

1. Что является основой бренд-стратегии?
2. Компания запускает мобильное приложение для изучения языков. Исследование показало, что пользователи покупают подписку не ради изучения языка как такового, а чтобы чувствовать уверенность в путешествиях. Что было выявлено?
3. Что входит в бренд-платформу?
4. Какой вопрос помогает глубже понять потребителя при поиске инсайта?
5. Что такое позиционирование бренда?
6. Онлайн-банк делает акцент на том, что все операции можно выполнить через мобильное приложение. Какую потребность он использует?
7. Что относится к точкам паритета (POP)?
8. Компания позиционирует цифровой сервис как единственную платформу с ИИ-рекомендациями. Что демонстрируется в коммуникации?
9. Какой элемент бренд-платформы отвечает на вопрос «Кто наш потребитель?»?
10. EdTech-платформа публикует истории успеха выпускников. Какую задачу решает такой контент?
11. Что такое инсайт?
12. Пользователи маркетплейса выбирают сервис не из-за ассортимента, а потому что он позволяет быстро решить бытовые задачи. Что это отражает?
13. Какая последовательность разработки бренд-стратегии является правильной?
14. Компания первой вывела на рынок новую цифровую платформу. Какую задачу необходимо решить для удержания лидерства?
15. Что такое бренд-платформа?
16. Сервис подписки продвигает идею: «Мы освобождаем вас от рутины». На каком уровне лестницы преимуществ находится сообщение?
17. Что относится к эмоциональным преимуществам бренда?

18. Компания заявляет: «Наш сервис помогает предпринимателям сосредоточиться на развитии бизнеса». Что подчеркивается?
19. Что является целью коммуникационной стратегии?
20. IT-компания публикует статьи разработчиков и технические кейсы. Какой инструмент используется?
21. Что характеризует бренд-челленджер?
22. Онлайн-кинотеатр строит коммуникацию исключительно на низкой цене, хотя позиционируется как премиальный сервис. Какая ошибка допущена?
23. Что такое HR-бренд?
24. Компания активно рекламирует комфортные условия работы, но сотрудники массово оставляют негативные отзывы. Какой вывод наиболее корректен?
25. Какой элемент бренд-платформы отвечает на вопрос «Каким был бы бренд, если бы стал человеком?»?
26. Что является основной задачей Brand Positioning Statement (BPS)?
27. Новый сервис поиска работы заявляет: «Мы помогаем найти работу, которая соответствует вашим ценностям, а не просто навыкам». Какой уровень коммуникации используется?
28. Что из перечисленного относится к внешнему HR-бренду?
29. IT-компания публикует материалы о том, как сотрудники решают сложные инженерные задачи. Какую цель преследует такой контент?
30. Что является результатом правильно сформулированного инсайта?
31. Компания заявляет: «Наше приложение позволяет заказать такси за два клика». Что из перечисленного является атрибутом продукта?
32. Пользователи выбирают сервис хранения файлов, потому что уверены в сохранности своих данных. Какое преимущество лежит в основе выбора?
33. Что такое бренд-челленджер?
34. Онлайн-кинотеатр запускает рекламу с акцентом на уникальные авторские фильмы, которых нет у конкурентов. Что подчеркивается?

35. Какая характеристика наиболее важна для описания ядра целевой аудитории?
36. Компания описывает свою аудиторию как «все пользователи интернета от 18 до 65 лет». В чем ошибка?
37. Что относится к точкам отличия бренда (POD)?
38. Новый маркетплейс продвигает себя как самый удобный сервис для малого бизнеса. Какой тип позиционирования наиболее вероятен?
39. Что является целью коммуникационной стратегии?
40. Компания публикует серию видеороликов о сотрудниках и их карьерном росте внутри организации. Какой инструмент используется?
41. Какой элемент бренд-платформы отражает главную идею существования бренда?
42. Сервис подписки заявляет: «Мы помогаем вам освободить время для того, что действительно важно». На каком уровне лестницы преимуществ находится это сообщение?
43. Какой подход к развитию HR-бренда является наиболее эффективным?
44. Компания активно продвигает корпоративную культуру в соцсетях, но сотрудники массово увольняются. Что это может означать?
45. Что необходимо определить перед разработкой коммуникационного сообщения?
46. Цифровой сервис первым вышел на рынок новой категории. Какое действие поможет закрепить лидерство?
47. Компания продвигает мобильное приложение через экспертный блог, подкаст и образовательные материалы. Какой инструмент используется?
48. Что из перечисленного лучше всего характеризует премиальный бренд?
49. Какой принцип лежит в основе разработки бренд-платформы?
50. Какой вывод наиболее точно отражает логику цифрового брендинга?