**4.7关键词推广效果分析**

1. 单选题 （分值：1分）

标准答案：D

关键词推广效果分析中下列哪个描述是错误的（ ）。

A、客户通过关键词查找所需的商品而产生的流量往往在店铺整体流量中占据很大的比重

B、在推广某个单品宝贝时，通过精准的搜索匹配给店铺带来了优质的买家，当买家进入店铺时，会产生一次或者是多次的流量跳转，促成了其他商品的成交

C、搜索即入口，通过优化关键词、投放关键词广告，就能提升产品的曝光机会

D、在企业电子商务经营活动中，最常见的关键词推广方式是百度关键词推广

2. 单选题 （分值：1分）

标准答案：B

关键词推广效果分析评价指标描述错误的是（ ）。

A、PV是广告被展现的次数

B、CLICK是每一笔成交的点击次数

C、CTR是点击量/展现量

D、PPC是消耗/点击量

3. 单选题 （分值：1分）

标准答案：A

下列关于关键词相关性表述最合理的是（ ）。

A、相关性即关键词与商品类目、商品属性和商品本身信息的相关程度，符合程度越高，相关性就越高

B、相关性即关键词与商品类目、商品属性和商品本身信息的相关程度，符合程度越高，相关性就越低

C、商品类目的相关性是指商品类目和关键词的优先类目不能保持一致

D、商品标题信息不需要对应直通车推广内容信息

4. 单选题 （分值：1分）

标准答案：B

在推广数据分析中，关于买家体验说法正确的是（ ）。

A、买家体验就是好评差评

B、买家体验是指买家在店铺的购买体验反馈，买家体验受很多因素影响

C、买家体验就是旺旺客服的响应速度

D、买家体验在店铺DSR评分中展现

5. 单选题 （分值：1分）

标准答案：D

关于推广的质量分优化，下列阐述不正确的是（ ）。

A、属性优化原则上，商品属性要全部填写或者尽量填写，同时保证属性的正确性

B、推广标题优化原则上，选择热门关键词进行组合

C、直通车推广计划都有一个初始质量分，选择分数高的推广

D、直通车推广计划都有一个初始质量分，选择分数低的推广

6. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、C、D

衡量关键词推广效果的指标包含（ ）。

A、展现量

B、点击率

C、点击转化率

D、投入产出比

7. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、D

影响投入产出比的因素有（ ）。

A、转化率

B、客单价

C、订单响应时长

D、平均点击花费

8. 多选题 （分值：2分）

标准答案：B、C、D

影响关键词展现量的因素有（ ）。

A、商品定价

B、关键词数量

C、关键词市场情况

D、关键词推广创意匹配模式

9. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、C、D

造成转化量比较低的因素有很多，下列会导致转化量低的因素有（ ）。

A、流量少

B、关键词不精准

C、商品详情页设计不好

D、商品评价不高

10. 判断题 （分值：1分）

标准答案：A

直通车的推广原理是通过用户搜索将推广的宝贝展示在搜索页面某个位置。

 A、对

 B、错

11. 判断题 （分值：1分）

标准答案：A

在进行关键词推广效果分析时，涉及到的指标包括：展现量、点击（率）、订单、花费、投入产出比。

 A、对

 B、错

12. 单选题 （分值：1分）

标准答案：B

影响点击转化率的因素主要是（ ）。

A、关键词数量、关键词市场情况

B、流量精准度和产品承接转化能力

C、产品推广位、产品定价

D、客单价、平均点击花费