## 【自学自测】

一、单选题

1.社群的分类包括（ ）。B

①产品型社群；②兴趣类社群；③品牌型社群；④公司型社群；⑤知识型社群；⑥工具型社群。

A.②③④⑤⑥

B.①②③⑤⑥

C.①②③④⑤⑥

D.③④⑤⑥

2. 因为大家有共同的一种爱好、一种手艺、一种兴趣所建立的社群，是（ ）链接的社群。B

A. 产品链接

B. 兴趣链接

C. 品牌链接

D. 情感链接

3. 通过专业人士生产内容，供用户浏览的社群输出模式是（ ）。A

A. PGC

B. UGC

C. OGC

D. 以上都是

4.下列针对社群营销的商业模式说法不正确的是（ ）。D

A.社群广告变现就是把社群当做广告投放渠道，完成销售目标

B.社群电商实质上就是将商家已有的产品通过社群作为渠道卖给群成员

C.通过收取会员费的方式变现，可以说是最为简单直接的变现方式，入群收费越高，群成员越精准

D. 收取会员费是社群最简单也最最主要的盈利方式

5. 品牌社群是消费者以品牌为联系纽带，围绕（ ）自发形成的组织。A

A.产品

B.品牌

C.消费者

D.服务

6. 社群营销的价值包括（ ）。B

①感受品牌温度；②刺激产品销售；③维护顾客黏性；④进行企业文化输出。

A.②③④

B.①②③

C.①②④

D.③④

二、多选题

1 .社群营销的优势包括（ ）。ABCD

A.传播速度快

B.社群的针对性极强

C.沟通畅快，减少投诉不愉快等不良状况

D.成本低

2．社群运营的“四感”包括（ ）。ABCD

A．仪式感

B. 参与感

C. 组织感

D. 归属感

3. 下面属于标签链接的是（ ）。ABC

A. 某学校学生

B. 教师群体

C. 属相是狗的人

D. 买过同一样产品

**三、判断题**

1.社群是一种社会形态，强调人与人在物理空间里的联系。（ ）错

2. 在社群电商中，“好的内容”就是流量入口，社群则可用作流量沉淀，电商则最终完成流量变现。（ ）对

3.社群必须要有稳定的输出，有输出才能传递社群价值观给更多的人。（ ）对

4. 品牌社群是消费者以品牌为联系纽带，围绕品牌自发形成的组织。（ ）对

**四、简答题**

1.社群的可以分成哪几类？

产品型社群、兴趣型社群、品牌型社群、知识型社群、工具型社群（具体描述略）

1. 社群营销对于企业有什么意义？

（1）让用户感受品牌温度

品牌的树立是一个长期的过程，塑造的形象必须被周围大众广泛接受并长期认同，而社群便于公司产品直接展示自身鲜明的个性和情感特征，让群成员感受品牌的温度。品牌的生命周期是产品在市场端的客观发展的写照，当品牌处在不同生命周期时，可以通过社群运营目标的调整，满足品牌在不同阶段的需求，并减少此阶段中的各类障碍与矛盾。

（2）刺激产品销售

不论是基于共同兴趣的学习型社群，还是基于个人目的的运动塑身群，通过共同的价值观及社群营销活动的感染，会激发人们的购买冲动。

（3）维护顾客黏性

社群要圈住客户，让其更深度地参与到企业产品的反馈升级以及品牌推广中来，就要把客户当成员工、家人，使其爱上企业，主动为品牌助力。