主播按身份分类可分为（ABCD）

A.平台主播

 B.名人+主播联播

 C.特色主播

 D.商家自播

在以下情境中，哪些技术的应用可以显著提升直播电商的用户互动体验？（ABC）

A.实时问答互动功能

 B.高清视频流技术

 C.虚拟现实(VR)体验

 D.自动回复机器人

进行粉丝定位的内容包括（ABCD）。

A.提取产品卖点

 B.分析用户痛点

 C.目标人群画像

 D.细分产品卖点

以下关于预告视频的说法正确的是？（ABD）

A.预告视频的比例必须为16:9，小于2M

 B.有创意且画面赏心悦目的视频容易被选中进入淘宝首页展示，同时更容易受到粉丝的喜爱

 C.预告视频画面拍了深黑色背景

 D.预告视频可以不需要每天更换

提高直播在线人数，可采取的优化措施包括（ABCD）

A.直播期间可以引导买家在直播期间点赞互动

 B.直播播出前加大宣传力度

 C.巧妙设计直播时段，避开直播大腕的巅峰时间

 D.引导粉丝去商店收藏购买宝贝

直播间送福利前，可以利用哪些方式增强其效果？ACD

 A.引导转发和点赞

 B.主播在整个直播过程中通篇介绍直播福利

 C.引导关注

 D.福利预告，定时发福利

淘宝直播数据分析第三方平台包括哪些？（BD）

A.飞瓜数据

 B.知瓜数据

 C.新抖数据

 D.灰豚数据

直播带货的主流品类主要特点有（ABD）

A.复购率高

 B.毛利率高

 C.客单价高

 D.客单价低

在直播电商中，（ABCD）指标是衡量直播效果的关键。

A.直播的观看次数

 B.直播的观众留存率

 C.直播的点赞和分享数

 D.直播的评论数量

直播选品的方法有（ABC）

A.选择直播电商热销的产品

 B.根据粉丝属性选择商品

 C.根据达人内容垂直度选择商品

 D.根据平台推荐选择商品

主播在直播过程中主要工作任务有（ABC）

A.增加直播间收入

 B.增加总粉丝数量

 C.增加直播间人流量

 D.增加粉丝团数量

直播电商中，最适合通过直播形式进行销售的商品类型是（AB）

A.时尚服饰

 B.美妆产品

 C.家用电器

 D.重工业设备

发布预热短视频时，有（ABCD）形式，这样可以提升直播预热视频的吸引力，来吸引更多的观众进入直播间。

A.纯直播预告

 B.给优惠

 C.视频植入预告

 D.拍直播片段视频

下列哪个昵称更有利于加强主播人设标签？（BD）

A.我是陈先生

 B.商标先生

 C.四川陈先生

 D.最懂珠宝的陈先生

直播电商的产业链是由（ABCDe）构成。

A.品牌商

 B.MCN机构

 C.主播

 D.消费者

 E.直播电商平台

关于直播数据分析工程师岗位描述正确的是（ABCD）

 A.负责直播产品的数据分析工作

 B.制定产品功能的数据采集方案，并协助搭建产品的数据指标体系

 C.监测业务的日常数据，关注数据波动并能够及时分析和解读数据异动

 D.针对产品和运营相关的业务问题，能够进行量化分析和数据建模，并提出优化策略

关于镜头感的培养，表述正确的是？（AD）

 A.主播身体与手机保持一臂远是较为合适的距离

 B.主播可以找到自己最舒服的姿势

 C.主播的脸占画面的一半为佳

 D.手机向下倾斜30-45度的镜头感较好

对直播数据分析工程师任职要求描述正确的是（ABCD）

 A.敏锐的数据洞察力、严谨的逻辑思维能力和系统的分析总结能力

 B.执行力强，思维严谨，具备良好的逻辑思考能力

 C.熟悉用户体系、了解用户需求，能够针对需求进行拆分和利用

 D.具备良好的服务意识及团队精神，能适应晚班工作

下列直播内容中属于“击中粉丝痛点”的是？（BCD）

A.婴儿用品，快来抢购！

 B.防脱发的有机洗发水

 C.纯棉衬衫3折起！

 D.这款内衣减脂塑形，轻松瘦身！

直播间流量可以划分为哪几类（ABC）

 A.自然流量

 B.付费流量

 C.免费流量

 D.推荐流量

关于直播间灯光的摆设，下列灯光能够反映主播轮廓的是（ABD）

A.轮廓光

 B.辅助光

 C.主光

 D.顶光

直播运营数据诊断主要从以下几个方面进行（ABC）

A.流量诊断

 B.互动诊断

 C.转化诊断

 D.需求诊断

关于如何获取更多流量，可参考以下哪几项建议（ABC）

 A.优化直播标题和封面

 B.引导粉丝评论、点赞、转发、关注

 C.付费流量投放、发布短视频引流

 D.强化主播话术，提高主播亲切感

下列哪些是练习主播表情的方法？（ABC）

A.平时多对着摄像头自拍

 B.多思考让人愉悦的事

 C.调整心态，树立自信心

 D.通过咬筷子训练职业微笑

主播在开启直播时，会产生哪些数据？（ABCD）

A.直播间运营数据

 B.主播粉丝的消费数据

 C.粉丝的互动数据

 D.直播平台数据

直播间引流款商品的特点包括（ABCD）

A.客单价比较低

 B.用户购买决策路径较短

 C.商品刚上架时点击率较高

 D.商品新上架销售的转化率较高

以下对不同平台的热门带货品类表述正确的是（ABC）

A.各平台美妆服装类为主

 B.淘宝直播涉及的带货品类较为完善

 C.抖音和快手直播带货集中于性价比、实用型商品

 D.快手没有服饰类

以下哪些淘宝直播互动方式有利于增强直播间人气？（ABCD）

 A.今天咱们的福利只有一百份，大家拼手速的时候到了

 B.粉丝榜前十名送一只迪奥润唇膏

 C.前五名成为钻粉的观众送20元优惠券

 D.在直播间使用吸睛道具

根据运营需要产品定位分为（ABCD）

 A.引流款

 B.福利款

 C.利润款

 D.品牌款

下列属于商品介绍需要讲明的内容（ABCD）

下列属于主播粉丝定位步骤的是？（ABC）

 A.提取产品优势和卖点

 B.解决粉丝痛点

 C.定位粉丝用户属性

 D.提升主播仪表礼仪

粉丝为主播带来的价值包括（ACD）？

A.获取直播相关权限

 B.提高产品价格

 C.提升商业价值

 D.带来直播间人气

请在下列选项中，选出主播常用的引导直播间互动的话术选项。ABCD

专业主播和业余主播的区别包括（CD）

A.业余主播需要更长的直播时间

 B.专业主播新增粉丝数更多

 C.业余主播需要更细的直播脚本

 D.专业主播在线人数更稳定

《网络直播营销行为规范》中对下列哪些内容进行了明确要求？（ABC）

 A.主播的账户名称

 B.直播间封面图

 C.直播场所

 D.主播的性别、学历

网络直播购物的粉丝具有什么特点（ABCD）

按照观众对主播是否产生需求，分为（AB）

 A.精准粉丝

 B.模糊粉丝

 C.黑粉

 D.忠粉

（ABC）能够有效提升直播的观看率和分享率？

A.利用热点事件

 B.邀请名人参与

 C.设置悬念和惊喜

 D.单一的产品介绍

主播在设计抽奖环节时，下列做法正确的有（BCD）

A.在某个时间点集中抽完奖品

 B.通过点赞数把握抽奖节奏

 C.奖品为直播间推荐过的商品

 D.采用签到抽奖、问答抽奖等形式

淘宝直播频道中，（BC）的账号由于排位更靠前，被用户发现的几率更大？

A.人设清晰

 B.权重高

 C.有浮现权

 D.账号名有辨识度

关于退货的影响包括（ABCD）。

（BCD）属于直播带货品类中专业需求较强的品类？

A.珠宝

 B.美妆

 C.汽车

 D.3C

直播选品时，（ABC）会影响消费者的购买决策。

A.产品的使用效果展示

 B.产品的成分安全性

 C.产品的历史销量

 D.产品的生产日期

根据直播形式可以将直播分为（ABCD）

关于主播化妆的技巧，错误的是？（BD）

A.化妆前需要进行清洁和补水

 B.粉底要尽量厚一些

 C.选择颜色较浓郁的口红色号

 D.为了在镜头前妆容更好，应尽量选择美白效果更明显的粉底

直播脚本需要综合统筹规划（ABCD）

主播可以通过（ABCD）深度挖掘粉丝的个性需求。

短视频引流推广时在视频中告知观众和粉丝（AD）和（），引导用户进入直播间。

A.开播时间

 B.地点

 C.流程

 D.内容

优秀的主播人设需要具备下列哪些素养？（ABC）

A.过硬的产品知识

 B.独特的个人标签

 C.满足消费者的需求

 D.能够重新为自己塑造性格特征

直播选品的原则（ABCD）

主播在向粉丝以抽奖形式发福利时，应把握好（ABC）原则。

A.公平

 B.公正

 C.公开

 D.公布

关于抖音直播间引流推广和Dou+推广的描述正确的是（AB）

 A.DOU+属于内容热推产品，流量转化受作品质量的影响

 B.直播间引流推广是综合考虑广告出价、视频创意、直播间的转化效果来决定投放效果

 C.DOU+主要优化的是直播间观看、直播间加粉、直播间购物车点击等指标

 D.直播间引流推广的转化目标有直播间互动、加粉、点赞等指标

属于专业性主播的有？（ACD）

 A.美妆大神-贝儿

 B.带货男神-撒贝宁

 C.格力王者-董明珠

 D.美食女神-六六

直播电商从业人员应该具有（BCD），能够有效促进直播电商行业的稳定、快速发展。

A.较好的颜值

 B.良好的职业道德

 C.专业的知识素养

 D.良好的岗位技能

抖音智能分发机制通常有以下表现（ABCD）

在广度上，主播凭借（BD）提高其在消费者中的影响力，帮助品牌商扩大客群覆盖范围。

 A.良好的颜值

 B.专业的知识

 C.品牌的知名度

 D.强大的导购能力

针对“新用户互动量低”的优化建议包括（ABCD）

直播过程中粉丝经常听不清主播在说什么，导致这种现象的原因可能是（ABC）

A.声调失准

 B.受主播方言影响

 C.舌头发软、声音过轻

 D.说话语速比平常稍快

直播电商营销岗的细化岗位有（ABCD）

小明看别的直播间活动促销做的非常好，也想尝试做营销活动，以下哪些营销小技巧是比较优选的？ABD

A.找理由给优惠，如排位赛、节日促销，每五个关注就抽奖等

 B.适当挑一些孤品做拍卖、预售的活动

 C.直播间的优惠折扣普惠大众，每个人都一样

 D.参加资源位活动的时候，不停送礼物吸粉

主播在直播时应遵循以下哪些原则？（ABD）

A.真实原则，发布的内容与客观事实相符，不夸大、不诱导

 B.传递正确价值导向原则，发布的内容应符合国家倡导的价值取向，严格与国家政策倡导的思想保持一致

 C.及时原则，为保证及时响应，先随便找些产品相关信息让客户了解，在客户交易前再保证信息的真实性

 D.合法性，发布的内容应符合国家的各项法律、行政法规、部门规章及政策性文件的规定

直播互动技巧对以下哪些指标产生影响？（AB）

A.直播间人气

 B.直播间转化率

 C.直播间人数

 D.直播时长

电子商务运营的作用包括哪些？（ABCD）

在下列选项中，影响主播个人形象的有（ABCD）

抖音淘客在选品时要注意以下哪几点？（BCD）

 A.客单价要高

 B.查看“人气好物榜”作为参考

 C.加入验货群

 D.利用选单网、大淘客

常用的数据分析方法包括（ABC）

A.对比分析法

 B.曲线分析法

 C.特殊事件法

 D.预测分析法

在直播电商团队中，哪些岗位不负责直播内容的创意与执行？（BC）

A.直播导演

 B.视频剪辑师

 C.直播运营

 D.市场分析师

淘宝直播主要有以下哪几种形式？（AC）

A.达人直播

 B.明星直播

 C.店铺直播

 D.工厂直播

直播妆容与日常妆容主要表现在哪些环节？（ABCD）

企业的综合竞争力包括哪些？（ABCDe）

在电子商务运营中，（CD）不会影响用户的购买决策

A.商品的价格竞争力

 B.用户评价的真实性

 C.随机的产品推荐

 D.网站加载速度

应用灰豚数据，可以做到的是（ACD）

A.搜集热门素材

 B.监测抖音账号

 C.监测已发布视频

 D.查看近期热门视频

主播按等级分类可分为（BCD）

A.高级主播

 B.TOP主播

 C.腰部主播

 D.新进主播

主播让观众点直播间关注的直接目的是（AB）

A.增加主播的粉丝总数量

 B.活动平台的推荐机会

 C.为直播平台创收

 D.和其他主播共享粉丝

在设计直播封面图时，下列操作规范的是（ABD）

 A.符合直播主题

 B.色彩构成合理

 C.使用相同图片

 D.尺寸大小标准

请在下列选项中，选出几项符合主播按粉丝等级来设定不同的福利策略？CD

A.支付宝红包

 B.口令红包

 C.铁粉优惠券

 D.钻粉连麦优先权

单场直播脚本要做到五个明确（ABCDe）

主播直播卖一款手机，下列哪些关于销售逻辑的说法是正确的？（BCD）

A.先强调售后保障，退换政策

 B.先介绍手机外观，材质

 C.确定销售族群是卖给学生还是上班族，给他购买理由

 D.锁定手机最大卖点，边使用边讲解

下列属于直播电商内容策划要点的有（ABCD）

淘宝直播直播间调试需要注意什么？（ABCD）

构建有效叙事框架的关键元素是（ABC）

A.明确的故事主线

 B.角色的设定

 C.情感的起伏

 D.复杂的剧情转折

拥有自己的数据分析工具的直播平台有（ACD）

 A.淘宝直播

 B.小红书

 C.抖音

 D.快手

直播电商对于用户的价值是（AB）

A.增加了购物的体验

 B.降低了信息获取的成本

 C.品牌营销

 D.缩短供应链的成本

如果主播在直播过程中，有粉丝疑似黑粉，以下哪种情况可以判定是黑粉的？（ABD）

A.无缘无故的辱骂，说话没有条理性

 B.说话一般都比较呛，碰到为主播说话的还会呛普通路人

 C.在直播间没有买过东西，但是经常说话

 D.抓着一个点不放，别人说什么都听不进去

属于淘宝付费流量的是？（ABC）

 A.直通车

 B.钻展

 C.淘宝客

 D.排位赛活动

关于直播电商模式与传统电商模式的比较，下列说法正确的有（ABC）

A.传统电商模式的消费路径是用户——商品，直播电商模式的消费路径是用户——主播——商品

 B.传统电商模式的社交属性弱，直播电商模式的社交属性强

 C.传统电商模式的用户消费方式为用户主动搜索商品，直播电商模式的用户消费方式为主播向用户推荐商品

 D.传统电商模式的消费体验反馈主要是客服连接，情感联系密切，直播电商模式的消费体验反馈主要是主播连接，与用户互动，情感联系密切

下列属于直播电商的核心模式的有（ABC）

A.KOL模式

 B.品牌商模式

 C.商品模式

 D.供应链基地直播模式

单品直播内容规划流程包括（ABCDe）

通过（ABC）进行粉丝定位

A.粉丝的年龄分布

 B.粉丝的地域特征

 C.粉丝的消费能力

 D.粉丝的在线时间

没有具体购物需求的粉丝可能因为（ABCD）因素产生购物欲望。

撰写脚本时增强直播的吸引力的方式有（ABC）

 A.引入悬念和惊喜

 B.使用幽默和趣味性语言

 C.设置互动环节

 D.冗长的背景介绍

直播带货选品货品来源有（ABCD）

以下哪些行为是主播在直播时应避免的，以维护专业形象？（AB）

A.迟到或早退

 B.对粉丝问题不耐烦

 C.保持适当的肢体语言

 D.使用专业术语和礼貌用语

直播前期准备内容包括（ABCD）

小王的直播间经常有固定的几个黑粉来捣乱，他能采取的做法是（BD）

A.在直播时与黑粉谈判

 B.假装没看见继续直播

 C.让观众评评理

 D.下播后让工作人员拉黑处理

在开播阶段，主播可以（ABCD）

针对“在线人数不稳定”的优化建议包括（ABC）

A.固定开播时间，让老用户养成观看习惯

 B.强化直播预告，提高初次看直播的新用户转化成老用户

 C.进行社群运营，运营人员通过私信的方式，逐步引导老用户添加运营人员的微信，组建粉丝社群，方便老用户在直播期间可以快速进入直播间。

 D.优化直播场景中的背景，如清晰地写出直播间的亮点及活动，让新用户快速了解

在直播电商选品过程中，以下哪些因素是决定产品是否适合直播的关键？ABC

A.产品的季节性

 B.产品的品牌知名度

 C.产品的价格区间

 D.产品的包装设计

以下粉丝属性中对商品选品有借鉴意义的有（ABCD）

（ABC）在电子商务运营中对于维护客户忠诚度至关重要的因素。

A.提供优质的客户服务

 B.频繁的促销活动

 C.产品的独家性

 D.复杂的退换货流程

主播细分消费者市场的标准有哪些？（ABD）

A.地理环境因素

 B.人口因素

 C.价格因素

 D.心理因素

直播电商技术岗的细化岗位有（ABCD）

直播转化数据指标可分为以下几种（ABC）

A.浏览互动数据

 B.引导转化数据

 C.直播带货数据

 D.观看在线数据

直播电商客服岗位的岗位职责是（ABCD）

（ABD）技巧的运用可以提高直播效果

A.与镜头进行有效的眼神交流

 B.控制直播时的语速和语调

 C.在镜头前展示过多的个人生活

 D.使用肢体语言增强表达

直播电商的人才特征有哪些？（ABCD）

抖音直播管理规范的基本原则有（ABD）

A.坚持爱国守法

 B.遵守传统道德

 C.坚持每天开播

 D.积极传播正能量

针对降低退货率的优化建议包括（ABCD）

直播电商运营岗的细化岗位有（ABCD）

主播的三要素包括（BCD）

A.长相

 B.妆容

 C.着装

 D.礼仪

直播引流推广方法有（ABCD）

直播平台带货的要素包括（ABCD）

用（ABC）方法能够准确地行粉丝定位

A.通过问卷调查收集粉丝信息

 B.分析直播互动数据

 C.观察粉丝的购买行为

 D.依赖主播的直觉判断

直播脚本主要包括哪些内容？（ABCD）

主播在直播过程中出现的以下哪些行为是不允许的？（ABCD）

主播在举办抽奖时，需要避免的是（AC）

A.告知具体抽奖时间

 B.提前发布抽奖预告

 C.偷偷让老粉丝中奖

 D.抽奖前让粉丝多评论

直播带货数据复盘包括哪些内容（ABCD）

直播复盘进行数据分析包括（ABCD）

关于抖音直播预热文案内容，不合适的是（BD）

A.重磅剧透，情人节专场，50+爆款装备提前曝光

 B.宝宝们加微信XXX，提前领取优惠券

 C.这款产品原价399，明晚来我的直播间，“2?9”超低价卖给你们

 D.搜索淘宝XX店铺，多款耐克鞋子跳楼价甩卖，等你打包带回家

下列属于福利型直播标题的有（AD）

 A.关注有礼

 B.夏季出街搭配指南

 C.限时抢购

 D.随机抽奖

单品解说脚本中可以包含的内容有（ABC）

A.价格优势

 B.使用体验

 C.品牌介绍

 D.直播福利

产品内容化程度高、展示空间大的商品会增加直播间产品介绍的（BCD）

A.清晰性

 B.完整性

 C.趣味性

 D.营销性

下列描述中，属于直播精准营销的有（ABC）

 A.产品精准

 B.客户精准

 C.需求精准

 D.费用精准

当小王在看美妆类直播时，以下哪些属于她的额外需求？BCD

 A.购买美妆产品

 B.看直播嘉宾

 C.参与直播抽奖

 D.和主播互动唠嗑

直播前的预热形式有（ABCD）

在进行内容策划时，可以吸引观众并提高互动的关键因素有哪些？（ABC）

A.故事化的叙述方式

 B.互动游戏环节

 C.产品使用演示

 D.长篇的产品介绍

提炼产品卖点的作用包括？（ABC）

A.增加产品的辨识度

 B.吸引粉丝下单

 C.建立粉丝的信任感

 D.提高产品的价格

在吸引路人转粉的涨粉策略中，以下情形，哪些内容是包含其中的。（AC）

A.打造有趣有料的直播间，成为优秀主播进行直播场景化建设的第一步，做好直播间的基础软硬件装修，给粉丝顺畅的观看感受。

 B.网上的直播间都差不多，抄袭一个就可以了，不需要浪费时间去打造独特性。

 C.从直播脚本开始，就对泛娱乐环节进行设计，突显主播人设并与粉丝强互动，引导路人转路人粉。

 D.直播间的软更件装修很重要，主播觉得好看就可以了，不需要考虑粉丝的观看感受。

淘宝直播对主播的着装规范，严禁低俗着装，包括（ABC）

A.镜头长时间或聚焦展示胸部等敏感部位

 B.男性赤裸上身直播

 C.不得真人试穿文胸

 D.封面图中不允许真人试穿丝袜

种草直播的内容有（ABCD）

直播宣传中一般介绍哪些信息（ABC）

A.直播产品

 B.直播时间

 C.直播亮点

 D.直播产品上架顺序

关于粉丝的痛点描述正确的是？（BD）

A.痛点就是粉丝的需求

 B.祛痘膏可以杀菌祛痘是解决粉丝的核心痛点

 C.不含激素的祛痘膏属于解决粉丝的增值痛点

 D.痛点一般指粉丝急需要解决的刚需问题

直播电商物流岗的细化岗位有（ABCD）

下列哪些制作直播预热视频的方式是错误的？（ABC）

 A.内容含有色情、低俗、非正向价值观等违规内容

 B.视频带有其他平台App的水印

 C.视频含有明显的营销广告内容

 D.视频内容完整度好，视频时长>7秒

淘宝直播间引流的正确方法有（ACD）

A.发布直播预告

 B.Dou+推广

 C.发微博推广

 D.直播时送礼品、发红包

直播带货和电视购物有哪些本质上的区别？（ABC）

 A.信赖模式不同

 B.场景模式不同

 C.售后服务模式不同

 D.用户不同

快手直播平台支持的定向有哪些？（ABCD）

直播内容策划的流程是（BCD）

A.选择直播产品

 B.定好直播主题

 C.规划直播脚本

 D.策划直播内容

直播中，商品低点击、低转化的情况如何调整。（ABCD）  
以下选项中能够体现直播主题的直播简介有（AC）

 A.一个最适合女性的美妆好物推荐平台

 B.交个朋友

 C.吃货快来！大嘴的美食分享

 D.20：00不见不散

肤色偏黄的主播选择哪些颜色服装较为合适？（CD）

 A.绿色

 B.紫色

 C.深蓝色

 D.黑色

塑造和维护自我人设时可以运用的手段有（ABCD）

在直播电商运营中，（CD）策略不能有效提高直播的观众参与度。

 A.定期的观众投票环节

 B.互动式游戏环节

 C.提供即时购买链接

 D.限制直播的观看时间

主播通常是通过（ABCD）方式，表达欢迎新进入直播间的粉丝。

想要保证长期稳定性和粉丝的忠诚度，应该关注哪些内容？（AB）

 A.主播的价值观和行为准则

 B.主播的专业能力

 C.主播的外貌变化

 D.直播的频率和时间

下列淘宝直播推广的设置中，仅作用于直播推广的有（AC）

 A.直播引流词包

 B.标准推广关键词

 C.直播人群溢价

 D.精选人群

下列抖音平台主播的做法中，能够实现吸引用户这一目标的做法有（ABCD）

如何能够增强主播与粉丝之间的黏性，提升粉丝在直播间的停留时长？（ABCD）

粉丝需求反馈的渠道包括哪些（ABCD）

直播间转化成交数据分析包括以下数据指标（ABCD）

请在下列选项中，主播常用的营销技巧及操作方法包括（ACD）

A.主播现场亲自展示操作，呈现出推介商品价值卖点的最大化呈现

 B.主播在推介商品的同时，如果能结合自身使用的经验，挖掘独到的用后观点，会为用户带来虚假的反馈体验

 C.主播可以利用用户相信权威，从众的心理来设计营销玩法及话术

 D.主播应该更善于利用人的感受去设计营销话术，满足其成就感，价值感和获取更多关注和幸福的感受，让购物体验更美好

主播在直播过程中，主播对粉丝给予好处的方式包括（AB）

 A.发福利形式

 B.发奖励形式

 C.商品销售半价

 D.直播间唱歌

影响主播的镜头感和观众的观看体验的因素主要有（ABCD）

下列属于教育类直播平台的有（BD）

A.淘宝直播

 B.小鹅通

 C.美拍

 D.千聊

为了提高转化率，运营人员可以通过（ABC）来促成交易。

 A.对各项数据进行分析

 B.改善店铺的装修

 C.改善产品展示布局

 D.监控分析竞争对手数据

内容策划要从以下（ABCD）角度开展策划。

在投Dou+时，播主可以将哪些指标设为目标？（AB）

A.粉丝量

 B.点赞评论量

 C.点击量

 D.转化率

粉丝离开主播直播间的原因有哪些？（ABCD）

关于资深直播运营岗位的描述正确的是（ABCD）

淘宝直播推广的站外流量有（ABD）

 A.微博

 B.小红书

 C.直通车

 D.抖音

引起粉丝共鸣主要指？（ABCD）

腾讯直播有哪些平台和入口？（ABCD）

在直播的人员分工中，主播主要负责（ABC）

 A.引导观众

 B.介绍产品

 C.解释活动规则

 D.修改产品价格

小王想要成为一名专业的美妆方向主播，她可以通过（AB）提升自己的专业形象

 A.搜集美妆咨询

 B.训练化妆技巧

 C.改善穿衣搭配

 D.加强观众互动

为了塑造立体的五官，应将深色打底涂抹于哪些部位？（AB）

A.发际线

 B.下颌处

 C.额头

 D.鼻梁

直播数据复盘一般分为哪几步？（ABCD）

下列哪些是紫红色衣服的搭配色？（BC）

A.柠檬色

 B.白色

 C.藏青色

 D.鲜绿色

主播人设可以从哪几个方面进行塑造？（ABCD）

主播在直播前需要准备哪些工作？（ABC）

A.熟悉脚本

 B.整理个人形象和情绪

 C.配合灯光调校工作

 D.拟定直播中引导粉丝加自己私人微信号的话术

一场直播内容的具体要求包括哪些？（ABCD）

针对“低点击、高转化类”商品的直播间运营策略包括（ABC）

 A.直播中圈定商品的消费人群

 B.结合DOU+等投放工具制定精准投放计划

 C.分析用户行为定位目标人群

 D.强化商品推荐话术，延长主播推荐时间

以下哪些方法可以帮助主播提高镜头感和自信心？（ABD）

 A.进行模拟直播练习

 B.观看其他成功主播的直播

 C.避免在直播中犯错

 D.接受专业的表演训练

直播间粉丝对主播的第一印象会受哪些方面的影响？（ABCD）

当主播面对产品的缺陷，以下哪种做法更加可取？AC

 A.主动讲明

 B.当粉丝提问时再讲明

 C.介绍产品其他优势

 D.坚持隐瞒

常见的直播危机可以分为以下几种类型（ABC）

A.组织行为不当引发的危机

 B.媒体的失实报道引发的危机

 C.突发事件引发的危机

 D.主播个人问题引发的危机

针对提升成交率的优化建议包括（ABC）

 A.产品调整：重新分析直播间的用户数据，调整上架产品或改变产品的外在属性，如产品的包装材料、产品亮点、产品价格等

 B.价格调整：重新分析是否在产品价格上没做好价格保护，或调整产品组合策略，进行差异化定价

 C.转化策略调整：活动策划上要强化互动的元素，不要让用户在直播间只成为看戏的观众

 D.详情页调整：美化商品图片，提升详情页浏览时间

与短视频电商相比，直播电商的优势有（AC）

 A.互动性强

 B.专业性强

 C.价格优势强

 D.流量来源广

退货率高是目前直播带货的痛点，其原因主要包括（ABC）

A.因款式不满意退货

 B.因尺寸不合适退货

 C.因质量问题退货

 D.因直播价格不是最低退货

直播脚本的作用（ABCD）  
直播脚本写作遵循（ABCDe）要素。

直播的形式非常多，如：（ABCD）

直播间优化的方法包括哪些（ABC）

 A.提升直播间玩法

 B.提升主播水平

 C.强化货品的类目、性价比、价格与目标人群的匹配

 D.延长直播商品介绍时间

假如某主播每天增粉长期维持在50-100这个区间，属于异常数据的情况是（ACD）

A.某天增粉量突增到200

 B.连续一周每天增粉仅50

 C.某天增粉10

 D.增粉量比前一天突降100

（ABD）能够提升商品的吸引力。

A.使用高清镜头展示商品细节

 B.通过对比展示突出商品优势

 C.仅依赖商品图片而不进行实物展示

 D.结合使用场景进行讲解

直播电商作为新的电商形态，具有（ABCDe）特征。

直播过程中，主播的站姿正确的是？（BD）

A.直播过程核心是产品，所以站姿不重要

 B.主播站立时可以适当自然放松

 C.为避免紧张，双手可以插在裤袋里

 D.头顶上悬，肩向下沉，避免驼背

品牌渠道模式是一种直播供应链服务模式，下列属于品牌渠道模式的特征的有（BCD）

A.商家单纯依靠外部主播来售卖商品，而商家自身不生产商品

 B.品牌方与主播双向选择，使商品与主播风格匹配度更高

 C.库存压力小，供应链的库存风险较低

 D.主播处于被动地位，选择的主导权在品牌方手里

针对场控人员以下说法正确是？ACD

A.根据运营人员制定的直播主题和内容策划，创建预告

 B.设计制作并上传贴图

 C.提前熟悉单品脚本

 D.提前调试推流软件

以下直播预热方式中属于私域场景的是（ABD）

A.主播粉丝群

 B.店铺微淘轮播页

 C.淘宝直播广场

 D.商品详情页

在上新直播中，商品占比为30%，保证直播销量的商品类型有（BC）

 A.平销款

 B.引流款

 C.利润款

 D.“秒杀”款

主播的脸占画面（CD）的比例比较合适

 A.1/2

 B.1/3

 C.1/4

 D.1/5

以下属于淘宝直播预告目的的是（ACD）

 A.在预告中上传了直播商品，有助于开播后系统匹配精准流量

 B.发起预告主播就可以不用再花精力进行推广

 C.可以清晰描述主题和直播内容

 D.是一种直播预热方式，可以吸引更多公域流量

服装产品的直播脚本撰写内容可以包括（ABCDe）

直播电商产品岗的细化岗位有（ABCD）

直播电商团队中不可或缺的专业角色有哪些？（ABCD）

下列属于预热短视频后期编辑工具的是（ABD）

A.Premiere

 B.剪映

 C.Photoshop

 D.VUE

关于“弹幕分析”的作用可以概括为以下几点（ABCD）

构建独特主播形象的关键因素有哪些？ABC

A.个性鲜明的语言风格

 B.与粉丝的互动方式

 C.主播的穿着打扮

 D.直播的时长

影响直播间自然流量分发的因素有哪些？（ABC）

A.直播间UV价值：GMV/总观看人数

 B.直播间互动率：评论、点赞、转发

 C.直播间转粉率：关注人数/总观看人数

 D.直播间商品数：商品上新/组合数量

做好农产品直播最重要的二个原则是（CD）

A.好看

 B.好玩

 C.高性价比的产品

 D.真实

在直播带货过程中，有哪些能够促成交易的有效方法（BCD)

A.夸大刺激法

 B.从众成交法

 C.假设成交法

 D.限时优惠法

主播应当（ABC）

A.保持整洁的着装

 B.避免使用不雅语言

 C.保持微笑和积极态度

 D.随意穿着和行为

抖音常见的流量变现方式有（ABCD）

直播电商设计岗的细化岗位有（ABC）

A.视觉策划

 B.拍摄

 C.视频剪辑

 D.渠道

如何确保直播的流畅性和观众的参与感？（ABC）

A.主播的语言表达能力

 B.直播的节奏控制

 C.观众的实时反馈

 D.固定的直播流程

下列主播的直播话术中，正确的有（AD）

 A.该产品采用的是优质原材料

 B.我们家的祛痘膏是采用独家秘方制成

 C.宝宝们如果坚持吃我们家的燕窝，可以长生不老哦

 D.觉得我的直播不错的，记得点一下关注

以下抖音直播间引流推广方式中，出现位置在抖音推荐页信息流的是（BCD）

A.TOPLive

 B.FeeD直投直播间

 C.短视频引流直播间

 D.FeeDsLive

在直播过程中，为了让用户加深对直播的兴趣，长时间停留在直播间，并产生购买行为，主播可以使用（ ABCD）等方式

其他直播引流推广方式有（ABCD）

Dou+引流推广的效果与以下哪几个要素有关？ABCD

淘宝常见的推广手段有（ABCDe）

抖音直播间引流推广方式中，哪些成本相对更高，更适合品牌使用？AD

 A.TOPLive

 B.FeeD直投直播间

 C.短视频引流直播间

 D.FeeDsLive

直播电商对于商家的价值是（BCD）

A.增加了购物的体验

 B.去库存

 C.品牌营销

 D.缩短供应链的成本

品牌商的直播策略有（BC）

A.吸引粉丝

 B.品牌推广

 C.去库存

 D.增加流量

下列不同品类的商品卖点，说法正确的是？（ABCD）

下列属于传统电商平台的有（ABC）

A.淘宝

 B.拼多多

 C.京东商城

 D.小红书

短视频预热文案传达的信息可以包括（ABCD）

下列对比项目中，商家自播比“达人”直播更占优势的有（CD）

 A.符合直播主题

 B.色彩构成合理

 C.使用相同图片

 D.尺寸大小标准

可以借助哪些站外第三方平台为直播间预热宣传。ABCD

以下属于抖音直播流量来源的是（ABCD）

内容策划中的合规性包含（ABC）

 A.遵守广告法规定

 B.避免使用敏感词汇

 C.确保版权合法

 D.使用夸张的营销语言

在塑造IP形象时，人格强化主要通过()来实现。ABCD

下列关于饥饿营销的说法正确的有（ACD）

 A.形式主要有限时优惠、限量销售

 B.适用于所有商品

 C.属于短期策略

 D.主播运用时要把握好度和时间

直播内容有（ABCD）

Dou+自定义定向推荐中可以选择哪些指标？ABCD

主播在设计直播营销话术时要如何做？（ACD）

 A.话术设计口语化，富有感染力

 B.将话术作为模板套用

 C.话术配合情绪表达

 D.语速和语调适中

以下哪些是提炼产品卖点的角度？ABCD

下列属于主播助理的工作内容的有（ABCD）

下列选项中，关于直播内容对观看者的作用描述中，错误的有（BCD）

A.直播内容是一场直播活动中最主要的因素

 B.直播内容决定直播间的收入情况

 C.直播内容只能由主播创作出来

 D.直播内容具有观赏性

主播在表达直播营销话术时应（BCD）

A.将话术作为模板套用生硬地表达出来

 B.语速和语调适中

 C.用口语化方式，富有感染力

 D.话术配合微笑的表情进行表达

以下属于直播供应链服务模式的有（ABCD）

下列淘宝主播的做法中，能够实现赢得用户信任这一目标的做法有（ABD）

A.权威背书

 B.数据证明

 C.限时限量

 D.现场体验

直播电商的收益分配模式有（AD）

A.纯佣金模式

 B.广告费模式

 C.纯坑位费模式

 D.“佣金+坑位费”模式

直播电商运营流程为（ABCD）

抖音直播间高转化精准流量有哪些来源？（BD）

A.同城流量

 B.优质作品带来的流量

 C.直播广场流量

 D.系统推荐流量

以下哪些方式有助于培养主播的镜头感？（BCD）

A.多在镜头前训练假笑

 B.不人云亦云，敢于表达自己的观点和看法

 C.直播结束后及时复盘

 D.多照镜子

主播进行粉丝定位的主要目的是（ABD）

 A.吸引精准粉丝

 B.使销量明显增长

 C.对竞争对手的有效打击

 D.提高粉丝留存率

下面属于解决粉丝差异化痛点的是？（BD）

A.这款牙膏可以祛除95%牙渍

 B.全自动反向雨伞

 C.透气耐磨的运动鞋

 D.纳米防水放油短袖T恤

直播数据分析平台将用户画像标签划分为（ABCD）

通过（ABD）可以优化直播内容和产品选择

 A.根据粉丝偏好选择直播话题

 B.根据粉丝消费水平定价产品

 C.忽略粉丝反馈调整直播策略

 D.根据粉丝活跃时间安排直播

直播间存在的“高点击低转化”商品，让主播又爱又恨，它的特点包括（ABCD）

玉石、黄金、奢侈品是典型的“低点击、高转化”类商品，其特征包括（ABCD）

专业的MCN机构涵盖的工作包括（ABCD）  
可以通过以下哪几种方式为抖音直播间引流（ABCD）

品牌商开展直播电商活动的主播选择方式是（AB）

 A.通过MCN机构对接主播

 B.商家自播

 C.主播自荐

 D.随意选择

以下哪些情况可能导致主播人设崩塌？（ABD）

A.销售假冒伪劣产品

 B.主播在直播中爆粗口

 C.当粉丝收到产品不满意后主播主动在直播间道歉

 D.出现有关主播的负面新闻

直播电商客服岗的细化岗位有（ABC）

A.售前客服

 B.售中客服

 C.售后客服

 D.社群运营

直播内容策划的技巧有（ABCD）

下列哪些是淘宝直播通过发布直播预告可能获得的权益？BCD

A.额外佣金奖励

 B.获得更多精准流量

 C.有机会在手淘首页展示

 D.有机会分享到站外平台，获取站外流量

在设计淘宝直播封面图时，需要注意的问题包括（ABD）

 A.干净、整洁

 B.展现固定信息

 C.使用拼图

 D.展示直播间特色

电子商务运营中提升用户体验的关键因素主要有（ABC）

 A.用户界面的直观性

 B.商品的多样化选择

 C.快速的物流配送

 D.定期的库存清仓

主播人设的塑造和深化应当从哪些方面入手？（ABD）

A.定期发布与人设相关的内容

 B.在特定节日进行主题直播

 C.频繁更换直播风格

 D.保持主播形象的一致性

下列直播间选品策略中，属于高性价比的有（BCD）

A.商品具有特色

 B.全网最低价

 C.无条件退换

 D.赠送大额优惠券

涨粉直播的内容有（ABCD）

抖音平台提升账号的指标有（ABCD）

防晒霜产品的客户痛点有（ABD）

A.紫外线对身体有伤害

 B.很多防晒霜不适合过敏肌肤使用

 C.很多女生不爱用防晒霜

 D.防晒霜油腻、闷皮

直播设备能够影响观众的观看体验，因此主播在写直播脚本时，一定不能漏掉直播设备的检查，具体包括（ABCD）

在直播电商的岗位中，（AB）需要具备良好的市场分析和用户行为理解能力。

A.数据分析师

 B.用户运营专员

 C.主播

 D.客服代表

直播间经常报名活动大促但是吸粉并没有很好，以下哪些操作不利于活动期间吸粉转化？（AD）

 A.活动期直播时长不够，活动开始以后才开播

 B.优选性价比极高的货品做活动款，选择新品首发限时折扣

 C.直播利益点刺激，活动期间不停的吸粉

 D.和平时的直播一样进行，没有活动，没有大促氛围

流量池数据测评的数据指标包括（ABCD）

直播内容的情节一般包括（ABD）

A.平缓期

 B.高潮期

 C.缓和期

 D.消退期

下列关于直播间内连麦PK功能的描述正确的有（ABD）

A.连麦对象最好与自己的粉丝量相当

 B.连麦双方的商品互补

 C.连麦对象最好与自己处于同一领域

 D.要给连麦对象的粉丝送福利

抖音用户在观看同城页时，主要根据哪些内容来选择感兴趣的视频？（BC）

A.头像

 B.标题

 C.封面

 D.账号名

直播带货数据包括哪些数据指标（ABCD）

直播电商的商业价值有哪些？（ABC）

 A.直播已成为企业建设品牌的有效路径

 B.直播可帮助企业高效获取精准用户

 C.直播可有效提高企业销售效率

 D.直播可以减少购买成本

如何营造产品的使用场景（ABC）

 A.搭建生活场景

 B.线上互动交流

 C.提供线下体验

 D.虚设故事情节

针对直播商品点击率，可以从以下哪些方面优化（ABCD）

直播危机具有以下哪几种特点（ABC）

A.不可预测

 B.关注度高

 C.危害性强

 D.可预测性

如何在直播过程中实现陪伴、互动与推荐？（BCD）

A.用颜值吸引用户

 B.用陪伴建立习惯

 C.用互动强化印象

 D.用推荐实现变现

抖音平台的粉丝画像包括哪些内容？（ABCD）

关于淘宝直播推广的描述，正确的是（ACD）

A.只有直通车标准计划中推广的宝贝，才可添加至直播推广

 B.新推广的商品建议直接进行直播推广来引流

 C.设置的直播推广生效时间段内，原有标准推广中的关键词、词包、精选人群，将全生效为直播间引流

 D.直播间的宝贝可同步、添加到直通车后台的直播推广中

关于资深直播运营岗位的任职要求描述正确的是（ACBD）

网店的总体运营包括哪些？（ABCD）

作为一种新兴的网络营销手段，直播电商的优势有（ABC）

A.即时互动性

 B.场景真实性

 C.营销效果直观性

 D.价格更优惠

通过MCN机构对接主播的优点是（AB）

 A.根据品牌商的需求匹配合适主播

 B.提供一整套的解决方案

 C.成本较低

 D.引流较多

主播在设置直播标题时，下列做法中不恰当的是（A）

 A.夸大功效

 B.借势热点

 C.激发好奇心

 D.设置利益点

(A)差异的存在是细分市场的客观依据

A.需求偏好

 B.价格

C.产品

D.细分

涨粉直播的内容不包括（C）

 A.粉丝活动日

 B.粉丝回馈

 C.高端展示

 D.活动专属

通过MCN机构对接主播的缺点是（C）

A.根据品牌商的需求匹配合适主播

 B.提供一整套的解决方案

 C.成本较高

 D.引流较少

在直播间的声音中，最重要的是（）D

 A.直播环境声音

 B.播放器的音乐声

 C.直播团队的说话声

 D.主播的说话声

以下哪一个不是内容策划的角度？（）D

 A.垂直的内容

 B.多形式内容

 C.多样化内容

 D.无价值的内容

(A)是用户画像最常用的场景，通过用户画像的标签筛选，筛选出不同的用户群，对不同的用户群实现精细化运营

A.分群运营

B.用户标签

C.人群管理

D.用户群分析

如何通过商品讲解与展示提升直播的转化率？（）B

 A.仅依靠商品本身的吸引力

 B.结合商品特性与用户需求进行讲解

 C.忽略商品细节，只强调价格优势

 D.完全依赖主播个人魅力

向用户表示感谢，并预告下场直播的内容，引导用户关注直播间，将普通用户转化为直播间的忠实粉丝的是直播哪个环节？（D

A.直播开场

 B.直播中场

 C.直播过程

 D.直播收尾

主播在开启直播生涯时，对直播内容需要把握的是（C

 A.对直播内容进行创新

 B.对直播内容进行连贯

 C.主播供给的直播内容市场，要和粉丝的需求市场相匹配

 D.对直播内容进行表演

不属于人设打造步骤的是（D

 A.盘点主播的辨识度

 B.确定直播的行业

 C.发掘观众的需求

 D.塑造一个虚拟的形象

关于“人设”的理解正确的是B

A.人设就是人物的设计

 B.人设就是人物的设定

 C.人设是指人物的性格

 D.人设是指人物的爱好

下面哪个产品解决了粉丝的三级痛点？C

 A.这款牙膏可以美白牙齿

 B.全自动反向雨伞

 C.买手机送碎屏险

 D.纳米防水放油短袖T恤

主播在直播后期遇到了货品不足的瓶颈，以下的哪个措施不建议？C

 A.增加调性一致其他品类的货品，大量采购严选

 B.去供应链工厂直播，投入大精力选品、组货

 C.有多少货就播多少货，反复播反复讲解

 D.去大卖场走播，带着自己的粉丝跟商家砍价带货

（A指的是拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人

A.KOL

 B.KOC

 C.IP

 D.MCN

以下淘宝直播的推广方式中，属于私域流量推广的是？（）D

A.首焦推广

 B.直播广场

 C.钻展推广

 D.微淘推广

在设置淘宝直播预告时，以下要求不包括？（）C

 A.要在当天的16点前发布

 B.预告视频不要有水印

 C.视频要添加字幕

 D.视频应为横屏

主播在直播过程中，获得粉丝信任的最主要方式是（C

 A.直播内容具有观赏性

 B.产品价格足够低

 C.主播真诚，内容真实

 D.主播具有精湛演技

提升直播的创新性的方式主要是（B

 A.模仿竞争对手的直播内容，不做任何改变

 B.结合市场趋势和创意元素进行内容创新

 C.仅依赖传统的直播形式，不尝试新方法

 D.忽略观众需求，根据个人喜好策划内容

成交率是衡量选品策略的评价指标之一，如何理解成交率对选品策略的影响？（A

 A.成交率低，意味着选品和用户匹配度不高

 B.成交率高，意味着产品市场容量大

 C.成交率低，意味着选品质量差，转化率低

 D.成交率高，意味着产品价格没有优势

下列选项是关于剔除黑粉的处理方式，你认为哪个处理方式有待改善？（B

 A.应对广告营销后台直接禁言、拉黑

 B.应对无脑喷子，主播回怼，后台直接禁言、拉黑

 C.应对疑是同行，主播耐心回复，找出破绽，判定黑粉、禁言、拉黑

 D.应对黑粉纠纷，留下凭据，禁言，然后主播直播间一句话快速回复，结束话题，交由客服处理

下列关于主播穿着的规定没有进行明确要求是？D

A.女主播穿着不应过于暴露

 B.不能身穿制服

 C.严禁穿着情趣内衣

 D.不能穿大红色衣服

小米雷军直播属于哪类带货主播人设？D

A.导购促销类

 B.技能专家类

 C.明星网红类

 D.企业高管类

淘宝直播推广渠道中针对已经是店铺粉丝或者是直播间粉丝的是（A

 A.直播广场

 B.首焦推广

 C.直通车推广

 D.阿里v任务推广

主播在讲解商品时，能够通过（）方式最建立观众的信任感B

A.夸大商品效果，制造紧迫感

 B.提供真实的使用反馈和专业评测

 C.仅依赖品牌知名度进行宣传

 D.避免深入讲解，只做表面介绍

与传统电商模式相比，下列关于直播电商模式的不同说法错误的是C

 A.商品性价比高

 B.以主播向用户推荐商品为主

 C.用户通常为品牌买单

 D.社交属性强，双向强互动

主播处于被动接受状态的选品方式为（C

 A.分销平台

 B.自营品牌/联名

 C.合作商

 D.供应链

不属于单品脚本组成部分的是（D

 A.定位产品

 B.抛出痛点

 C.释放优惠

 D.上架时间

在主播的无声语言中，最重要的是C

 A.主播的手部动作

 B.主播的发型

 C.主播的脸部表情

 D.主播的腿部动作

一般情况下，快手竞价广告ECPM的计算公式为（A

A.CPC\*ACTR\*1000

 B.CPC\*BCTR\*1000

 C.CPM\*BCTR

 D.CPC\*ACTR

直播转化数据中的“浏览互动数据”，其涵义是指（A

 A.商品展示次数与点击次数

 B.商品上架次数与询问次数

 C.商品询问次数与点击次数

 D.商品上架次数与展示次数

（）是传统商业导购人员的升级版，是品牌商开展营销推广活动的重要角色C

 A.品牌商

 B.MCN机构

 C.主播

 D.消费者

种草直播的内容不包括（D

 A.场景专题

 B.专业测试

 C.新品试用

 D.粉丝回馈

主播在打造人设时需要有强大供应链进行支撑的是（B

 A.“达人”人设

 B.低价人设

 C.励志人设

 D.专家人设

（）是在直播过程中进入到直播间观看直播的人数A

A.实时流量

 B.自然流量

 C.付费流量

 D.观看人数

在品牌推广为主题的直播日，主播最适合穿着的服装为（C

A.紧身装

 B.运动装

 C.印有品牌标志的文化衫

 D.西服套装

（）是使用一种特定的描述性语言，依据一定的格式编写的可执行的文件又称作宏或批处理文件B

 A.直播内容

 B.直播脚本

 C.直播流程

 D.直播话术

以下哪项不是主播在直播中禁止使用的极限词？（）D

 A.最高级

 B.国家级

 C.全网第一

 D.非常好吃

哪种数据分析工具不能用来分析用户行为？（D

 A.Google AnAlytiCs

 B.HotjAr

 C.CrAzy Egg

 D.QuiCkBooks

专业人设的主播在为商品定价时，价格要以（A）为主

A.高客单价

 B.中客单价

 C.中低客单价

 D.低客单价

以下哪项推广功能专业要求高，不仅可能达不到预期目标，还可能损失不少推广费用（B

 A.小火苗推广

 B.粉条推广

 C.智能推广

 D.小店通推广

当直播间人气不高时，主播可以采用派发红包的方式提升直播间人气，下列做法不正确的是？B

A.拿手机对着镜头展示抢红包的方法

 B.介绍完一款商品后立刻发红包

 C.设置抢红包倒计时

 D.提前告知粉丝发红包

关于“连麦”的说法，错误的是（D

商家可以通过（）平台搜集主播资源，找到淘宝直播中的任何主播B

A.微博

 B.阿里V任务

 C.直播广场

 D.微淘

（）是指要检查产品的质量，了解产品的功效，熟悉产品的使用方法，避免在直播推荐产品时“翻车”D

A.直播宣传

 B.人员分工

 C.直播设备检查

 D.产品梳理

以下关于直播间用户的精准程度正确的是（）D

 A.成交单量/新增粉丝数\*100%

 B.成交单量/观看人次\*100%

 C.成交单量/粉丝人数\*100%

 D.成交单量/在线人数\*100%

下列哪项步骤主要为了吸引没有来直播间的粉丝下次参与直播B

A.抽奖活动

 B.直播结束后的二次传播活动

 C.互动活动

 D.直播带货活动

主播发布了一场直播预告，但平台审核结果为“审核不通过”，以下哪项不属于审核不通过的原因D

A.直播预告中的主要出境者非主播本人

 B.主播穿着暴露

 C.标题中出现“秒杀”

 D.预告中出现的商品较少

主播在直播间展示直播内容时，是一种（C

 A.主播主动与粉丝产生共鸣的方式

 B.主播被动与粉丝产生共鸣的方式

 C.粉丝单方面与主播产生共鸣的方式

 D.粉丝与主播双方面产生共鸣的方式

淘宝直播平台建议每周不低于（）次的规律直播B

 A.1

 B.3

 C.7

 D.9

在设置直播间活动玩法时，以下做法中哪一项是错误的（C

 A.在直播前，直播团队设定当日的活动主题

 B.在整点设定红包雨，拉长粉丝在线停留时间

 C.将双11期间的大力度活动安排在日常规划

 D.在直播间中，将大家熟知的产品的价格优惠直接透出。

某知名主播在带货时常常将带货产品称为“平价替代款”，与大牌产品做比较，这是哪种商品报价技巧？B

A.设定价格锚点

 B.设计选项

 C.优先罗列商品卖点

 D.以上均可

（）的流量逻辑是以“内容”为主要的流量分发逻辑，作为区别于搜索和社交的信息推荐模型，将内容和用户进行匹配。通过系统进行精准推荐是其推荐算法的核心。B

 A.快手

 B.抖音

 C.淘宝

 D.腾讯

在直播中，可以通过（）展示商品以吸引观众的注意力B

 A.快速浏览商品，不作详细介绍

 B.通过故事讲述增加商品的情感价值

 C.仅展示商品图片，不进行实物展示

 D.避免与观众分享使用体验

把控直播节奏，直播脚本是关键。对新手主播，适合哪种类型的直播脚本？（A

 A.内容详细，互动环节清晰的直播脚本

 B.提供粗略的各时段互动主题的直播脚本

 C.含有详细的商品介绍信息的直播话术脚本

 D.重视商品品牌文化传播的直播脚本

下列哪项是维持人设的重要张力，是主播人设生产、传播和营销的策划者，也是收益转化的关键因素？A

 A.粉丝

 B.商家

 C.产品

 D.平台

下列哪项是维持人设的重要张力，是主播人设生产、传播和营销的策划者，也是收益转化的关键因素？A

 A.粉丝

 B.商家

 C.产品

 D.平台

某主播发布了一场20:00点的预告，20:10还没有开播导致预告过期失效。针对此种情况，该主播以下哪一种做法是正确的？（C

 A.在PC端中控台恢复已经失效的预告再开播

 B.在直播APP中恢复已经失效的预告再开播

 C.向粉丝说明情况，做开播前的准备重新发布一场直播

 D.联系小二恢复已经过期失效的预告

每场直播中宝贝数量都不少于一千个，希望提高工作效率，以下做法哪种不建议（D

A.通过购物车、收藏等渠道快捷添加宝贝

 B.中控台宝贝多选批量上架，最多一次可以批量选择100个

 C.发预告时可以多选宝贝上架

 D.直播过程中，讲到哪个宝贝就发布哪个宝贝

下列不属于直播特征的是（D

A.真实性

 B.实时性

 C.互动性

 D.严肃性

以下哪项推广功能比较简单自主化，消耗金额低，比较适合刚创业，知名度不高，且资金有限的广告主（C

 A.小火苗推广

 B.粉条推广

 C.智能推广

 D.小店通推广

淘宝直播主播的佣金计算方法是（C

A.销售价\*销售量\*佣金比率

 B.销售价\*销售量\*转化率

 C.客单价\*销售量\*佣金比率

 D.客单价\*销售额\*转化率

在直播电商产业链中，（）作为供应方位于上游A

 A.品牌商

 B.MCN机构

 C.主播

 D.消费者

淘宝主播的等级决定着可以获得相应权益，下列情形中，哪项对获得经验值和专业分描述不正确？（B

 A.每天开播1分钟即可获得1点经验值，每日最多获得200点，超出部分不会累加。

 B.直播间观众通过宝贝口袋进入店铺浏览商品不会产生专业分奖励，只有购买成功才有奖励。

 C. 直播间观众产生点赞，评论，关注，分享等互动行为后，平台会结合大盘数据综合考核后给予额外经验值奖励。

 D.每添加1个宝贝到直播间即可获得2点专业分，按日结算，每日最多200点。

（）脚本是以单个商品为单位，规范单品解说，突出商品卖点的，简单来说的话可以理解成宝贝讲解A

 A.单品解说

 B.整场直播

 C.品牌直播

 D.综合直播

在直播过程中及时标记直播看点，会获得更多公域流量曝光。但要求该商品的主图里必须要有1张（）图。C

A.蓝底

 B.红底

 C.白底

 D.深色底

直播间的用户画像分析的作用不包括以下哪一项？（C

 A.帮助直播创作者了解自己的用户

 B.帮助直播创作者调整粉丝数据结构

 C.帮助直播创作者多维度对比不同账号，进而取长补短

 D.帮助直播创作者对全部用户特征做洞察分析

主播开通抖音直播带货权限时要求抖音账号满足什么相关条件？C

A.性别

 B.学历

 C.粉丝数

 D.地区

直播过程中当主播做到（）时，可以展现专业和尊重C

 A.穿着随意，不注重个人卫生

 B.使用不当语言，不尊重观众

 C.保持适当的着装和良好的肢体语言

 D.直播时频繁离开镜头，不顾及观众感受

（）是直播间的灵魂。A

 A.直播内容

 B.直播间的空间布置

 C.主播

 D.直播间的音乐

直播内容具有价值的因素是（）C

 A.为粉丝带来开心快乐

 B.为粉丝坚定购买决心

 C.为粉丝增长见识

 D.激起粉丝消费欲望

主播如果（），那么很有可能会导致粉丝流失？C

A.保持直播内容的高质量和一致性

 B.及时回应粉丝的评论和私信

 C.频繁更改直播时间和内容，不通知粉丝

 D.定期举办粉丝专属活动

了解企业（）数据是运营人员的基本要求A

 A.库存

 B.销售

 C.用户

 D.财务

快手直播营销的主要用户集中在（）区域C

A.一线城市

 B.二线城市

 C.三线及以下城市和乡镇

 D.一线+二线+三线城市和乡镇

直播电商是对于用户的价值是增加了购物的体验和（B

A.增加了购物成本

 B.降低了信息获取的成本

 C.品牌营销

 D.缩短供应链的成本

）可以有效地提升用户的购买意愿。B

 A.仅展示产品特点而不进行互动

 B.通过限时优惠和互动游戏增加购买紧迫感

 C.避免使用任何促销手段，仅依靠产品质量

 D.忽略直播过程中的用户反馈

主播在打造IP时不需要传递的信息是（C

 A.你是谁？

 B.你有什么不一样？

 C.你需要什么？

 D.你的卖点？

请从下列选项中，选出正确的步骤，查看直播粉丝团的群聊数据？B

 A.直播粉丝团的热烈互动，主播是无法查阅群数据的，需要人工客服来进行维护。

 B.建群步骤跟APP一样，你可以点“后台管理”查看群聊数据，比如群成员回访率，群成员进店转化率。

 C.群成员的回访率等重要数据，主播无法获得，需要从商家处获取。

 D.群成员进店转化率是主播发挥作用的重要表现，但主播无法自己查阅

暂时流行的商品不能进入选品池主要是因为C

 A.大众好感度低

 B.市场需求小

 C.销售周期短

 D.价格昂贵

在主播人设打造过程中，主播需要做到（）从而平衡个人特色与市场需求C

**A.完全按照市场需求调整个人特色**

**B.坚持个人特色，忽视市场需求**

**C.在保持个人特色的基础上适度迎合市场需求**

**D.完全依赖个人特色，不作任何调整**

直播电商的产业链不包括（D

 A.品牌商

 B.MCN机构

 C.主播

 D.银行

主播在激发在线粉丝的消费欲望和行为时，主要是从（）方面进行激发在线粉丝的消费欲望和行为A

A.主播的说话和行为

 B.主播的个人形象

 C.直播间的场景

 D.直播间商品的价格

在直播内容的所有价值中，对其他价值起到决定作用的是（A

A.直播内容的内在价值

 B.直播内容的外在价值

 C.直播内容的观赏价值

 D.直播内容的视听价值

一场直播如果想取得成功，（）产品必不可少A

 A.高点击高转化类

 B.高点击低转化类

 C.低点击高转化类

 D.低点击低转化类

以下内容不属于抖音垂直内容营销的是（B

 A.兔宝宝妈咪（推荐母婴用品）

 B.大胃王楚楚（推荐日用品）

 C.小仙女美美（推荐美妆）

 D.王阿婆卖瓜（推荐香瓜）

通常来说，每场直播精准程度数值都低于（）意味着数值偏低。A

 A.3%

 B.5%

 C.10%

 D.20%

（）是围绕商品管理而展开的一系列计划、组织、实施和控制，是与产品生产和服务创造密切相关的各项管理工作的总称B

 A.电子商务

 B.电子商务运营

 C.直播电商

 D.直播电商运营

抖音主播选择何时发布视频及开展直播较为合适D

A.根据主播心情状态

 B.任意时段

 C.主播空闲时段

 D.粉丝活跃时间

以下哪项措施最有助于提升直播的专业度？B

 A.忽略直播主题的一致性，随意更换内容

 B.结合主播的个人特色和专业知识设计直播内容

 C.仅依赖热点事件，不进行长期内容规划

 D.避免深入讨论商品，以免泄露商业机密

以下哪一个不是直播电商对于商家的价值。A

 A.增加了购物的体验

 B.去库存

 C.品牌营销

 D.缩短供应链的成本

快手更新的频率为（）最佳A

A.1天1-2次

 B.1天3-4次

 C.1周1-2次

 D.1周3-4次

在传统营销模式里，（）是最关键的因素。A

 A.产品

 B.用户

 C.数据

 D.理念

下列属于主播直播基本能力的是（）A

A.语言表达能力

 B.商品讲解能力

 C.直播控场能力

 D.商品带货能力

截止2020年12月，快手平台的活跃用户年龄分布占比最大的是（A

 A.90后

 B.80后

 C.70后

 D.60后

pApi酱的独立女性人设帮助她吸引了不少渴望独立的女性网友，这主要体现了人设的哪一个作用？B

A.实现情感投射

 B.吸引精准粉丝

 C.提升商业价值

 D.丰富人设种类

在直播选品过程中，以下哪项因素最能够影响选品的最终效果？（B

 A.仅根据价格优势选择商品，忽略其他因素

 B.综合考虑商品的质量、市场需求和供应链稳定性

 C.依赖单一供应商的推荐，不进行市场调研

 D.忽略商品的差异化，选择大众化商品

直播脚本策划中，为了确保信息传达的准确性，以下哪项是必须优先考虑的？（C

 A.主播的个人风格适配

 B.品牌信息的自然融入

 C.商品特性的详尽解释

 D.直播流程的精确控制

主播为了保持粉丝对直播间的新鲜感，最重要的是主播要A

 A.对直播内容进行不断创新

 B.对直播内容进行连贯性设置

 C.对直播内容进行笑点设置

 D.对直播内容进行悬念设置

以下哪款产品帮助解决粉丝的核心痛点？（A

 A.这款牙膏可以祛除95%牙渍

 B.全自动反向雨伞

 C.海底捞极致的服务体验

 D.纳米防水放油短袖T恤

主播在室内直播间直播时，坐姿要保持（C

 A.左右摆动

 B.躺在椅子上

 C.一定的固定姿势

 D.趴在桌上

抖音平台的直播间付费推广产品不包括（D

 A.竞价广告

 B.DOU+投放

 C.品牌广告

 D.直播推荐

下面哪个颜色的服装不合适肤色偏黑的主播D

 A.金色

 B.银色

 C.黑色

 D.紫色

下列不属于卖点要素是？（D

 A.差异化

 B.优势

 C.利益点

 D.生产

直播间设置了裂变优惠券，主播要在直播间口播引导粉丝领取优惠券，请问以下哪个方式解说较容易理解？C

.点击直播间分享券，就可以领取5元优惠券哟

 B.裂变券你和你分享的好友都能获得优惠券奖励

 C.直播间右侧点击5元分享抢券，分享给三位好友可获得5元优惠券，好友也可获得3元优惠券哦

 D.直播间点击分享抢券可以推荐好友进直播间，点击分享给三个好友获得5元优惠券

适合腰身较粗的主播的穿着是？B

 A.收腰连衣裙

 B.腰部尽量简洁的服装

 C.带腰带的连衣裙

 D.短款外套

为了增强粉丝的忠诚度，最有效的策略是（A

 A.定期提供粉丝专属优惠和活动

 B.忽视粉丝反馈，只关注新粉丝吸引

 C.频繁更换直播内容和风格

 D.仅在直播时与粉丝互动

下列购物形式中，互动性一般、用户决策成本较高的是（D

A.直播电商

 B.短视频电商

 C.货架式电商

 D.电视购物

入驻直播平台、有一定直播经验，产品品牌集中于某一领域或全品类带货，直播带货能力相对较强是（A

A.平台主播

 B.名人+主播联播

 C.特色主播

 D.商家自播

关于直播间用户的精准程度，以下说法正确的是（）A

 A.成交单量/在线人数的数值越低，精准程度越低

 B.在线人数/成交单量的数值越低，精准程度越低

 C.直播间在线人数越多，精准程度越高

 D.直播间成交单量越多，精准程度越高

在进行主播人设打造时，以下哪种行为最有可能损害主播形象？C

 A.在直播中展示专业知识和技能

 B.定期与粉丝进行真诚互动

 C.在直播中出现不专业或不恰当的行为

 D.保持直播内容的高质量和一致性

快手小店通展现样式错误的是（D

A.点击右上角关注加粉

 B.点击头像进入账号主页

 C.左滑进入账号主页

 D.点击视频详情页下方按钮,跳转到个人主页

（）是直播电商的核心岗位，决定着直播的成败A

 A.主播

 B.助播

 C.运营

 D.客服

观众粉丝进入一个直播间首先看到或注意到的是（ ）。A

 A.主播的外在形象

 B.直播间的空间设置

 C.直播间软件操作

 D.直播间参与人的外在形象

下列比较适合食品、农产品、生鲜类商品的直播的是（）C

 A.搭景直播

 B.实体店直播

 C.产地直播

 D.海淘现场直播

主播开直播时，直播内容的最主要特征是（A

A.实时性

 B.剧情性

 C.直播内容丰富多彩

 D.直播时间长

以下关于直播间产品的内容策划质量正确的是（C

 A.成交单量/转发数据\*100%

 B.成交单量/点赞数据\*100%

 C.成交单量/评论数据\*100%

 D.成交单量/粉丝量\*100%

在主播镜头感的培养中，以下哪项情况最考验主播的即兴应变能力？（A

A.直播过程中的设备故障

 B.直播前的充分准备

 C.直播中的观众提问

 D.直播后的总结和反馈

在主播表演直播内容的风格中，（）是占主导地位的演绎形式。(A

 A.即兴演绎

 B.剧情演绎

 C.奔放型演绎

 D.理性型演绎

在使用小红书发布直播预告时采用的做法不包括（D

 A.提前3-7天进行直播预热

 B.可以使用“薯条推广”功能

 C.用生活化语言进行介绍，引起用户的兴趣

 D.每天发布多条预热笔记

企业的盈利是由（）而决定的A

 A.产品

 B.用户

 C.数据

 D.理念

直播搜索主要针对的是（C

 A.路人

 B.黑粉

 C.粉丝

 D.主播

在美食类商品领域，()的商品更容易成为直播爆款。D

A.客单价高，性价比低

 B.客单价高，性价比高

 C.客单价低，性价比低

 D.客单价低，性价比高

直播电商运营流程不包括（）C

 A.做策划

 B.开直播

 C.去库存

 D.做推广

下列不属于整场直播活动脚本要点的是（D

 A.直播主题

 B.注意事项

 C.人员安排

 D.商品卖点

快手直播的内容推荐逻辑是（B

 A.社交+兴趣+平台

 B.社交+兴趣

 C.社交

 D.兴趣

以下哪项职责最能够体现直播运营专员的核心价值？（B

 A.仅负责直播设备的维护，不参与内容策划

 B.协调直播内容与技术支持，确保直播顺利进行

 C.忽略数据分析，专注于直播前的准备工作

 D.仅负责商品的选品，不参与直播过程

以下哪项是纯粹的电商直播平台？（）A

 A.淘宝直播

 B.抖音直播

 C.快手直播

 D.斗鱼直播

在以电商直播平台为基础的直播营销产业链中，下列属于产业链中游的是（）A

 A.MCN机构

 B.批发商

 C.经销商

 D.用户

户外旅行直播间中，（）是最主要的直播内容C

 A.主播的说话内容

 B.参与人的说话内容

 C.直播现场的环境

 D.粉丝在公屏的打字内容

（）是连接主播和观众粉丝的桥梁A

 A.直播内容

 B.直播平台

 C.直播间空间设置

 D.主播的表演风格

（）指直播新增粉丝数/观看人数B

 A.平均停留时长

 B.转粉率

 C.评论互动率

 D.观看人次

哪种类型的主播更容易让粉丝记住（C

 A.让人一看就喜欢的人设

 B.让人一看就讨厌的人设

 C.具有辨识度的人设

 D.模仿网红大号的人设

电子商务运营主要是以( )为导向来指导运营工作的。C

 A.产品

 B.用户

 C.数据

 D.理念

在淘宝直播的付费推广中，钻展推广是按照（）方式进行收费C

 A.销售额

 B.点击量

 C.展现量

 D.转化率

首焦推广的推广位置在（）A

 A.淘宝首页

 B.淘宝搜索页

 C.商品页

 D.淘宝直播页

（）是文化积累到一定量级后所输出的精华，具备完整的世界观、价值观以及“粉丝”群，能与人们产生文化与情感上的共鸣。C

 A.KOL

 B.KOC

 C.IP

 D.MCN

关于直播间定价说法错误的是（）B

 A.直播间与实体店铺一样，要有完整的控价体系

 B.随着年底大促活动节奏加快，需实时调整直播间价格

 C.日常直播售价要与秒杀价作区分

 D.秒杀价可以与活动价同价

以下哪项镜头感训练方法最有助于提高直播效果？B

 A.避免直视镜头，减少眼神交流

 B.通过模拟直播进行实战演练

 C.仅依赖理论知识，不进行实践

 D.忽视表情和肢体语言的运用

直播间引流的正确方法有（D

 A.发朋友圈

 B.拍预热视频

 C.付费推广

 D.以上都对

微笑苹果画法主要指的是主播化妆过程中哪个部分的化妆方法？D

 A.唇部

 B.眼部

 C.底妆

 D.腮红

下列不属于临界点促销的是（C

 A.极端式促销

 B.最低额促销

 C.回报返利促销

 D.最高额促销

小明准备进入直播行业，根据目前老龄化趋势，对老年产品市场进行了充分调研。这个体现了主播人设塑造的哪个步骤？（C

 A.确定直播的行业

 B.盘点主播的辨识度

 C.进行市场调研

 D.发掘观众的需求

通过MCN机构对接主播的优点是（）和提供一整套的解决方案A

 A.根据品牌商的需求匹配合适主播，以及提供渠道资源支持

 B.提高品牌影响力

 C.成本较低

 D.资本支持

卡思数据是视频全网大数据开放平台，其监测的平台不包括（D

 A.抖音

 B.BiliBili

 C.美拍

 D.今日头条

如何通过直播选品来满足不同观众的需求？B

 A.选择单一类型的商品，以简化直播内容

 B.根据目标观众的偏好和购买历史进行商品筛选

 C.忽略观众反馈，仅根据主播个人喜好选品

 D.避免选择高价值商品，以降低风险

通过开场互动让用户了解本场直播的主题、内容等，使用户对本场直播产生兴趣，并停留在直播间的是直播哪个环节？（A

 A.直播开场

 B.直播中场

 C.直播过程

 D.直播收尾

（）是通过观察、衡量数据指标，分析数据指标以形成直播运营优化的活动A

 A.直播运营数据分析

 B.直播商品

 C.直播主播

 D.直播脚本

“90后”美食主播李子柒的人设类型是（B

 A.导购促销类

 B.技能专家类

 C.明星网红类

 D.其他选项都不是

下列关于卖点的描述错误的是？（D

 A.在选择卖点时可以选择自身容易出彩的部分。

 B.一个成功的卖点必须是消费者渴望得到的，并且是可感知和可衡量的。

 C.卖点不是忽悠客户的口号，而是强有力的承诺，必须经得起市场和客户的考验。

 D.尽量用一些大多数消费者无法看懂的专业术语，以显示自己专业性。

快手平台中可能导致封面点击率高但行为点击率低的原因是（D

 A.封面质量差

 B.视频内容较为有趣

 C.落地页质量差

 D.视频内容与封面不相关

（）有助于将流量汇聚到主播直播间B

 A.策划直播主题

 B.直播前的预热

 C.折扣秒杀专场

 D.线下宣传推广

当商品具有价格优势时，最适合运用哪种商品报价技巧A

 A.设定价格锚点

 B.设计选项

 C.优先罗列商品卖点

 D.以上均可

关于专业形象IP化与粉丝心智植入表述正确的是（C

 A.不需要专业的主播形象设计也可以做好直播，选便宜的产品更重要。

 B.涨粉策略中，主播不需要设计粉丝的心智植入，强化专业IP形象。

 C.最专业的美妆主播，我的形象全靠他……也是一种专业形象IP化的打造方式，主播应该突显自己的专业人设，并与粉丝增强互动，吸引更多粉丝的兴趣和关注，实现涨粉。

 D.商家主播是不需要做专业形象设计的。

（）的流量逻辑是直播平台的流量分配评判原则会参考内容建设，内容建设的评判标准包括内容能见度、内容吸引度、内容引导力、内容获客力、内容转粉力C

 A.快手

 B.抖音

 C.淘宝

 D.腾讯

直播行业的退货率一般水平在（）左右B

 A.10%-30%

 B.30%-50%

 C.20%-40%

 D.50%-70%

快消品作为热门带货品类之一，具有的特点中不包括（C

 A.品牌间差异小

 B.购物决策时间短

 C.对主播专业化要求高

 D.库存量大，品类丰富

关于退货的影响以下描述不准确的是（关于退货的影响以下描述不准确的是（D

 A.影响商家的毛利率

 B.影响产品的口碑

 C.很容易流失粉丝

 D.对销量没有影响

直播间运营时，主播和观众粉丝会出现各种矛盾，在解决问题时主播一定要( A

 A.亲自参与解决

 B.邀请第三人介入解决

 C.交给第三方解决

 D.邀请粉丝参与解决

直播带货复盘的转化诊断指标包括（A

A.成交率和退货率

 B.成交率和利润率

 C.转化率和退货率

 D.利润率和转化率

下列不属于副播的工作内容的是（D

 A.确认直播场地

 B.直播复盘

 C.调试直播设备

 D.塑造自身人设

主播要重视粉丝价值，将（）作为直播原则A

A.主播带货与粉丝需求相匹配

 B.主播具有领导地位

 C.粉丝具有领导地位

 D.忠实粉丝具有领导地位

快手平台发布的短视频内容应（）B

 A.百花齐放

 B.垂直统一

 C.杂乱不一

 D.越夸张越好

运营数据中显示访客数1000人，支付买家数为1，出现这种情况的原因不包括（）A

 A.推广预热存在问题

 B.主播推销能力不行

 C.促销活动设计不合理

 D.选品有问题

下列商品类型中，商品转化率一般，但毛利较高的是（C

 A.引流款

 B.“秒杀”款

 C.利润款

 D.清仓款

直播内容策划的流程不包括（A

 A.选择直播产品

 B.定好直播主题

 C.规划直播脚本

 D.策划直播内容

品牌自播的底层逻辑是（）逻辑，“达人”直播的底层逻辑是（）逻辑A

 A.服务；活动

 B.活动；服务

 C.运营；合作

 D.合作；运营

（）的脚本是以整场直播为单位，规范直播流程与内容的B

 A.单品解说

 B.整场直播

 C.品牌直播

 D.综合直播

下列商品类型中，需要用户加入粉丝团之后才能获得抢购机会的是（C

A.“引流”款

 B.印象款

 C.福利款

 D.利润款

可作为宠粉福利，直播间福利，以及活动期商品、粉丝团福利的商品是（B

 A.引流款

 B.福利款

 C.利润款

 D.品牌款

最具发展潜力的MCN机构打造模式是（）D

 A.轻模式

 B.重模式

 C.“轻+重”模式

 D.“投资+孵化”模式

主播的粉丝团主要是指主播的（）C

 A.潜在需求市场

 B.模糊需求市场

 C.精准需求市场

 D.所有粉丝市场

以下哪一项不是打造“主播”人设的要素（B

 A.价值观

 B.使命感

 C.专业度

 D.透明度

直播电商中，以下哪项措施最有助于提高直播内容的吸引力？（B

 A.使用高度脚本化的直播内容，避免即兴发挥

 B.结合热点事件和创意元素设计直播主题

 C.仅依赖主播的个人魅力，不进行内容策划

 D.忽略直播的视觉呈现，专注于语言描述

一个直播间风格，本质上是（）A

 A.这个直播间的主要直播内容

 B.这个直播间的主要主播人员

 C.这个直播间的空间设计

 D.这个直播间的主要音乐类型

下列属于衔接直播内容的是（A

A.主播与粉丝的聊天

 B.连麦游戏

 C.主播的唱歌表演

 D.主播的跳舞表演

互动指标复盘结果不佳的原因是（A

 A.新旧用户互动量低

 B.新用户参与互动不佳，成交量少

 C.老用户参与活动不佳，成交量少

 D.新增用户数量少

下列关于人设可以提升商业价值的描述正确的是（B

 A.鲜明的人设可以给观众留下深刻的印象

 B.鲜明的人设相当于一个品牌，可以增加观众信任度、提升销量

 C.鲜明的人设可以给予观众心理愿望和情感趋向的满足

 D.粉丝对主播的喜爱在很大程度上取决于主播的人设

如何解释涨粉是衡量一场直播成功与否的重要依据（B

 A.一场直播成功与否的重要依据，只看主播卖了多少单就可以了

 B.粉丝可以为直播带来热度和曝光度

 C.直播是否成功，我们更看重粉丝是否买帐，进店转化是唯一指标

 D.直播间没什么是不重要的，数据很重要

在直播商品数量较多的情况下，品牌商要尽量将性价比较高的商品放在购物袋中哪个位置A

 A.比较靠上

 B.居中

 C.比较靠下

 D.以上均可

主播在直播间，展示直播内容的受众对象是（A

 A.直播间在线粉丝

 B.平台用户

 C.粉丝团成员

 D.其他媒体用户

主播礼仪不包括（B

 A.体态

 B.长相

 C.表情

 D.声音

观众对主播的第一印象，就如同平台对直播间（A

 A.贴标签

 B.奖励

 C.审核

 D.处罚

主播如何调动观众感官来提升其购买欲（B

 A.突出价格优势

 B.描述体验商品的真实感受

 C.展示商品细节

 D.提供数据论证

快手信息流广告出现在发现页信息流的第（）个位置C

 A.1

 B.2

 C.5

 D.10

如何通过内容策划来增强直播的互动性和观众的参与感？（B

 A.避免设置任何互动环节，专注于商品介绍

 B.设计互动游戏和话题讨论，鼓励观众参与

 C.仅依赖主播的个人魅力，不进行内容设计

 D.忽略观众反馈，按照既定脚本进行直播

直播过程中，你建议直播运营哪些行为需要优化？（D

 A.在线人数非常高的时候，提醒主播抽奖，促销

 B.活动期间配合超级推荐、直通车推广引流

 C.直播中有粉丝捣乱，无故辱骂，直接后台拉黑

 D.临开播，主播才看到脚本，开场白等没有按照脚本来

以下哪项情况最需要主播展现高度的自我管理能力？（B

 A.直播前的准备和化妆

 B.直播中的即兴反应和情绪控制

 C.直播后的总结和反馈

 D.直播中的技术问题处理

平衡商品的多样性和直播的专业性需要做到（B

 A.选择多种类型的商品，以吸引更广泛的观众

 B.专注于特定类别的商品，以建立专业性

 C.忽略商品的关联性，随机选择商品

 D.仅根据商品的热度选择，不进行主题策划

不适合服装主播的妆容是？（B

 A.大地色眼影

 B.蓝色眼影

 C.红色系口红

 D.长眼妆

粉丝对直播预告进行转发能对直播间产生（）效应B

A.传播的羊群效应

 B.传播的裂变效应

 C.主播影响力的马太效应

 D.主播知名度的马太效应

关于直播带货复盘数据分析中的“流量分析”理解有误的是（）D

 A.流量分析是对流量的来源和峰值进行分析

 B.结合流量分析结果来调整短视频投放策略

 C.依据流量分析结果来调整直播引流策略

 D.第三方数据平台的直播数据不能作为本次直播复盘的“流量分析”数据

粉丝群的运营管理对主播而言非常重要，关于直播粉丝团的理解正确的是（）C

 A.直播粉丝团多在秀场直播的主播直播间出现，需要打赏互动才能加入。

 B.直播粉丝团就是社群，会在公域推广直播内容，吸纳粉丝。

 C.直播粉丝团或称为粉丝群、粉丝池，都是主播积累和沉淀粉丝的私域流量，是进行粉丝管理与运维的主要阵地。

 D.直播粉丝团没有实质性的用处，主播没必要浪费精力和金钱进行维护。

参考平台数据统计，通常直播商品点击率在（）之间。A

 A.5%-20%

 B.10%-25%

 C.15%-30%

 D.20%-35%

主播在直播的过程中，也要通过数据工具对直播间呈现出来的数据进行监控。以下对这一工具的使用，不正确的是？（D

 A.‘实时在线人数’在下播后会替换为‘最高在线人数’

 B.对“实时趋势”中“关键点”的分析，可以判定处在低谷的关键点内容是可取的。

 C.对“实时趋势”中“关键点”的分析，可以判定处在高峰的关键点内容是不可取的。

 D.智能数据助理工具只有PC端才有监测端口，移动端暂时没有该功能。

快手平台短视频引流的关键是（）B

 A.花钱做推广

 B.持续创作高质量视频

 C.利用社交功能

 D.分享到站外平台

以下关于发布直播预告时的内容简介说法错误的是？（B

 A.内容简介要简单扼要不拖沓，有吸引力且有行动点的文案

 B.直播中不允许主播口播提及的内容可以写在直播简介里面

 C.介绍本场直播的嘉宾，特色场景，主打商品

 D.内容简介可以写入粉丝福利介绍

在直播电商产业链中，（）基于直播平台面向消费者进行直播，在直播过程中推荐、销售商品。C

 A.品牌商

 B.MCN机构

 C.主播

 D.消费者

技能专家类主播的特点有（）。A

 A.有专家身份背书，在某一领域有自己的见解

 B.对产品如数家珍

 C.有一定的才艺

 D.颜值较高

对粉丝群进行维护，可以调动老用户的积极性，以下做法不正确的是（D

 A.引导老用户加群

 B.商品上新在群内发福利

 C.设置讨论话题引发大家共鸣

 D.偶尔发下优惠券，其他时间不管理

快手主播可以从哪个方式获取粉丝画像？（A

 A.飞瓜数据中的直播观众画像

 B.后台观看人数

 C.分析粉丝的观看时长

 D.分析单场直播所有商品的销售总额

下列哪项不属于粉丝的行为数据？（D

 A.消费

 B.喜好

 C.搜索

 D.教育程度

MCN机构最初是从（）上衍生出来的，可以将其理解为平台上的内容创作者和平台之间的中介A

A.YouTuBe

 B.Twitter

 C.TikTok

 D.WeChAt

（）行为最有助于树立良好的公众形象。D

 A.不雅手势和不当语言

 B.直播时的大声喧哗和情绪失控

 C.忽视观众的反馈和建议

 D.保持语言文明和尊重

以下关于淘宝直播预告视频说法错误的是（）A

 A.背景越花哨越好

 B.视频比例必须为16:9

 C.预告视频可以不需要每天更换

 D.视频大小小于2M

以下哪项不属于流量指标（D

 A.实时流量

 B.自然流量

 C.付费流量

 D.观看人数

直播内容的实时性，就要求直播内容对粉丝具有（A

 A.新鲜感

 B.连贯性

 C.笑点

 D.悬念

主播的具体开播时间点，主要依据（）来决定A

A.主播的粉丝空闲时间段

 B.主播的空闲时间段

 C.用户的上班时间段

 D.主播的心情状态

美妆类商品作为直播带货商品具有（）特点。D

 A.高退货率

 B.低体验感

 C.高客单价

 D.高毛利

下列哪些方式不能提升广告曝光量？（）B

 A.提高广告组出价

 B.缩小定向范围

 C.在广告组内多创建创意

 D.扩大定向范围

主播应该（），才能维持和增强粉丝的忠诚度B

 A.频繁更换人设以吸引新观众

 B.长期坚持一致的价值观和风格

 C.仅依赖短期热点事件

 D.忽视粉丝反馈，自行其是

下列选项中不属于直播运营数据分析目的的是？（B

 A.了解大盘走势，抓住市场机遇

 B.计算直播间的私域权重具体可以打多少分值

 C.衡量直播间效果的综合考量

 D.衡量引流效果和流量价值

下列关于淘宝直播预告发布操作的说法错误的是（A

 A.发布预告只能在中控台发布

 B.与发布直播类似，发布预告也必须填写直播间标题、上传直播封面照

 C.发布预告时所填写的“直播简介”内容会于直播时出现在“直播印记”中，注意不要出现违规信息

 D.每天可以发布多场预告

直播间上架的引流款商品符合哪一类商品特征（A

 A.高点击高转化

 B.高点击低转化

 C.低点击高转化

 D.低点击低转化

直播前排品时，以下哪种做法不正确（A

 A.把爆款产品放在1号链接

 B.按照价格降序进行梯度化管理

 C.将信息卡信息完善

 D.选择颜值较高的产品

在电子商务运营中，若要提升用户忠诚度的关键因素有（B

 A.提供一次性的大额折扣

 B.建立会员制度并提供持续的优惠

 C.仅依靠产品本身的质量

 D.忽略售后服务的重要性

直播过程中因为违规情况突然被中断，并且无法再重新开启直播，以下（）情况不会被拉停处罚B

 A.直播中播放新闻、游戏、电视剧、动漫、综艺节目等

 B.在直播间和粉丝聊家常，把宠物猫带来给粉丝看

 C.在直播间抽烟

 D.在直播间公布微信或手机号字样或口述加微信

（）是利用直播工具、社交思维优化导购功能和零售流程，提升电商变现效率。C

 A.内容电商

 B.社交电商

 C.直播电商

 D.传统电商

以下哪类痛点的市场最大A

 A.一级痛点

 B.二级痛点

 C.三级痛点

 D.无法对比

以下属于儿童书包卖点的是？（C

 A.款式好

 B.三种颜色可选

 C.保护脊椎

 D.有动物图案

二级痛点是指？（D

 A.核心痛点

 B.增值痛点

 C.刚需痛点

 D.差异化痛点

“年货节返场直播”属于（D

 A.品牌专场

 B.单类目专场

 C.单类目混场

 D.多类目混场

关于撰写“整场直播脚本”说法错误的是（D

A.将单品脚本按货品顺序排列，组成全程直播脚本

 B.在脚本中写明工作人员到场时间

 C.按照购物车陈列顺序安排商品讲解顺序

 D.话术引导线下交易

下列选项中，关于直播内容对观看者的作用描述中，正确的有（ A

 A.直播内容是一场直播活动中最主要的因素

 B.直播内容决定直播间的收入情况

 C.直播内容只能由主播创作出来

 D.直播内容具有观赏性

淘宝直播在没有浮现权的情况下，只能通过（）入口来获取公域流量？B

 A.粉丝互动推广

 B.直播预告

 C.站外推广

 D.阿里v任务推广

）是主播在直播过程中的根本要求A

 A.真实性

 B.趣味性

 C.连贯性

 D.创新性

针对电子商务平台的节日营销，运行（）最有可能提高短期销售额B

 A.维持常规营销活动，不针对节日做特别策划

 B.推出节日限定版产品并配合特别促销

 C.仅在节日当天进行大规模促销

 D.忽略节日营销，专注于日常销售

（）是直播间流量的核心指标，通常也是最值得关注的流量指标B

 A.新增粉丝数

 B.在线人数

 C.评论人数

 D.观看人次

（）是主播最基础的直播预热方式B

A.直播预热文案引流

 B.短视频引流推广

 C.付费推广引流

 D.其他直播引流推广方式

主播在直播间的影响力，体现在（ ）A

 A.主播的提议获得的响应人数上

 B.直播间的转发分享数量上

 C.直播间的财富收入额上

 D.直播间点赞数量上

传统淘宝运营中最大推广渠道是（）C

 A.钻展

 B.超级推荐

 C.直通车

 D.直播广场

关于直播带货复盘数据分析中的“短视频分析”理解有误的是（D

 A.短视频是直播前对直播带货产品的介绍

 B.通过分析短视频的评论进行直播复盘

 C.通过分析短视频来调整下一场直播选品

 D.通过分析短视频评价直播带货的效果

关于主播人设的描述，最恰当的是（）B

 A.主播人设就是主播对自己人设的设计

 B.主播通过短视频和直播，在粉丝面前表现出来的人物设定

 C.主播在直播过程中，粉丝特别喜欢主播某些的特点，就是主播的人设

 D.主播通过短视频与直播，在粉丝面前刻意的展现的某些特点，就是主播的人设

多多直播的直播模式是以（）为主A

 A.商家自播

 B.达人主播

 C.名人主播

 D.机构主播

通常来说，直播间产品的内容策划质量数值每场直播都低于（）意味着数值偏低B

 A.3%

 B.5%

 C.10%

 D.20%

（）最有助于提升直播内容策划专员的工作效率。B

 A.忽略市场趋势，仅根据个人兴趣策划内容

 B.结合数据分析和市场趋势进行内容创新

 C.仅依赖热点事件，不进行长期内容规划

 D.避免与其他团队成员沟通，独立完成策划

直播带货退货率的计算公式正确的是（）。A

 A.退换单数/成交单数

 B.成交单数/退换单数

 C.成交单数/未成交单数（下单未购买）

 D.未成交单数（下单未购买）/成交单数

直播形式可以将直播分为专场和（）A

 A.混场

 B.单类目

 C.品牌专场

 D.单类目混场

（）是企业发展的基石。B

 A.产品

 B.用户

 C.数据

 D.理念

直播数据复盘的正确流程是（）B

 A.直播回顾-粉丝需求反馈-数据分析-直播间优化

 B.直播回顾-数据分析-直播间优化-粉丝需求反馈

 C.数据分析-粉丝需求反馈-直播回顾-直播间优化

 D.数据分析-直播回顾-粉丝需求反馈-直播间优化

引流款最适合在（）阶段使用B

 A.直播预告

 B.直播开始

 C.直播中

 D.直播结束

针对“在线人数少”的优化建议不准确的是（）D

A.优化直播场景中的背景，如清晰地写出直播间的亮点及活动，让新用户快速了解

 B.调整直播出镜主播的话术引导

 C.强调对新用户的关注，及时地念出进入直播间的新用户，让用户有参与感

 D.强化直播预告，提高初次看直播的新用户转化为老用户

主播在进行粉丝定位时，如何最有效地识别和吸引目标粉丝群体？（B

 A.仅通过直播平台的数据分析

 B.结合社交媒体互动和直播平台数据分析

 C.仅依赖主播个人直觉

 D.仅通过问卷调查收集信息

导购促销类主播的特点有（B

 A.具有一定才艺

 B.对产品如数家珍

 C.很擅长表演

 D.颜值较高

关于“老用户互动量低”的优化建议不包括（D

A.及时引导老用户观看直播外，给予福利奖励刺激老用户参与互动

 B.调整老用户的引流方式，避免吸引过多不喜欢评论的用户进入粉丝社群

 C.运营人员充当老用户，引导评论互动

 D.重复直播间的玩法说明，让老用户了解如何参与互动

对流量分发机制“去中心化”特征理解有误的一项是（C

 A.对平台而言，去中心化是维持平台生态健康均衡最重要的事

 B.对平台而言，不希望所有流量集聚在少数账号

 C.对平台而言，需要限制大V账号的新流量分配，把流量红利分给新的账号

 D.对平台而言，去中心化能够鼓励更多人参与内容生态的建设

想要成为优秀的带货主播，以下哪一项最重要？D

A.能言会道，可以款款而谈

 B.帅气漂亮，美的有如明星

 C.擅长跳舞唱歌，才艺能力突出

 D.具有亲和力，能赢得粉丝信任

关于直播复盘内容描述不正确的是（B

 A.针对本次直播的流量进行复盘分析

 B.针对本次直播的上新量进行复盘分析

 C.针对本次直播的销售量进行复盘分析

 D.针对本次直播的推广效果进行复盘分析

小明想打造属于自己的人设，下列信息中哪个对他的作用不大？D

 A.自己喜欢养花，掌握养花技巧

 B.平时经常去健身，学会健身知识

 C.非常擅长烹饪，熟知烹饪技巧

 D.每天朝九晚五的上班

一天时间内，快手平台哪个时间段的整体流量会相对较高？（D

 A.0:00-5:00

 B.10:00-13:00

 C.13:00-18:00

 D.18:00-23:00

对主播的类型及其优缺点对应正确的是（）B

 A.网络“达人”——熟悉商品——镜头感较弱

 B.商家员工——直播场次多——商品转化率不稳定

 C.专家——掌握专业的直播技能——缺乏镜头感

 D.主持人——掌握专业的播音技巧——缺乏镜头感

以下哪个时间相对来说更适合直播（D

 A.7：00

 B.12：00

 C.15：00

 D.20：00

借助营销话术、发红包、发优惠券、才艺表演等方式，进一步加深用户对本场直播过程的兴趣，让用户长时间停留在直播间，并产生购买行为的是直播哪个环节？（C

 A.直播开场

 B.直播中场

 C.直播过程

 D.直播收尾

）的流量逻辑是基于“社交+兴趣”的逻辑进行内容推荐，运用“技术驱动的分发机制”，将“粉丝”数量被赋予的权重降低，加大了视频质量的权重。A

 A.快手

 B.抖音

 C.淘宝

 D.腾讯

主播在粉丝中建立信任感很重要，以下哪一种方式不正确（A

A.多给粉丝发红包，让粉丝喜欢自己

 B.鼓励粉丝分享和朋友间推荐

 C.树立良好的第一印象

 D.打磨专业，建立专家形象

明星网红类主播的特点有（）C

 A.有专家身份背书

 B.具有多年柜台销售经验

 C.有才艺且直播内容有趣

 D.有营销师等资格证书

自然流量是通过粉丝主动关注和直播平台后台依据算法系统主动向平台用户推送而获得的流量，它不包括（D

 A.粉丝流量

 B.视频推荐

 C.直播推荐

 D.付费流量

在直播脚本策划中，以下哪项是确保直播内容连贯性的关键？（B

 A.依赖主播即兴发挥，不使用脚本

 B.制定详细的直播流程和时间控制

 C.避免深入讲解商品，只做表面介绍

 D.仅关注直播的视觉效果，忽视内容逻辑

头前五官容易显得平整，因此要特别注意妆容的哪个部分？B

 A.底妆

 B.修容

 C.眼妆

 D.口红

直播前期预热需提前准备好宣传物料，不包括下列哪个B

 A.直播宣传海报

 B.主播服装

 C.H5活动页

 D.推广软文

针对提升成交率的优化建议不包括（）D

 A.产品调整：重新分析直播间的用户数据，调整上架产品或改变产品的外在属性，如产品的包装材料、产品亮点、产品价格等

 B.价格调整：重新分析是否在产品价格上没做好价格保护，或调整产品组合策略，进行差异化定价

 C.转化策略调整：活动策划上要强化互动的元素，不要让用户在直播间只成为看戏的观众

 D.详情页调整：美化商品图片，提升详情页浏览时间

以大数据为基础的互联网新零售模式最重要的因素是A

 A.人

 B.货

 C.场

 D.品

快手直播中，主播在直播间上架商品时，单品配置比例应为主推商品占比--，畅销单品占比--，滞销单品占比--。（C

A.50%；10%；40%

 B.40%；30%；30%

 C.50%；35%；15%

 D.80%；10%；10%

（）是指在直播前，在微博、微信公众号等平台发布与直播相关的信息，来为即将到来的直播进行宣传。B

A.直播推广

 B.直播宣传

 C.直播复盘

 D.直播分析

主播着装原则中首要的是？（）A

 A.符合平台规定

 B.符合自己的人设

 C.符合节目要求

 D.符合产品需要

（）行为能够增强与观众的互动和连接A

 A.使用表情和肢体语言传达情绪

 B.避免与观众进行眼神交流

 C.直播时的长时间沉默和无互动

 D.仅关注自己的表演，忽视观众反馈

以下关于观看人次、观看人数说法正确的是（A

 A.观看人次高于观看人数

 B.观看人次低于观看人数

 C.观看人次等于观看人数

 D.无法比较

直播间实时人数时常会影响主播的直播心态和状态，在下列情形中，主播应对办法正确的是？（A

A.主播在没有获得V2等级前，直播间的流量全部来自私域，可以将直播间分享到站外平台

 B.直播间此时没有人在线或人数不足5人，主播可以边刷手机边等流量上来再进行原脚本计划的内容

 C.直播做了不到一个月一直没有效果，数据也上不来，打算放弃了，不再开播了

 D.直播间实时在线人数不足5人，主播引导大家扣数字截屏抽奖

在人数不多的新直播间，采用派发红包的方式提升直播间人气，下列做法中不正确的是（ B

A.让用户进入粉丝群，在群内发红包

 B.介绍完一款商品后立刻发红包

 C.拿着手机对着镜头展示抢红包的人数

 D.让用户关注主播

主播在练习发音时，适当扩大i、A、u三个元音在口腔中的三点距离，这主要为了解决下列哪个问题B

 A.吐字不圆润

 B.吐字含混

 C.咬字不准

 D.语速过快

不具有直播经验，但因某种特定的身份而具有一定影响力的主播是（C

 A.平台主播

 B.名人+主播联播

 C.特色主播

 D.商家自播

下列哪一类不属于带货主播的人设类型？（C

 A.非常善于化妆

 B.擅长服饰搭配

 C.喜欢聊天

 D.有丰富的婴儿产品销售经验

淘宝的客服在提供售后服务时，下列做法错误的是（D

 A.确认订单的相关信息

 B.及时对用户进行跟踪回访

 C.收到好评后表达感谢

 D.收到差评后与用户据理力争

直播活动的执行环节不包括（B

 A.直播开场

 B.直播中场

 C.直播过程

 D.直播收尾

主播在直播电商中扮演着重要角色，（）能力对主播最为重要B

 A.仅依靠外表吸引观众，忽略专业知识的学习

 B.具备良好的镜头感和互动能力，同时了解产品知识

 C.避免与观众互动，专注于商品展示

 D.仅依赖即兴发挥，不准备直播脚本

不适合脖子长的主播穿着的服装是？（）A

A.低领毛衣

 B.宽松的立领毛衣

 C.堆堆领打底衫

 D.百褶领毛衣

直播时手机角度呈（）最佳C

 A.向下倾斜60度

 B.向上倾斜60度

 C.向下倾斜45度

 D.向上倾斜45度

从平台来看，（）涉及的带货品类最为完善A

 A.淘宝直播

 B.抖音

 C.快手

 D.小红书

（）是需要额外付费购买才能获取的直播流量A

 A.付费流量

 B.自然流量

 C.实时流量

 D.站外流量

不属于主播人设内容的是（）D

 A.体貌

 B.角色

 C.性格

 D.带货

如果直播商品与发货商品包装不一致，应该采取以下哪一种做法（D

 A.发货后和客户解释，客观原因已更换包装

 B.不需要解释，只是包装不一样，内容物一致就不会有问题

 C.新包装规格更大更好，顾客赚了便宜，所以不需要解释

 D.直播前确认发货是否和展示样品一致，并在直播中清晰说明

直播间粉丝互动热情非常高，在线客服根本忙不过来，想用智能主播助理提高互动效率，以下操作哪个不相关（B

 A.自动识别关键字禁言拉黑黑粉，帮助主播进行评论维护

 B.个性化回复粉丝的问题，让粉丝体验到VIP私人服务

 C.智能主播助理新建自动回复欢迎语，吸引粉丝关注

 D.粉丝普遍常问的问题，设置自动回复，帮助自动评论回复提高效率

主播镜头感培养的注意要素方面，以下表述错误的是？（C

 A.主播的眼神不要飘

 B.主播学会聚焦、凝视镜头讲话

 C.可以使用背景光使面部轮廓产生阴影打造立体感

 D.要合理控制主播与镜头直接的距离

依据平台提供的数据，商品转化率主要在（）水平浮动A

 A.5%-20%

 B.10%-25%

 C.15%-30%

 D.20%-35%

为了增强故事叙述的吸引力，可以在直播脚本策划中进行（）C

 A.详细的时间线规划

 B.情感丰富的角色设定

 C.复杂的剧情转折

 D.互动环节的频繁设置