

1. В чём заключается ключевой принцип модели кривой вовлечённости Конера-Паттинсона?
2. Сколько основных стадий цикла социальной идентичности выделяет модель кривой вовлечённости?
3. Какая характеристика наиболее точно описывает стадию «Идентификация» в кривой вовлечённости?
4. Какое действие участника характерно для стадии «Активное участие»?
5. Какая характеристика наиболее точно описывает стадию «Валидация»?
6. Какой процент аудитории сообщества, согласно типологии ролей, обычно составляют «Пассивные участники» (Spectators)?
7. Какая роль в сообществе характеризуется системным участием, неформальным наставничеством и функцией «проводника» для новичков?
8. Какой из перечисленных признаков НЕ характерен для стадии «Идентификация»?
9. Какая механика комьюнити-менеджера наиболее эффективна на стадии «Идентификация»?
10. Что такое «малые действия» (small wins) в контексте кривой вовлечённости?
11. Какой из перечисленных признаков НЕ является характеристикой «сломанной» траектории вовлечённости?
12. Какая механика наиболее эффективна для поддержки участников на стадии «Валидация»?
13. Какой процент аудитории сообщества обычно составляют «Лидеры» (Leaders), согласно типологии ролей?
14. Что является главной ошибкой при работе с участником на стадии «Идентификация»?
15. Какой принцип кривой вовлечённости кратко выражается народной поговоркой?
16. Какая характеристика наиболее точно описывает роль «Participants» (Активные участники)?
17. Какой из перечисленных инструментов НЕ относится к механикам поддержки на стадии «Активное участие»?
18. Что означает принцип «кривая вовлечённости — это спираль, а не линейный конвейер»?
19. Какая ситуация иллюстрирует корректное применение принципа «малых действий»?
20. Какой из перечисленных признаков НЕ относится к характеристике «Продвинутых участников» (Contributors)?



21. Какая механика наиболее эффективна для возвращения лидера, который «устал» и хочет перейти в пассив?
22. Какой процент аудитории сообщества обычно составляют «Активные участники» (Participants)?
23. Что является ключевой задачей комьюнити-менеджера при работе с кривой вовлечённости?
24. Какой из перечисленных примеров иллюстрирует корректную поддержку участника на стадии «Идентификация»?
25. Какая формула наиболее точно отражает суть успешного вовлечения в сообщество ?
26. В чём заключается ключевой принцип эффективного вовлечения участников в сообщество?
27. Чем принципиально отличается сообщество от обычного чата или канала коммуникации?
28. Что означает распространённая ошибка «впихнуть контент» в работе с сообществом?
29. Какой процент контента в успешном сообществе, согласно принципу распределения источников, должны создавать сами участники?
30. Какой из перечисленных форматов НЕ входит в топ-5 форматов вовлекающего контента?
31. Что из перечисленного является одним из «трёх китов» вовлекающего контента?
32. Почему мемы работают на повышение вовлечённости в сообществе?
33. Какой принцип НЕ относится к правилам создания мемов в сообществе?
34. От каких двух факторов зависит оптимальный ритм публикации контента в сообществе?
35. Какой первый шаг в создании архитектуры контент-плана для сообщества?
36. Что из перечисленного НЕ является источником контента для сообщества согласно правилу 70/20/10?
37. Как правильно мотивировать участников сообщества создавать контент самостоятельно?
38. Какое правило НЕ относится к созданию эффективной инфографики для сообщества?
39. Для чего в первую очередь нужны хештеги в сообществе?
40. Какая функция мессенджера позволяет создать «валюту внимания» в сообществе?
41. Какое главное правило конкурсных механик в сообществе?
42. Какой тип мотивации в конкурсах работает лучше всего для признания экспертизы участника



Магазин готовых ответов на тесты, практики, купить в магазине! ➔ **ОТВЕТЫ**

Нужна помощь с тестами, практикой, дипломной вкр? ➔ **КОНСУЛЬТАЦИЯ**

43. Почему в малых группах (до 14 человек) конкуренция может быть опасна для сообщества?
44. Какой элемент НЕ входит в базовые элементы геймификации сообщества?
45. Как правильно внедрять роли в сообществе для повышения мотивации участников?
46. Какой вопрос НЕ входит в базовый чек-лист перед запуском новой механики в сообществе?
47. Почему не рекомендуется привязывать сообщество к имени одного организатора или лидера?
48. Как определяется ключевая метрика успеха сообщества?
49. Какая метрика лучше всего подходит для сообщества с целью «Помощь в учёбе»?
50. Какую формулу вовлечения предлагает материал по механикам работы с сообществом?

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com