

Oefenmateriaal Basiskennis Online Marketing

Vakgebied: Basis Basiskennis Online Marketing

Welkom bij het **oefenmateriaal** van het NIMA Examen Basiskennis Online Marketing.

Dit oefenmateriaal bestaat uit 20 meerkeuzevragen. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen. Dit oefenmateriaal geeft een beeld van de vraagstelling en geeft u de gelegenheid te oefenen met examenvragen.

Het **NIMA Examen Basiskennis Online Marketing** bestaat uit 45 meerkeuzevragen. Het maximaal aantal te behalen punten voor dit examen is 45. Elk correct antwoord levert één punt op. Bij 25 punten of meer heeft u een voldoende behaald.

LET OP:

Bij de rekenvragen in dit examen graag de BTW buiten beschouwing laten, tenzij het BTW percentage wordt vermeld.

Veel succes!

Publicatie van deze opgaven mag alleen geschieden na schriftelijke toestemming van NIMA.

Aantal vragen: 20

1 Op welke van de onderstaande niveaus kan je zoekwoorden uitsluiten?

1 pt.

- a. Accountniveau
- b. Campagneniveau
- c. Klantniveau
- d. Zoekwoordniveau

2 Wat zijn de kosten per conversie van deze SEA-campagne op basis van de hieronder weergegeven gegevens?

1 pt.

Vertoningen: 307.000

CTR: 23%

CPC: € 1,04

Overige kosten (b.v. kosten landingspagina): € 3.750,-

Conversieratio: 11%

Aantal herhaalaankopen: 1,8

Winst per conversie: € 73,-

- a. € 2,11
- b. € 5,52
- c. € 23,46
- d. € 102,46

3 Wat verstaan we onder realtime e-mailmarketing?

1 pt.

- a. E-mailmarketing op basis van targeting d.m.v. tijd, soort device en/of de locatie waar iemand zich bevindt
- b. E-mailmarketing op basis van targeting d.m.v. resultaten die behaald worden in een ander kanaal
- c. E-mailmarketing op basis van targeting d.m.v. sociodemografische kenmerken van een doelgroep
- d. Geen van de bovenstaande antwoorden is juist

4 Wat verstaan we onder intelligent search in een webshop?

1 pt.

- a. Intelligent search is een zoekfunctie waarbij het mogelijk is om op basis van het zoekwoord een banner te tonen met betrekking tot het betreffende zoekwoord
- b. Intelligent search is een zoekfunctie waarbij de zoekresultaten zodanig kunnen worden gemanipuleerd dat bijvoorbeeld het product met de hoogste marge bovenaan staat
- c. Intelligent search is een zoekfunctie die foutief gespelde zoekwoorden herkent, suggesties doet en op die manier de bezoeker alsnog naar de pagina met het juiste product stuurt
- d. Alle bovenstaande antwoorden zijn juist

5 Welke van de volgende mogelijkheden is de beste methode om er zeker van te zijn dat een pagina **niet** gecrawled of geïndexeerd wordt door een zoekmachine?

1 pt.

- a. Een negatieve listing aanvragen via het aanvraagformulier van de zoekmachine
- b. Aangeven dat IP-adressen van zoekmachine-spiders geen toegang krijgen, zodat spiders de pagina niet kunnen bereiken
- c. Alleen links naar de pagina met het rel="nofollow"-kenmerk gebruiken
- d. De pagina niet toegankelijk maken voor crawlers door robots.txt te gebruiken

6 Welke van deze beweringen over affiliate marketing is/zijn (on)juist?

1 pt.

1. Affiliates verbieden om SEA-ads in te zetten zorgt voor meer traffic naar jouw landingspagina.
2. De gunfactor - van affiliate naar adverteerder - is van belang bij affiliate marketing.

- a. Beide beweringen zijn juist
- b. Beide beweringen zijn onjuist
- c. Bewering 1 is juist, bewering 2 is onjuist
- d. Bewering 1 is onjuist, bewering 2 is juist

- 7** Facebook was één van de eerste virtuele gemeenschappen die publieke web-API's aanboden. Wat maakte deze web-API mogelijk?
1 pt.
- a. Een mogelijkheid voor gebruikers om Facebook goed te kunnen bekijken op verschillende devices, zoals een tablet en smartphone
 - b. Een mogelijkheid voor derden om te adverteren op het netwerk van Facebook
 - c. Een mogelijkheid voor derden om gebruik te maken van de data van Facebook in een eigen (web)applicatie
 - d. Een mogelijkheid voor derden om een 'company page' aan te maken
- 8** Welke van de volgende antwoorden is een eis om in de 'Google My Business (Mijn Bedrijf)' te komen?
1 pt.
- a. Een telefoonnummer met een kengetal dat overeenkomt met de opgegeven locati
 - b. Een fysiek postadres op de opgegeven locatie
 - c. Een code van drie getallen in de URL van de pagina die in de natuurlijke zoekresultaten in Google getoond moet worden
 - d. Registratie van de site in het Google Webmaster Tools-programma
- 9** Welke van de volgende twee beweringen over een 'brand utility' is/zijn (on)juist?
1 pt.
- 1. Een brand utility is een 'dienst' van een merk die de doelgroep helpt of faciliteert in zijn dagelijkse leven, bedoeld als promotie voor een merk of product.
 - 2. Voor een brand utility moet meestal wel gewoon betaald worden, ook al is het promotie voor een merk 'vermomd' als dienst.
- a. Beide beweringen zijn juist
 - b. Beide beweringen zijn onjuist
 - c. Bewering 1 is juist, bewering 2 is onjuist
 - d. Bewering 1 is onjuist, bewering 2 is juist
- 10** Welke uitspraak met betrekking tot PDF-bestanden is waar?
1 pt.
- a. PDF-bestanden ranken beter dan reguliere webpagina's
 - b. PDF-bestanden kunnen niet door Google gelezen worden
 - c. PDF-bestanden zorgen voor duplicate content
 - d. Geen van de bovenstaande uitspraken is waar

11 Wat is een oorzaak van duplicate content?

1 pt.

- a. Het tonen van dezelfde content op verschillende URL's
- b. Het herschrijven van een bestaand artikel
- c. Het hergebruiken van verwijderde content
- d. Geen van de bovenstaande antwoorden is juist

12 Wat is Foursquare?

1 pt.

- a. Foursquare is een applicatie die geregistreerde gebruikers de mogelijkheid biedt om hun activiteit in hun vier belangrijkste sociale media te volgen
- b. Foursquare is een applicatie die geregistreerde gebruikers de mogelijkheid biedt om heel gemakkelijk tweets, Facebook-berichten, postings e.d. te plaatsen
- c. Foursquare is een applicatie die geregistreerde gebruikers de mogelijkheid biedt om vrienden te laten weten waar ze op een bepaald moment zijn
- d. Geen van de bovenstaande antwoorden is juist

13 De afkorting 'URL' staat voor:

1 pt.

- a. Universal Random Leverage
- b. Universal Resource Level
- c. Universele Regel Locatie
- d. Universal Resource Locator

14 Waarvoor staat de afkorting HTTP?

1 pt.

- a. Hyper Total Transport Protocol
- b. HyperText Transfer Protocol
- c. HyperText Total Protocol
- d. Hyper Transport Text Protocol

15 Welke van de volgende twee beweringen is/zijn (on)juist?

1 pt.

1. In-game advertising is een benaming voor het adverteren in een (online) videogame.
2. Een advergaming is een simpel spelletje in een banner, dat gebruikt wordt om de aandacht van de doelgroep te trekken.

- a. Beide beweringen zijn juist
- b. Beide beweringen zijn onjuist
- c. Bewering 1 is juist, bewering 2 is onjuist
- d. Bewering 1 is onjuist, bewering 2 is juist

16 Wat is Adware?

1 pt.

- a. Een programma waarmee je heel gemakkelijk zelf banners kunt maken
- b. Een spamprogramma dat ongevraagde banners plaatst
- c. Een programma waarmee je als exploitant of uitgever je display ad inventory kunt beheren
- d. Een programma waarmee je kunt voorkomen dat een spamprogramma ongevraagd banners plaatst

17 Waarom is het **niet** nodig om 100% accurate data uit je analytics systeem/systemen te krijgen?

1 pt.

- a. Het is wel degelijk nodig om 100% accurate data uit je systeem/systemen te krijgen, anders kan je niet precies bepalen of de gestelde targets wel gehaald gaan worden/zijn
- b. Data dient slechts ter ondersteuning van beslissingen die je neemt, dus een indicatie van de ontwikkeling(en) is voldoende
- c. Het gaat vooral om trends in de data en niet zozeer om 100% accuraatheid
- d. Het lukt nou eenmaal nooit om 100% accurate data te krijgen, maar wel 90-95%

18 Wat moet er op de puntjes staan? Als je een salescampagne zou gaan voeren en je zou willen afrekenen per verkocht product, dan zou je voor een-campagne moeten kiezen.

1 pt.

- a. CPC
- b. CPM
- c. CPL
- d. CPS

19 Welke bewering over het verschil tussen 'owned' en 'paid' e-mailadressenbestanden, qua KPI's, is juist?
1 pt.

- a. 'Paid' bestanden bevatten vaak meer gegevens dan 'owned' bestanden
- b. 'Owned' bestanden zijn vaak beter segmenteerbaar dan 'paid' bestanden
- c. 'Owned' bestanden kennen meestal een hogere 'open rate' en 'conversion rate' dan 'paid' bestanden
- d. Geen van de bovenstaande antwoorden is juist

20 Je kwaliteitsscore heeft invloed op:
1 pt.

- a. De CPC voor een zoekwoord
- b. De positie waarop je advertenties worden vertoond
- c. De hoogte van de 'first page bid'
- d. Alle bovenstaande antwoorden zijn juist

U heeft zojuist het **oefenmateriaal** van het NIMA Examen Basiskennis Online Marketing afgesloten.

Wij wensen u veel succes met de voorbereiding op het NIMA Examen Basiskennis Online Marketing.

Met vriendelijke groet,
NIMA

Welkom bij het **oefenmateriaal** van het NIMA Examen Basiskennis Online Marketing.

Dit oefenmateriaal bestaat uit 20 meerkeuzevragen. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen. Dit oefenmateriaal geeft een beeld van de vraagstelling en geeft u de gelegenheid te oefenen met examenvragen.

Het **NIMA Examen Basiskennis Online Marketing** bestaat uit 45 meerkeuzevragen. Het maximaal aantal te behalen punten voor dit examen is 45. Elk correct antwoord levert één punt op. Bij 25 punten of meer heeft u een voldoende behaald.

LET OP:

Bij de rekenvragen in dit examen graag de BTW buiten beschouwing laten, tenzij het BTW percentage wordt vermeld.

Veel succes!

Publicatie van deze opgaven mag alleen geschieden na schriftelijke toestemming van NIMA.

- 1** 1 pt. A B C D
- 2** 1 pt. A B C D
- 3** 1 pt. A B C D
- 4** 1 pt. A B C D
- 5** 1 pt. A B C D
- 6** 1 pt. A B C D
- 7** 1 pt. A B C D
- 8** 1 pt. A B C D
- 9** 1 pt. A B C D
- 10** 1 pt. A B C D
- 11** 1 pt. A B C D
- 12** 1 pt. A B C D
- 13** 1 pt. A B C D

- 14** 1 pt. A B C D
- 15** 1 pt. A B C D
- 16** 1 pt. A B C D
- 17** 1 pt. A B C D
- 18** 1 pt. A B C D
- 19** 1 pt. A B C D
- 20** 1 pt. A B C D

U heeft zojuist het **oefenmateriaal** van het NIMA Examen Basiskennis Online Marketing afgesloten.

Wij wensen u veel succes met de voorbereiding op het NIMA Examen Basiskennis Online Marketing.

Met vriendelijke groet,
NIMA

Correctiemodel

1. B
1 pt.

2. B
1 pt.

3. A
1 pt.

4. D
1 pt.

5. D
1 pt.

6. D
1 pt.

7. C
1 pt.

8. B
1 pt.

9. C
1 pt.

10. D
1 pt.

11. A
1 pt.

12. C
1 pt.

13. D
1 pt.

14. B
1 pt.

15. C
1 pt.

16. B
1 pt.

17. D
1 pt.

18. D
1 pt.

19. C
1 pt.

20. D
1 pt.