

Examen Final E-marketing

(50 puntos)

26 Junio 2017

“Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar.”

.....
Firma de compromiso del estudiante

Nombre: _____

1.- Llene el siguiente cuadro: Escriba el termino correspondiente según su definición (5 puntos)

	Engloba un conjunto de técnicas estadísticas con las que se puede analizar grandes masas de datos generadas sobre los clientes.
	Se refiere a la utilización de internet con fines de marketing.
	Conjunto de actividades y procesos que la organización lleva a cabo a través de las tecnologías digitales.
	Cuando los esfuerzos del marketing en los medios digitales dan lugar a una transacción comercial.
	Comprende la utilización de internet, las redes de telecomunicación y las tecnologías digitales con la finalidad de conseguir los objetivos de marketing de la organización.

2.- Conteste V o F (5 puntos)

Los procesos CRM constan de 2 importantes componentes: Selección de los Clientes y Desarrollo de los procedimientos y programas.	
El LCV es el ciclo de vida del cliente	
Un concepto clave del proceso CRM es el del beneficio que cada cliente aporta a la empresa a lo largo de su relación con ella.	
Valor del Ciclo de vida del Cliente = Ciclo de Vida del Cliente(meses) menos Coste de adquisición.	
El primer paso para desarrollar una solución CRM es construir una base de datos que recoja la información necesaria sobre los clientes.	

3.- Seleccione la respuesta correcta (5 puntos):

La importancia del servicio de atención al _____ se pone de manifiesto si consideramos que, en un sentido amplio, cada contacto personal de la empresa con el _____ constituye una actividad de atención al cliente, y que cada contacto tiene _____ de aportar valor al cliente y generar más negocio.

- a) Consumidor, cliente, potencial
- b) Cliente, comprador, la probabilidad
- c) Consumidor, proveedor, la oportunidad
- d) Cliente, consumidor, el potencial
- e) Ninguna de las anteriores

4.- Seleccione la respuesta incorrecta: ¿Por qué hacer marketing digital? (5 puntos)

- a) Capta bases de datos.
- b) Cubres las necesidades de tus clientes.
- c) Impulsa ventas en internet. Aumenta ventas en tienda.
- d) Motiva a tus clientes.
- e) Resultados medibles. Analiza resultados al instante.

5.- Mencione 5 factores SEO usados por los webmaster (7 puntos)

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)

6.- Mencione 3 factores de importancia del Análisis Web (6 puntos)

7.- Conteste V o F (5 puntos)

Los motores de búsqueda son bases de datos gigantescas que contienen información sobre los contenidos de los sitios Web.	
El DIRCOM es el Director de Comercialización.	
El video marketing y el social video son lo mismo.	
El video marketing es una herramienta de marketing online que se basa en el uso de la imagen audiovisual.	
Los tweets con video obtienen 5 veces más respuestas que aquellos que no los tienen.	

8.- Mencione 2 ventajas del uso del video marketing. Justifique sus respuestas. (6 puntos)

9.- Explique la relación entre el social media marketing y la reputación online. (6 puntos)