



نمونه سوالات

# آزمون مدیریت شبکه‌های اجتماعی

Social media management test

Sample Questions

سطح آزمون: متوسط

# آزمون مدیریت شبکه‌های اجتماعی

## Social Media Management Test

---

این آزمون مهارت شما در شیوه‌های مدیریت رسانه‌های اجتماعی و همچنین توانایی در استفاده از دانش خود جهت بهبود اثربخشی شبکه‌های اجتماعی ارزیابی می‌کند.

---

لطفا پیش از شروع آزمون به نکات زیر با دقت، توجه کنید:

- این آزمون از 16 سوال تخصصی تشکیل شده است و نمره منفی ندارد.
- زمان آزمون 15 دقیقه می‌باشد و قابل تمدید نیست.
- این آزمون به زبان فارسی طراحی شده است.
- در بعضی از سوالات شاید همه گزینه‌ها صحیح باشند ولی شما باید گزینه‌ای که از بقیه موارد، جامع‌تر و دقیق‌تر می‌باشد را انتخاب کنید.



1. فرض کنید یک مشتری عصبانی که اخیراً تجربه ناخوشایندی از سایت شما داشته ، تصمیم گرفته در یکی از پست های لینکدین شرکت شما فیدبک بد خود را کامنت کند. علاوه بر این ، او یک پست در مورد تجربه خود در صفحه شخصی لینکدین قرار داده و شرکت شما را نیز Mention کرده است. با این وضعیت، چگونه برخورد می کنید؟

- کامنت و پست او را نادیده بگیرید. کامنت های پست شرکت را پنهان کنید.
- در دفاع از شرکت، کامنت او را ریپلای می کنید و کامنت های اضافی را پنهان می کنید.
- زیر پست او ، کامنت می گذارید ؛ با پیام های مشابه به کامنت های اضافی پاسخ می دهید.
- زیر پست مشتری، با نمونه پاسخ از قبل آماده شده کامنت می گذارید. سایر کامنت ها را نادیده می گیرید.

2. به نظر شما، استراتژی شبکه های اجتماعی باید شامل چه نوع محتوایی باشد؟

- از محتوایی استفاده شود که تولید آن مقرون به صرفه تر باشد.
- فقط عکس ها و فیلم هایی را که مخاطبان شما دوست دارند ، پست شود.
- بررسی شود که مخاطبان هدف ، چگونه، چه زمانی و چه نوع محتوایی را دوست دارند.
- از محتوایی استفاده شود که به صورت آنلاین در صنعت Trend شده اند.

3. از بین گزینه های زیر ، کدام محتوا باعث تعامل بیشتر کاربران می شود؟

- بروشور محصول جدید.
- یک کپی رایتینگ از یک بروشور یا سایت.
- یک پست خنده دار و مرتبط در مورد یک رویداد خبری لحظه ای.
- عکسی از هیئت مدیره شرکت در یک مهمانی.

4. کدام اقدامات انجام شده توسط کاربران ، قابل نظارت (مانیتور) است؟

- اقداماتی که داخل شبکه های اجتماعی و همچنین در وب سایت شخصی- انجام می شوند.
- اقداماتی که داخل شبکه های اجتماعی و در همه سایت های عمومی انجام می شوند.
- فقط اقداماتی که کاربر در داخل شبکه های اجتماعی انجام می دهد.
- اقدامات انجام شده در شبکه های اجتماعی، مشروط بر اینکه متعلق به یک شرکت باشند (مانند فیس بوک و اینستاگرام)

