

BỘ CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM CONTENT MARKETING

Câu 1. Khái niệm "Content Marketing" được sử dụng rộng rãi và biết đến nhiều nhất từ khi nào?

- a) Thập kỷ 1970
- b) Thập kỷ 1990
- c) Thập kỷ 2000
- d) Thập kỷ 1980

Câu 2. Content marketing được định nghĩa như thế nào?

- a) Là chiến lược quảng cáo trực tuyến để tiếp cận khách hàng
- b) Chiến lược tạo và chia sẻ nội dung giá trị để thu hút và tiếp cận khách hàng
- c) Tạo ra sản phẩm dựa trên yêu cầu của khách hàng
- d) Tạo hình ảnh thương hiệu qua các sự kiện truyền thông hoặc chiến dịch quảng cáo

Câu 3. Câu nói "content is king" thường diễn đạt điều gì trong ngữ cảnh của content marketing?

- a) Chất lượng và giá trị của nội dung là yếu tố quan trọng nhất trong chiến lược marketing
- b) Số lượng và chất lượng nội dung đăng trên mạng xã hội
- c) Mức độ phổ biến của của content marketing
- d) Số lượng content marketing được tạo ra trong một khoảng thời gian nhất định

Câu 4. Ai là người đã phát ngôn câu nói "content is king," nhấn mạnh về tầm quan trọng của nội dung trong kế hoạch marketing?

- a) Elon Musk
- b) Philip Kotler
- c) Tim Cook
- d) Bill Gates

Câu 5. Công nghệ nào đã đóng góp lớn vào việc phát triển Content Marketing?

- a) Máy in offset
- b) Điện thoại di động
- c) Internet

d) Radio và TV

Câu 6. Trong quá trình phát triển Content Marketing, điều gì thay đổi về cách tiếp cận của các doanh nghiệp?

- a) Sự tập trung vào sản phẩm và dịch vụ của họ
- b) Sự chú trọng vào việc cung cấp thông tin giá trị cho khách hàng
- c) Sự mở rộng các chiến lược quảng cáo truyền thống
- d) Sự đa dạng hóa trong việc chia sẻ thông tin về sản phẩm

Câu 7. Content Marketing bắt đầu tập trung vào việc tạo ra nội dung chất lượng như thế nào?

- a) Khi người tiêu dùng trở nên thông minh và yêu cầu nhiều hơn từ nội dung
- b) Khi các công nghệ truyền thông phổ biến
- c) Khi các công ty tìm cách tiết kiệm chi phí
- d) Khi công nghệ SEO trở nên quan trọng

Câu 8. Đây là một trong những lý do chính thúc đẩy sự phát triển của Content Marketing?

- a) Khách hàng không còn chú ý đến quảng cáo truyền thống
- b) Sự tăng trưởng của công nghệ in ấn
- c) Sự mở rộng của thị trường quảng cáo ngoại hình
- d) Sự thay đổi trong chiến lược quản lý tài chính

Câu 9. Content Marketing tập trung chủ yếu vào việc gì?

- a) Quảng cáo sản phẩm
- b) Tạo và chia sẻ nội dung có giá trị
- c) Sản xuất nội dung hàng loạt
- d) Thực hiện các chiến dịch quảng cáo quy mô lớn

Câu 10. Mục tiêu chính của Content Marketing là gì?

- a) Tăng cường doanh thu ngay lập tức
- b) Tạo mối quan hệ và tương tác với khách hàng
- c) Đẩy mạnh quảng cáo truyền hình

d) Tạo nội dung chi mô tả về sản phẩm

Câu 11. Điều gì là quan trọng nhất đối với doanh nghiệp khi thực hiện Content Marketing?

- a) Mối liên kết và sự tin tưởng từ khách hàng
- b) Sự tham gia của khách hàng
- c) Tăng số lượng tiếp cận trên mạng xã hội
- d) Tạo sự hiểu biết về sản phẩm

Câu 12. Doanh nghiệp tương tác với khách hàng như thế nào thông qua hoạt động content marketing?

- a) Tạo cơ hội tương tác và giao tiếp hai chiều
- b) Phân phối sản phẩm nhanh chóng
- c) Quảng cáo sản phẩm trực tiếp
- d) Phát triển chiến lược quảng cáo truyền thống một cách mạnh mẽ

Câu 13. Phát biểu nào sau đây là ĐÚNG (Chọn nhiều)?

- a) Mục tiêu chính của content marketing là tạo và phân phối nội dung giá trị để thu hút và giữ chú ý của đối tượng.
- b) Content marketing giúp doanh nghiệp xây dựng mối quan hệ và tương tác tích cực với khách hàng
- c) Chức năng chính của content marketing là tăng tần suất đăng bài viết
- d) Mục tiêu quan trọng của content marketing là giảm chi phí quảng cáo có trả tiền

Câu 14. Chức năng cốt lõi của Content Marketing trong việc xây dựng mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách hàng?

- a) Tạo sự liên kết thông qua việc chia sẻ thông tin hữu ích
- b) Tạo ra các ấn phẩm quảng cáo truyền thống
- c) Doanh nghiệp tập trung vào việc quảng cáo sản phẩm
- d) Sử dụng các phương tiện truyền thông đa dạng

Câu 15. Infographic là gì trong Content Marketing?

- a) Một loại video ngắn để truyền thông

- b) Trực quan hóa dữ liệu bằng cách sử dụng Biểu đồ, hình ảnh minh họa để trình bày thông tin
- c) Một đoạn văn bản quảng cáo
- d) Hình ảnh minh họa quảng cáo trực tuyến

Câu 16. Mục tiêu chính của việc sử dụng Infographic trong Content Marketing là gì?

- a) Truyền tải thông tin phức tạp một cách trực quan và dễ hiểu
- b) Tăng doanh số bán hàng ngay lập tức
- c) Đa dạng hóa quảng cáo sản phẩm trực tuyến
- d) Tạo ra nhiều hình ảnh quảng cáo sáng tạo

Câu 17. Infographic có thể giúp thúc đẩy điều gì trong Content Marketing?

- a) Sự tương tác với khách hàng và tạo ấn tượng mạnh mẽ
- b) Tạo ra nhiều nội dung ý nghĩa nhất có thể
- c) Đa dạng về sản phẩm trên các kênh truyền thông
- d) Tăng sự hiểu biết về sản phẩm

Câu 18. Infographic thường sử dụng phần lớn loại nội dung nào?

- a) Video và hình ảnh
- b) Content dạng văn bản
- c) Hình ảnh và biểu đồ
- d) Audio và video

Câu 19. Mục tiêu chính của Social Media Content Marketing?

- a) Tăng lượt truy cập vào website
- b) Tạo, chia sẻ và tương tác với nội dung phù hợp trên nền tảng mạng xã hội
- c) Quảng cáo sản phẩm thông qua bài viết
- d) Phân phối nội dung của website một cách tốt nhất

Câu 20. Social Media Content Marketing nhấn mạnh vào yếu tố nào sau đây?

- a) Tạo nội dung phù hợp và thú vị cho đối tượng mục tiêu
- b) Tăng số lượng bài viết trên mạng xã hội
- c) Quảng cáo trực tuyến

d) Tạo cho khách hàng sự tò mò về sản phẩm

Câu 21. Đặc điểm chung của Social content marketing một cách hiệu quả là?

- a) Gần gũi, giao tiếp một cách cá nhân hóa
- b) Có số lượng bài viết nhiều nhất có thể
- c) Sử dụng hiệu quả quảng cáo trực tuyến
- d) Có nhiều sự cạnh tranh về giá

Câu 22. Loại Content marketing phổ biến nhất trên mạng xã hội để thu hút người dùng là gì?

- a) Text thông tin về sản phẩm
- b) Hình ảnh và video sáng tạo
- c) Quảng cáo banner
- d) Thông tin công ty và thương hiệu

Câu 23. Khi xem xét yếu tố đạo đức trong Content Marketing, điều gì được coi là quan trọng nhất?

- a) Số lượt chia sẻ cao trên mạng xã hội
- b) Tạo và chia sẻ nội dung có giá trị, minh bạch, trung thực và hữu ích
- c) Tạo ấn tượng mạnh mẽ với khách hàng
- d) Tập trung vào hình ảnh, thông tin để nổi bật sản phẩm

Câu 24. Số lượng từ ngữ trong mỗi bài viết khi làm content marketing cho website phụ thuộc vào điều gì?

- a) Nội dung cần truyền tải và mục tiêu của bài viết
- b) Độ dài tiêu chuẩn được đặt ra trước
- c) Sự linh hoạt của người viết theo chủ đề của website
- d) Số lượng từ mà người đọc mong muốn

Câu 25. Content marketing dễ dàng được triển khai thông qua những kênh nào sau đây?

- a) Website, Blog, video, mạng xã hội
- b) Quảng cáo truyền hình, ấn phẩm in

- c) Email marketing
- d) Quảng cáo trực tuyến và truyền thông

Câu 26. Kênh nào dưới đây thường được sử dụng để thực hiện content marketing bằng cách cung cấp thông tin chuyên sâu, phân tích, và hướng dẫn chi tiết?

- a) Mạng xã hội
- b) Blog
- c) Video marketing
- d) Quảng cáo trực tuyến và trên truyền hình

Câu 27. Kênh nào sau đây thường được sử dụng để chia sẻ video dài, hướng dẫn, và thông tin giáo dục?

- a) Instagram
- b) YouTube
- c) Facebook
- d) TikTok

Câu 28. Trong việc thực hiện content marketing, kênh nào thường được sử dụng để chia sẻ những hình ảnh đẹp, video ngắn, và nội dung tương tác như Stories?

- a) Instagram
- b) Blog
- c) Youtube
- d) TikTok

Câu 29. Bộ từ khóa trong content marketing giúp:

- a) Xác định nguồn cung cấp và phân loại độ chính xác của nội dung
- b) Tối ưu hóa nội dung cho công cụ tìm kiếm (SEO)
- c) Đo lường hiệu quả nội dung
- d) Tăng độ tin cậy cho website hay blog

Câu 30. Sử dụng từ khóa phù hợp trong nội dung giúp:

- a) Tăng lượng truy cập trực tiếp vào website

- b) Tạo sự độc đáo cho nội dung của website
- c) Cải thiện xếp hạng trên các công cụ tìm kiếm
- d) Tăng tương tác của khách hàng trên mạng xã hội

Câu 31. Công cụ nào sau đây được sử dụng để phân tích từ khóa và thực hiện nghiên cứu từ khóa?

- a) Google Analytics
- b) Google Keyword Planner
- c) SEMrush
- d) Ahref

Câu 32. Một trong những tính năng chính của công cụ tối ưu bộ từ khóa là?

- a) Tìm kiếm từ khóa phổ biến nhất
- b) Dự đoán hiệu suất từ khóa dựa trên dữ liệu thống kê
- c) Cài đặt thông số SEO trên website
- d) Tự động tạo từ khóa cho nội dung

Câu 33. Đây là một tính năng đặc biệt của Google Docs khi sử dụng soạn thảo văn bản cho content marketing?

- a) Tính năng kiểm tra chính tả và ngữ pháp
- b) Chỉnh sửa hình ảnh
- c) Chuyển đổi file PDF
- d) Phân tích dữ liệu SEO

Câu 34. ChatGPT có thể hỗ trợ content marketing thông qua việc nào sau đây?

- a) Tự động viết nội dung theo từng chủ đề
- b) Tạo ý tưởng cho bài viết
- c) Phân tích dữ liệu khách hàng
- d) Tạo và quản lý quảng cáo trực tuyến

Câu 35. Trong content marketing, ChatGPT có thể giúp như thế nào trong việc tạo tiêu đề bài viết?

- a) Tạo ra các tiêu đề độc đáo và thu hút
- b) Phân tích dữ liệu từ khóa
- c) Quản lý nội dung và tối ưu hóa công cụ tìm kiếm
- d) Chỉnh sửa hình ảnh trong bài viết

Câu 36. Đặc điểm nào sau đây mô tả đúng nhất về việc sử dụng Canva trong Content Marketing?

- a) Một công cụ dành riêng cho viết bài blog đúng chuẩn
- b) Một nền tảng để tạo và thiết kế hình ảnh, infographic, và các thiết kế đồ họa khác
- c) Một ứng dụng chat trực tuyến để trả lời tự động cho khách hàng
- d) Một công cụ tự động tạo chiến lược nội dung để tối ưu hóa công cụ tìm kiếm

Câu 37. Trong Content Marketing, Canva có thể được sử dụng để tạo những loại nội dung nào sau?

- a) Phần mềm chỉnh sửa video và ảnh GIF
- b) Giúp tối ưu SEO và hiển thị website trên trang đầu của kết quả tìm kiếm
- c) Hỗ trợ việc viết và chỉnh sửa nội dung blog
- d) Ảnh bìa cho blog, hình ảnh cho mạng xã hội, và infographic

Câu 38. Chức năng chính của CapCut là gì?

- a) Chỉnh sửa âm thanh
- b) Tạo ảnh động
- c) Chỉnh sửa video
- d) Tạo các bản ghi chép

Câu 39. Từ CC trong công cụ Adobe Photoshop được viết tắt bằng từ nào sau đây:

- a) Color Correction
- b) Creative Colors
- c) Creative Cloud

d) Complex Canvas

Câu 40. Những công cụ nào sau đây chỉ được dùng trong hoạt động sáng tạo content marketing dạng văn bản

- a) Microsoft Word, Chat GPT, WPS Document, Canva
- b) Google Docs, Chat GPT, Midjourney
- c) Chat GPT, Capcut, Microsoft Word, WPS Document
- d) WPS Document, Chat GPT, Microsoft Word, Google Docs

Câu 41. Công cụ iMovie được sử dụng cho hệ điều hành nào sau đây:

- a) MacOS và iOS
- b) Windows và macOS
- c) Linux và Chrome OS
- d) Windows Phone và Android

Câu 42. Chức năng chính của Midjourney là gì?

- a) Chỉnh sửa video
- b) Tạo hình ảnh sử dụng trí tuệ nhân tạo
- c) Dịch văn bản tự động
- d) Phân tích dữ liệu

Câu 43. Midjourney có khả năng làm gì?

- a) Tự động chỉnh sửa ảnh
- b) Tạo hình ảnh dựa trên mô tả văn bản
- c) Tạo video tự động từ ảnh
- d) Tạo phụ đề tự động từ âm thanh

Câu 44. Điểm đặc biệt của Midjourney so với các công cụ tạo hình ảnh AI khác là gì?

- a) Tốc độ xử lý nhanh hơn so với các công cụ khác
- b) Khả năng tạo hình ảnh phức tạp và chi tiết
- c) Hỗ trợ đa dạng ngôn ngữ
- d) Giao diện thân thiện với người dùng

Câu 45. FPS trong hoạt động sáng tạo content video là viết tắt của cụm từ nào?

- a) Frames Per Second
- b) Final Production Software
- c) Film Production Studio
- d) Full Pixel Spectrum

Câu 46. Khi tăng giảm giá trị FPS trong video, ảnh hưởng chủ yếu đến yếu tố nào của nội dung?

- a) Kích thước tệp video
- b) Độ mượt và chuyển động của hình ảnh
- c) Chất lượng âm thanh và cảm xúc của người xem
- d) Hiệu ứng đặc biệt cho video

Câu 47. Góc quay toàn cảnh (wide shot) trong sáng tạo content bằng video thường được sử dụng để:

- a) Hiện thị toàn bộ không gian và bối cảnh
- b) Chú trọng vào chi tiết nhỏ của đối tượng
- c) Thể hiện kỹ thuật quay của người sáng tạo nội dung
- d) Tạo cảm giác gần gũi với người xem

Câu 48. Góc quay trung cảnh (medium shot) trong video thường được sử dụng để:

- a) Hiện thị toàn bộ không gian, bối cảnh môi trường để xây dựng video
- b) Tập trung vào đối tượng chính mà không mất quá nhiều không gian xung quanh
- c) Chứng minh kỹ thuật quay cận cảnh chuyên sâu
- d) Tạo ấn tượng về sự rộng lớn của cảnh quay

Câu 49. Góc quay cận cảnh (close-up shot) trong video thường được sử dụng để:

- a) Chứng tỏ kỹ thuật zoom xa trong quay video
- b) Tạo cảm giác toàn diện về không gian xung quanh
- c) Hiện thị chi tiết cụ thể của một đối tượng hoặc khu vực nhỏ

d) Tăng cường cảm xúc và gắn gũi với đối tượng xuất hiện trong video

Câu 50. Nguyên tắc nào sau đây không phải là một trong 6 nguyên tắc của content marketing?

- a) Chất lượng hơn số lượng
- b) Thích nghi và đổi mới
- c) Tương tác với độc giả
- d) Tăng cường sử dụng các hình thức quảng cáo

Câu 51. Để nội dung trong Content Marketing có giá trị lâu dài, bạn cần tuân theo nguyên tắc nào?

- a) Tập trung vào giá cả
- b) Sử dụng nhiều hình ảnh
- c) Tạo nội dung tập trung vào dài hạn
- d) Sử dụng nhiều từ khóa

Câu 52. Nguyên tắc nào trong content marketing khuyến khích việc cập nhật, tinh chỉnh nội dung theo thời gian?

- a) Nguyên tắc Sáng tạo
- b) Nguyên tắc Liên tục
- c) Nguyên tắc Thích nghi và đổi mới
- d) Nguyên tắc đảm bảo Chất lượng

Câu 53. Mục tiêu chính của việc xây dựng chân dung khách hàng trong content marketing là gì?

- a) Tăng lưu lượng truy cập cho website
- b) Hiểu sâu hơn về khách hàng
- c) Tạo nhiều bài viết và đa dạng chủ đề
- d) Tăng doanh số bán hàng ngay cho doanh nghiệp

Câu 54. Khi xây dựng chân dung khách hàng, điều gì quan trọng nhất cần tập trung?

- a) Số lượng thông tin của khách hàng
- b) Chất lượng thông tin
- c) Phân loại thông tin

d) Tần suất cập nhật thông tin

Câu 55. Quá trình xây dựng chân dung khách hàng cần tập trung vào việc nào sau đây?

- a) Thu thập thông tin khách hàng nhiều nhất có thể
- b) Xác định cụ thể đối tượng mục tiêu và tập trung thu thập thông tin cần thiết
- c) Tạo nhiều loại nội dung khác nhau trong một chiến dịch
- d) Tạo thông tin và kênh tiếp cận với khách hàng càng nhiều càng tốt

Câu 56. Đây là cách hiệu quả nhất để xây dựng chân dung khách hàng?

- a) Tạo nội dung về sản phẩm mà mọi người đều quan tâm
- b) Tương tác và giao tiếp trực tiếp với khách hàng
- c) Đưa ra nhiều quảng cáo và mức giá hấp dẫn
- d) Tạo nhiều hình thức mua hàng

Câu 57. Trong Content Marketing, Hành trình khách hàng là gì?

- a) Lộ trình khám phá bản thân khách hàng
- b) Chuỗi các giai đoạn mà khách hàng trải qua từ khi phát hiện sản phẩm/dịch vụ đến khi thực hiện mua hàng
- c) Tất cả các điểm tiếp xúc mà khách hàng gặp phải
- d) Là quá trình hoàn thành một giao dịch mua bán, trao đổi

Câu 58. Trong Content Marketing, Giai đoạn nào trong hành trình khách hàng thường được gọi là giai đoạn "phát hiện"?

- a) Awareness (Nhận thức)
- b) Consideration (Xem xét)
- c) Conversion (Chuyển đổi)
- d) Retention (Giữ chân)

Câu 59. Trong Hành trình khách hàng, giai đoạn "Consideration" (Xem xét) liên quan đến việc gì?

- a) Khách hàng chia sẻ thông tin với người khác
- b) Giai đoạn khách hàng nhận thức về sản phẩm/dịch vụ
- c) Khách hàng xem xét các sản phẩm/dịch vụ có sẵn và so sánh chúng với nhau

d) Khách hàng ủng hộ doanh nghiệp bằng cách thực hiện mua hàng

Câu 60. Trong Content Marketing, Tính cách thương hiệu (Brand Personality) được hiểu là gì?

- a) Lời hứa sản phẩm/dịch vụ đưa ra cho khách hàng
- b) Là những đặc điểm khác biệt về mặt cảm xúc của thương hiệu mà doanh nghiệp muốn khách hàng nhìn nhận
- c) Tổng quan về giá cả sản phẩm/dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp
- d) Những Sản phẩm/dịch vụ độc đáo của doanh nghiệp

Câu 61. Theo bạn, Đầu là mục tiêu chính khi doanh nghiệp định hình tính cách thương hiệu?

- a) Tạo ra sự chú ý từ công chúng
- b) Tạo dựng một hình ảnh độc đáo và nhận diện cho sản phẩm/dịch vụ
- c) Tăng doanh số bán hàng ngay lập tức
- d) Thu hút các nhà đầu tư

Câu 62. Lợi ích chính của việc xác định tính cách thương hiệu đúng đắn là gì?

- a) Tăng lợi nhuận ngắn hạn
- b) Tạo dựng một cộng đồng khách hàng trung thành cho doanh nghiệp
- c) Đưa ra những thông điệp cho quảng cáo
- d) Mở rộng quy mô bán hàng toàn cầu

Câu 63. Tại sao tính cách thương hiệu quan trọng đối với sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp?

- a) Tối ưu hóa chiến lược marketing cho doanh nghiệp
- b) Đảm bảo giá cả cạnh tranh của sản phẩm/ dịch vụ
- c) Mở rộng phạm vi sử dụng cho sản phẩm/dịch vụ
- d) Tạo ra sự phân biệt và tăng tính nhận diện cho sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp

Câu 64. Phễu Content Marketing (Content Marketing Funnel) là gì?

- a) Tất cả nội dung và loại hình quảng cáo của một doanh nghiệp

- b) Mô hình để mô tả quá trình tiếp cận, chuyển đổi và duy trì khách hàng thông qua nội dung
- c) Phương thức marketing chỉ dùng nội dung về hình ảnh
- d) Chiến lược marketing dựa vào mạng xã hội

Câu 65. Đây là giai đoạn cuối cùng trong phễu Content Marketing?

- a) Kết nối khách hàng (Engagement)
- b) Chuyển đổi (Conversion)
- c) Gia tăng doanh số bán hàng (Sales Increase)
- d) Phục vụ khách hàng (Service)

Câu 66. Mục tiêu chính của ý tưởng "Storytelling" (Kể chuyện) trong content marketing là gì?

- a) Tạo ra một câu chuyện gần gũi, thú vị liên quan đến thương hiệu hoặc sản phẩm/dịch vụ
- b) Đưa ra nội dung để kể chuyện về lịch sử của công ty
- c) Cung cấp dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp
- d) Chia sẻ thông tin khuyến mãi cho khách hàng bằng cách kể chuyện thu hút

Câu 67. Trong Content Marketing, Mục tiêu của ý tưởng "Infographic" là gì?

- a) Chia sẻ thông tin mới nhất về sản phẩm, dịch vụ
- b) Tạo ra các nội dung quảng cáo với hình ảnh đa dạng
- c) Tạo ra một hình ảnh minh họa đồ họa để trình bày thông tin phức tạp một cách trực quan
- d) Tạo ra các bài viết hướng dẫn sử dụng cho sản phẩm/dịch vụ

Câu 68. Mục tiêu của ý tưởng "Ebooks" trong content marketing là gì?

- a) Tạo ra các bài viết kiến thức sử dụng sản phẩm/dịch vụ
- b) Cung cấp thông tin chi tiết và chuyên sâu về một chủ đề cụ thể, thường theo dạng sách điện tử
- c) Chia sẻ thông tin về lịch sử hình thành và phát triển của công ty
- d) Xây dựng hình ảnh và chia sẻ thông tin về sự kiện của công ty trên mạng xã hội

Câu 69. Mục tiêu của ý tưởng "Interactive Content" (Nội dung tương tác) trong content marketing là gì?

- a) Tạo ra nội dung mà người tiêu dùng có thể tương tác trực tiếp, tham gia và tạo ra trải nghiệm cá nhân
- b) Tạo ra các bài viết về văn hóa, nghệ thuật trên mạng xã hội
- c) Tạo ra các bài viết hữu ích trên website của doanh nghiệp
- d) Quảng bá thông tin về sự kiện của doanh nghiệp

Câu 70. Trong Content Marketing, điều gì được coi là một phần không thể thiếu trong nội dung về sản phẩm/dịch vụ?

- a) Thông tin về tính năng và ưu điểm của sản phẩm/dịch vụ
- b) Câu chuyện về nguồn gốc của thương hiệu
- c) Hướng dẫn sử dụng chi tiết sản phẩm/dịch vụ
- d) Lên kế hoạch quảng cáo cho sản phẩm/dịch vụ

Câu 71. Trong Content Marketing, mục tiêu chính của nội dung về sản phẩm/dịch vụ là gì?

- b) Phát triển hình ảnh của thương hiệu
- c) Triển khai chiến dịch marketing về sản phẩm/dịch vụ
- d) Xây dựng cộng đồng người sử dụng sản phẩm/dịch vụ
- d) Tạo sự hấp dẫn và giá trị cho khách hàng thông qua những thông tin liên quan đến sản phẩm/dịch vụ

Câu 72. Lưu lượng traffic trong đánh giá hiệu quả content marketing là:

- a) Số lượng bài đăng trên website
- b) Số lượng người truy cập và tương tác trên trang web hoặc nền tảng content
- c) Tổng số từ khóa sử dụng trong bài viết
- d) Đánh giá độ tương tác của khách hàng trên mạng xã hội

Câu 73. Đo lường lưu lượng traffic giúp doanh nghiệp:

- a) Hiểu rõ hơn về nguồn gốc và hành vi của khách hàng trên trang của mình
- b) Xác định tỉ lệ chuyển đổi từ quảng cáo trực tuyến
- c) Đánh giá chất lượng nội dung chia sẻ trên mạng xã hội

d) Quản lý tốt hơn chiến dịch quảng cáo có trả tiền

Câu 74. Tỷ lệ bỏ trang (bounce rate) trong đánh giá hiệu quả content marketing là:

- a) Số lượt xem một trang web trong một khoảng thời gian cụ thể
- b) Tỷ lệ số người truy cập trang web và tương tác với nội dung
- c) Tỷ lệ người dùng lập tức rời khỏi trang web sau khi truy cập mà không tương tác với nội dung
- d) Số lượng bài viết của trang web được chia sẻ trên các nền tảng mạng xã hội

Câu 75. Tại sao tỷ lệ bỏ trang là một thước đo quan trọng trong content marketing?

- a) Đo lường chất lượng nội dung
- b) Đánh giá khả năng giữ chân người dùng của trang web
- c) Xác định số lượng từ khóa xuất hiện trong bài viết
- d) Đánh giá hiệu suất của chiến lược marketing cho trang web

Câu 76. Google Analytics là công cụ được sử dụng để đánh giá hiệu quả của chiến lược content marketing thông qua:

- a) Quản lý nội dung trên trang web
- b) Cài đặt các chỉ số SEO cho trang web
- c) Tạo và chỉnh sửa hình ảnh cho bài viết
- d) Thu thập và phân tích dữ liệu về lưu lượng trang web

Câu 77. Google Analytics cung cấp thông tin chi tiết về hiệu suất của content marketing thông qua:

- a) Quản lý lịch trình đăng bài viết
- b) Phân tích dữ liệu về lượt xem, thời gian ở lại và các hành vi trên trang web
- c) Tạo và chỉnh sửa hình ảnh cho bài viết
- d) Xác định số lượng từ khóa xuất hiện trong bài viết

Câu 78. Tính năng chính của Socialbakers bao gồm:

- a) Phân tích dữ liệu về tương tác, lượt xem và hiệu suất của nội dung trên mạng xã hội
- b) Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh cho chiến lược content marketing
- c) Tối ưu SEO cho trang web

d) Chỉnh sửa video cho chiến lược content marketing

Câu 79. Socialbakers có khả năng cung cấp thông tin chi tiết về:

- a) Xác định từ khóa chính để lên chiến lược content marketing
- c) Phân tích dữ liệu về lượt xem, thời gian ở lại và các hành vi trên trang web
- d) Số lượng người theo dõi trang web qua thời gian
- a) Thị trường và đối thủ cạnh tranh trên các nền tảng xã hội

Câu 80. Socialbakers có thể hỗ trợ marketer trong việc nào sau đây:

- a) Tạo và chỉnh sửa hình ảnh cho bài viết
- b) Theo dõi và phân tích đối thủ cạnh tranh trên các nền tảng xã hội
- c) Đo lường hiệu quả chiến lược content marketing trên các nền mạng xã hội
- d) Quản lý và lên lịch trình đăng bài viết.

Câu 81. Phát biểu nào sau đây là Đúng về công cụ Chartbeat (chọn nhiều):

- a) Chartbeat dùng để đánh giá và theo dõi hiệu quả của nội dung trên trang web
- b) Chartbeat dùng để quản lý lịch trình đăng bài viết
- c) Chartbeat dùng để tối chuẩn hóa SEO cho trang web
- d) Chartbeat có thể đo lường Mức độ tương tác và kết nối của người đọc với nội dung

Câu 82. Tính năng chính của Chartbeat bao gồm:

- a) Tạo và quản lý chiến lược content marketing trên các nền tảng
- b) Lên lịch bài đăng cho các trang web khác nhau
- c) Phân tích dữ liệu về tương tác và lượt xem của nội dung trên trang web
- d) Chỉnh sửa hình ảnh và video cho chiến lược content marketing

Câu 83. Phát biểu nào sau đây là ĐÚNG cho công cụ Social Mention (chọn nhiều):

- a) Social Mention là công cụ được sử dụng để theo dõi và đánh giá sự xuất hiện của nội dung trên các nền tảng mạng xã hội và web
- b) Social Mention có khả năng cung cấp thông tin chi tiết về tần suất xuất hiện, đánh giá tích cực và tiêu cực của thương hiệu trên các nền tảng mạng xã
- c) Phân tích dữ liệu về sự xuất hiện, tương tác và nguồn gốc của nội dung trên mạng

d) Đo lường hiệu suất của hoạt động content marketing thông qua số lần chia sẻ trên mạng xã hội

Câu 84. Social Mention có thể hỗ trợ marketer công việc nào sau đây:

- a) Xác định số lượng từ khóa xuất hiện trong bài viết
- b) Tối ưu hóa SEO cho trang web của doanh nghiệp
- c) Tạo và chỉnh sửa hình ảnh cho bài viết trong chiến lược content marketing
- d) Theo dõi, đánh giá tương tác của người dùng với nội dung trên mạng xã hội và trang web.

Câu 85. Phát biểu nào sau đây là SAI về công cụ SumALL (Chọn nhiều):

- a) SumALL là công cụ được sử dụng chủ yếu để tổng hợp và hiển thị dữ liệu về hiệu suất của chiến lược content marketing
- b) SumALL có khả năng cung cấp tình hình tài chính và hiệu suất của chiến lược content marketing
- c) SumALL thường dùng để chỉnh sửa video cho chiến lược content marketing
- d) SumALL là công cụ dùng để tối ưu hóa trang web cho SEO

Câu 86. Công cụ SumAll hỗ trợ Marketer trong việc nào sau đây:

- a) Tạo và chỉnh sửa hình ảnh cho bài viết trong chiến lược content marketing
- b) Xác định số lượng từ khóa xuất hiện trong bài viết
- c) Chỉnh sửa video cho chiến lược content marketing
- d) Tối ưu hóa chiến lược content marketing dựa trên dữ liệu toàn diện từ nhiều nguồn.

Câu 87. Điều chỉnh chiến lược Content Marketing, doanh nghiệp cần làm thực hiện hoạt động nào sau đây (chọn nhiều)?

- a) Đánh giá hiệu quả hiện tại của content marketing
- b) Cải thiện chiến lược phân phối nội dung bằng việc tạo ra content marketing mới
- c) Chọn lại bộ từ khóa cho chiến dịch content marketing
- d) Phân tích content marketing của đối thủ cạnh tranh

Câu 88. Khi điều chỉnh chiến lược content marketing, sự linh hoạt là quan trọng để:

- a) Thực hiện đúng với kế hoạch ban đầu của chiến dịch
- b) Đáp ứng nhanh chóng với thay đổi trong thị trường và người đọc

- c) Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm cho trang web của doanh nghiệp
- d) Tăng số lượng liên kết ngoại vi cho trang web

Câu 89. Việc phân tích content marketing của đối thủ cạnh tranh giúp marketer:

- a) Xác định được bộ từ khóa quan trọng
- b) Giảm tần suất đăng bài viết
- c) Chỉnh sửa video phù hợp với chiến dịch marketing
- d) Hiểu chiến lược và hiệu suất của đối thủ trong lĩnh vực content marketing

Câu 90. Khi xác định xu hướng và chiến lược content marketing của đối thủ, marketer cần:

- a) Tăng số lượng bài viết trên mạng xã hội
- b) Thực hiện nghiên cứu đối thủ đầy đủ để hiểu rõ chiến lược của họ
- c) Thực hiện nhiều video có nội dung tương tự với đối thủ cạnh tranh
- d) Tối ưu hóa trang web cho SEO

Câu 91. Khi xây dựng kế hoạch thời gian cho thử nghiệm content marketing mới, điều quan trọng nhất là:

- a) Xác định rõ ràng mục tiêu và thời gian thử nghiệm
- b) Tăng tần suất đăng bài viết
- c) Giảm chi phí quảng cáo trả tiền
- d) Tăng số lượng bài viết trên mạng xã hội