标的是()

- A、商品描述
- B、商品品类
- C、商品参数
- D、商品标题

正确答案：ABCD

7、推广计划可以按照()等方法进行搭建。

- A、定向人群
- B、产品类别
- C、创意素材
- D、推广目的

ABCD

8、以百度搜索引擎为例，自建网站的关键词挖掘方法主要有哪些（）

- A、百度相关搜索
- B、百度指数
- C、百度推广关键词规划师
- D、百度下拉框

正确答案：ABCD

9、关于 SEM 账户结构的描述正确的是（）。

- A、推广计划是管理关键词/创意的大单位，建立推广计划是设计账户结构的第一步。
- B、推广组上接计划下连关键词和创意。
- C、推广计划层级设置是指对计划状态、预算、设备、推广地域、推广时段、否定关键词、创意展现方式、个性化推荐进行设置
- D、关键词层级设置是指对关键词状态、出价、匹配模式、访问 URL 移动访问 URL 暂停、激活、监控、转移等进行设置

正确答案：ABCD

10、以下关于推广计划的描述正确的是（）。

- A、竞品/行业追踪推广是指通过追踪官网、竞品网站、行业知识网站等，快速获取竞品行业流量的推广方法
- B、批量推广主要利用网店提供的结构化商品信息，对同类商品或不同商品的批量化推广
- C、竞品/行业追踪推广的缺点是推广费用较高
- D、批量推广可以使投放更便捷，降低人力成本

正确答案：ABCD

11、以下属于商品标题制作流程的有（）

- A、根据关键词数据指标筛选关键词
- B、调整标题关键词排序
- C、从关键词词库中找出合适的关键词
- D、确定商品标题

正确答案：ABCD

12、以下关于关键词，说法正确的是（）

- A、出价是指卖家为一次点击所支付的最终价格
- B、出价对于质量度没有任何影响
- C、提高出价是提升排名的方法之一

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/815234234222011322>