

Chương 4: e-Marketing

1. **e-Marketing là gì?**
 - A. *Quá trình sử dụng các nền tảng kỹ thuật số để quảng bá và bán sản phẩm, dịch vụ*
 - B. Marketing chỉ sử dụng qua email
 - C. Quảng cáo qua truyền hình và radio
 - D. Quảng bá sản phẩm thông qua quảng cáo ngoài trời
2. **Mục tiêu chính của e-Marketing là gì?**
 - A. Tăng chi phí quảng cáo
 - B. *Tăng khả năng tiếp cận khách hàng và thúc đẩy doanh thu qua kênh trực tuyến*
 - C. Giảm số lượng khách hàng
 - D. Hạn chế sử dụng mạng xã hội
3. **Kênh nào dưới đây là phương tiện chính trong e-Marketing?**
 - A. *Mạng xã hội, email, công cụ tìm kiếm*
 - B. Bảng quảng cáo ngoài trời
 - C. Chỉ sử dụng các sự kiện trực tiếp
 - D. Quảng cáo trên tạp chí giấy
4. **SEO trong e-Marketing là gì?**
 - A. Quảng cáo trên mạng xã hội
 - B. *Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm để cải thiện thứ hạng website trên các công cụ tìm kiếm*
 - C. Quản lý tài chính trong marketing
 - D. Quảng cáo qua email
5. **PPC (Pay-per-click) là gì trong e-Marketing?**
 - A. *Mô hình quảng cáo trả tiền mỗi lần nhấp chuột vào quảng cáo*
 - B. Mô hình bán hàng qua mạng xã hội
 - C. Marketing qua email
 - D. Quảng cáo trực tuyến qua banner
6. **Công cụ nào là phổ biến để thực hiện e-Marketing qua email?**
 - A. *MailChimp*
 - B. Google Ads
 - C. Facebook Ads
 - D. Instagram
7. **Một chiến lược hiệu quả trong e-Marketing là gì?**
 - A. *Tạo nội dung hấp dẫn và dễ dàng chia sẻ trên các nền tảng trực tuyến*
 - B. Giảm giá sản phẩm mà không cần quảng cáo
 - C. Chỉ sử dụng các kênh truyền thống
 - D. Hạn chế việc tương tác với khách hàng

8. Tầm quan trọng của "Content Marketing" trong e-Marketing là gì?
- A. *Cung cấp thông tin giá trị cho khách hàng và xây dựng mối quan hệ lâu dài*
 - B. Tăng chi phí quảng cáo
 - C. Chỉ tập trung vào bán hàng
 - D. Giảm sự cạnh tranh trong ngành
9. Social Media Marketing là gì trong e-Marketing?
- A. *Quảng bá sản phẩm qua các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, Twitter*
 - B. Quảng cáo qua email
 - C. Tạo video quảng cáo trên YouTube
 - D. Quảng cáo trên truyền hình
10. Một trong những lợi ích lớn nhất của e-Marketing là gì?
- A. *Khả năng tiếp cận khách hàng trên toàn cầu với chi phí thấp*
 - B. Giảm độ nhận diện thương hiệu
 - C. Hạn chế sự tương tác với khách hàng
 - D. Tăng chi phí quảng cáo truyền thống
11. Quảng cáo "retargeting" trong e-Marketing có mục tiêu gì?
- A. *Tái tiếp cận khách hàng đã từng tương tác với doanh nghiệp để khuyến khích họ quay lại*
 - B. Quảng cáo cho khách hàng mới
 - C. Tăng lượt tương tác trên mạng xã hội
 - D. Hướng đến đối tượng chưa bao giờ biết đến sản phẩm
12. "Inbound Marketing" trong e-Marketing là gì?
- A. *Chiến lược marketing thu hút khách hàng thông qua nội dung và thông tin hữu ích*
 - B. Quảng cáo truyền thống
 - C. Tiếp thị qua điện thoại
 - D. Sử dụng phiếu giảm giá
13. Sử dụng "Analytics" trong e-Marketing có tác dụng gì?
- A. *Theo dõi và đo lường hiệu quả của các chiến dịch marketing trực tuyến*
 - B. Giảm chi phí quảng cáo
 - C. Chỉ cần sử dụng một kênh duy nhất
 - D. Quản lý tài chính của doanh nghiệp
14. "Landing Page" trong e-Marketing là gì?
- A. *Trang web được tối ưu hóa để chuyển đổi khách truy cập thành khách hàng hoặc thu thập thông tin*
 - B. Trang web chứa tất cả thông tin sản phẩm
 - C. Website bán hàng trực tuyến
 - D. Trang thông báo về khuyến mãi

15. Một trong những yếu tố quan trọng trong chiến lược e-Marketing là gì?
- A. *Tạo mối quan hệ lâu dài với khách hàng thông qua các nền tảng trực tuyến*
 - B. Chỉ tập trung vào việc bán hàng trực tuyến
 - C. Giảm chi phí quảng cáo
 - D. Hạn chế sử dụng các công cụ phân tích
16. Influencer Marketing trong e-Marketing là gì?
- A. *Sử dụng những người có ảnh hưởng trên mạng xã hội để quảng bá sản phẩm*
 - B. Quảng cáo qua email
 - C. Quảng bá sản phẩm qua quảng cáo truyền hình
 - D. Chỉ sử dụng các chiến lược giảm giá
17. "Affiliate Marketing" trong e-Marketing là gì?
- A. Quảng cáo sản phẩm trực tiếp qua truyền hình
 - B. *Tiếp thị liên kết, nơi doanh nghiệp trả hoa hồng cho đối tác giới thiệu khách hàng*
 - C. Quảng cáo qua radio
 - D. Tạo video hướng dẫn về sản phẩm
18. Các chỉ số quan trọng cần theo dõi trong e-Marketing là gì?
- A. *Tỷ lệ chuyển đổi, lượt nhấp chuột, thời gian ở lại trên website*
 - B. Số lượng nhân viên
 - C. Số lượng sản phẩm trong kho
 - D. Chi phí vận chuyển
19. Mục tiêu của việc sử dụng "Email Marketing" trong e-Marketing là gì?
- A. Tăng lượng người theo dõi trên mạng xã hội
 - B. *Giới thiệu sản phẩm, khuyến mãi và xây dựng mối quan hệ với khách hàng qua email*
 - C. Chỉ gửi thông báo về khuyến mãi
 - D. Giảm chi phí sản phẩm
20. Khả năng sử dụng các nền tảng quảng cáo trực tuyến trong e-Marketing giúp gì cho doanh nghiệp?
- A. *Tăng khả năng tiếp cận khách hàng mục tiêu và tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo*
 - B. Giảm lợi nhuận
 - C. Giới hạn số lượng khách hàng tiềm năng
 - D. Tạo sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp