

# Internet marketing fundamentals

## Module One: Review Questions

## مراجعة الوحدة الأولى:

- 1) A low price point is an example of a \_\_\_\_\_.  
a) Weakness  
b) Strength  
c) Opportunity  
d) Threat
- 1) نقطة السعر المنخفضة هي مثال على \_\_\_\_\_.  
أ) الضعف  
ب) الشدة  
ج) الفرصة  
د) التهديد
- 2) Which of the following will provide useful information about strengths for a SWOT analysis?  
a) Weather  
b) Taxes  
c) Technology  
d) Market research
- 2) أي مما يلي سوف يوفر معلومات مفيدة حول نقاط القوة لتحليل ؟SWOT  
أ) الطقس  
ب) الضرائب  
ج) التقنية  
د) أبحاث السوق
- 3) A poor customer service survey indicates a \_\_\_\_\_.  
a) Strength  
b) Opportunity  
c) Weakness  
d) Threat
- 3) يشير إستطلاع خدمة العملاء الضعيف إلى \_\_\_\_\_.  
أ) الشدة  
ب) الفرصة  
ج) الضعف  
د) التهديد
- 4) A weakness is \_\_\_\_\_.  
a) Internal  
b) Lasting  
c) External  
d) To be expected
- 4) الضعف \_\_\_\_\_  
أ) داخلي  
ب) دائم  
ج) خارجي  
د) متوقع
- 5) What is an opportunity?  
a) Taxes  
b) Competition
- 5) ما هي الفرصة؟  
أ) الضرائب  
ب) المنافسة  
ج) ضعف السوق

- c) Weak market
- d) Improved technology

(د) التكنولوجيا محسنة



6) What must be monitored to find opportunities?

- a) Future of the market
- b) Competitor sales
- c) Customer complaints
- d) Weather

6) ما الذي يجب مراقبته لإيجاد الفرص؟

- أ) مستقبل السوق
- ب) مبيعات المنافسين
- ج) شكاوى العملاء
- د) الطقس

7) What is an example of a threat?

- a) A strong market
- b) Increased taxes
- c) Improved products
- d) Company growth

7) ما هو مثال التهديد؟

- أ) سوق قوية
- ب) زيادة الضرائب
- ج) منتجات محسنة
- د) نمو الشركة

8) What involves influences outside the organization?

- a) Strengths and weaknesses
- b) Weaknesses
- c) Threats and opportunities
- d) None of the above

8) ما الذي ينطوي على تأثيرات خارج المنظمة؟

- أ) نقاط القوة والضعف
- ب) الضعف
- ج) التهديدات والفرص
- د) لا شيء مما سبق

9) How much did the sales slip?

- a) 10%
- b) 20%
- c) 30%
- d) 40%

9) كم انخفضت المبيعات؟

- أ) 10%
- ب) 20%
- ج) 30%
- د) 40%

10) What did the CEO ignore with the complaints?

- a) Opportunity
- b) Threat
- c) Strength
- d) Weakness

10) ما الذي تجاهله الرئيس التنفيذي مع الشكاوى؟

- أ) الفرصة
- ب) التهديد
- ج) القوة
- د) الضعف

## Module Two: Review Questions

## مراجعة الوحدة الثانية:

1) Choose the source of primary information.

- a) Market reports
- b) Survey
- c) Competitor statistics
- d) Market researchers

1) اختر مصدر المعلومات الأساسية.

- أ) تقارير السوق
- ب) إستطلاع
- ج) إحصاءات المنافسين
- د) باحثو السوق

2) Choose the source of secondary information.

- a) Trials
- b) Focus group
- c) Interviews
- d) Media coverage

2) اختر مصدر المعلومات الثانوية.

- أ) التجارب
- ب) مجموعة التركيز
- ج) مقابلات
- د) التغطية الإعلامية



3) What is the highest amount you can charge?

- a) Price floor
- b) Top tier
- c) Price ceiling
- d) ROI

3) ما هو أعلى مبلغ يمكنك طلبه؟

- أ) الحد الأدنى للسعر
- ب) الطبقة العليا
- ج) سقف السعر
- د) عائد الاستثمار (ROI)

4) What is the lowest amount you can charge?

- a) Price floor
- b) Top tier
- c) Price ceiling
- d) ROI

4) ما هو أقل مبلغ يمكنك طلبه؟

- أ) الحد الأدنى للسعر
- ب) الطبقة العليا
- ج) سقف السعر
- د) عائد الاستثمار (ROI)

5) What do you do with the ideas generated?

- a) Develop product

5) ماذا تفعل بالأفكار التي تم إنشاؤها؟

- أ) تطوير المنتج

- b) Test product
- c) Create feedback
- d) Develop features

- ب) اختبار المنتج
- ج) إنشاء ملاحظات
- د) تطوير الميزات



- 6) What is the final stage in product development?
- Develop product
  - Test product
  - Create feedback
  - Develop features

- 6) ما هي المرحلة النهائية لتطوير المنتجات ؟
- تطوير المنتج
  - اختبار المنتج
  - إنشاء ملاحظات
  - تطوير الميزات

- 7) Which is not a criterion you would least likely use to identify the target audience?
- Diet
  - Age
  - Education
  - Income

- 7) ما هو المعيار الذي قد لا تستخدمه على الأرجح لتحديد الجمهور المستهدف؟
- النظام غذائي
  - العمر
  - التعليم
  - الدخل

- 8) What do you research to meet the needs of your target audience in product development after the target is identified?
- Location
  - Age
  - Expectations
  - Income

- 8) ما الذي تبحث عنه لتلبية احتياجات جمهورك المستهدف في تطوير المنتجات بعد تحديد الهدف؟
- المكان
  - العمر
  - التوقعات
  - الدخل

- 9) What percentage sales did the children's and family movies make?
- 65%
  - 72%
  - 20%
  - 45%

- 9) ما هي النسبة المئوية للمبيعات التي حققها الأفلام الأطفال والعائلية؟
- 65%
  - 72%
  - 20%
  - 45%

- 10) What percentage of sales did action movies and romantic comedies drop?
- 65%
  - 72%

- 10) ما هي النسبة المئوية للمبيعات التي انخفضت بها أفلام الحركة والكوميديا الرومانسية؟
- 65%
  - 72%
  - 20%

- c) 20%
- d) 45%

(د) 45%

### Module Three: Review Questions

### مراجعة الوحدة الثالثة:

- 1) What is created based on shopping habits, customer feedback, or sessions online?
- a) Monitoring
  - b) Dynamic content
  - c) Engagement
  - d) Promotions

- 1) ما الذي يتم إنشاؤه بناء على عادات التسوق أو ملاحظات العملاء أو الجلسات عبر الإنترنت؟
- (أ) الرصد
  - (ب) المحتوى الديناميكي
  - (ج) التزام
  - (د) الترفيقات

- 2) What dynamic content can be added to the shopping cart?
- a) Personalized ads
  - b) Personalized content
  - c) Product suggestions
  - d) Email

- 2) ما هو المحتوى الديناميكي الذي يمكن إضافته إلى عربة التسوق؟
- (أ) الإعلانات المخصصة
  - (ب) المحتوى المخصص
  - (ج) اقتراحات المنتج
  - (د) البريد الإلكتروني



- 3) Customers are more likely to share content if it is \_\_\_\_\_.
- a) New
  - b) Short
  - c) Engaging
  - d) Long

- 3) من المرجح أن يشارك العملاء المحتوى إذا كان \_\_\_\_\_.
- (أ) جديد
  - (ب) قصير
  - (ج) ممتع
  - (د) طويل

- 4) When communicating with customers, it needs to be \_\_\_\_\_.
- a) Two-sided
  - b) One-sided
  - c) Informative
  - d) Boring

- 4) عند التواصل مع العملاء، يجب أن يكون \_\_\_\_\_.
- (أ) من الجانبين
  - (ب) من جانب واحد
  - (ج) غنيا بالمعلومات
  - (د) ممل

5) What does monitoring real time require?

- a) Formality
- b) Conversation
- c) Personality
- d) Flexibility

5) ما الذي يتطلبه الرصد في الوقت الحقيقي؟

- أ) الشكليات
- ب) المحادثة
- ج) الشخصية
- د) المرونة





6) What was an opportunity for Taylor Guitars?

- a) "United Breaks Guitars"
- b) United
- c) YouTube
- d) Musicians

6) ماذا كانت فرصة بالنسبة لـ Taylor Guitars؟

- أ) "United Breaks Guitars"
- ب) United
- ج) اليوتيوب
- د) الموسيقيون

7) What event at the Super bowl provided a real time marketing opportunity?

- a) Touchdown
- b) Loss of power
- c) Math skills
- d) Technology skills

7) ما هو الحدث في Super Bowl الذي قدم فرصة التسويق

في الوقت الحقيقي؟

- أ) الهبوط
- ب) فقدان السلطة
- ج) مهارات الرياضيات.
- د) مهارات التكنولوجيا

8) What social media platform did Oreo use?

- a) Facebook
- b) Blog
- c) Twitter
- d) LinkedIn

8) ما هي منصة التواصل الاجتماعي التي استخدمها أوريو؟

- أ) فيسبوك
- ب) بلوق
- ج) تويتر
- د) لينكد إن



9) What did Henry do besides monitor the event?

- a) Work
- b) Nap
- c) Attend the festivity
- d) Spend time with friends

9) ماذا فعل هنري بجانب مراقبة الحدث؟

- أ) عمل
- ب) أخل قيلولة
- ج) حضور الاحتفال
- د) قضاء بعض الوقت مع الأصدقاء

10) What was Henry's problem in real time marketing?

- a) He was early
- b) He did not try to use it
- c) He used it too often
- d) He was late

10) ما هي مشكلة هنري في التسويق في الوقت الحقيقي؟

- أ) لقد كان مبكرا
- ب) لم يحاول استخدامه
- ج) لقد استخدمه كثيرا
- د) لقد تأخر

## Module Four: Review Questions

## مراجعة الوحدة الرابعة:

- 1) What will not help improve communication with customers?
- Courteous
  - Prewritten communications
  - Accessibility
  - Answers to questions

- 1) ما الذي لن يساعد على تحسين التواصل مع العملاء؟
- التهدب
  - الاتصالات المكتوبة مسبقا
  - سهولة الوصول
  - إجابات على الأسئلة

- 2) What does not communicate online?
- Tone
  - Content
  - Facial expression
  - Information

- 2) ما الذي لا يتواصل عبر الإنترنت؟
- النبرة
  - المحتوى
  - تعابير الوجه
  - معلومات



- 3) What will negatively affect the brand?
- Consistency
  - Style
  - Message
  - Inconsistency

- 3) ما الذي سيؤثر سلبا على العلامة التجارية؟
- التناسق
  - الشكل
  - الرسالة
  - عدم التناسق

- 4) What is the first step of consistency in branding?
- Visual design
  - Consistency
  - Message
  - Brand

- 4) ما هي الخطوة الأولى من التناسق في العلامات التجارية؟
- التصميم المرئي
  - التناسق
  - الرسالة
  - الشعار

5) What are the qualities that distinguish you from the competition?

- a) Competition
- b) Promise
- c) Competition
- d) Benefits

5) ما هي الصفات التي تميزك عن المنافسة؟

- أ) المنافسة
- ب) الوعد
- ج) المنافسة
- د) الفوائد



6) What explains the unique qualities of your business?

- a) Brand positioning statement
- b) Promise
- c) Metrics
- d) Target audience

6) ما الذي يفسر الصفات الفريدة لعملك؟  
أ) بيان تحديد موقع العلامة التجارية  
ب) الوعد  
ج) المقاييس  
د) الجمهور المستهدف

7) What should you track to determine what is being said about your brand?

- a) Competition
- b) Metrics
- c) Brand positioning statement
- d) Sales

7) ما الذي يجب عليك تتبعه لتحديد ما يقال عن علامتك التجارية؟  
أ) المنافسة  
ب) المقاييس  
ج) بيان تحديد موقع العلامة التجارية  
د) المبيعات

8) Which approach is not effective in brand management?

- a) Monitor and tweak
- b) Constant Monitoring
- c) Set it and forget it
- d) Vigilance

8) ما هو النهج غير الفعال في إدارة العلامة التجارية؟  
أ) راقب وعدل  
ب) المراقبة المستمرة  
ج) ضبطه إنساه  
د) اليقظة

9) How did the company respond to Gracie's complaint?

- a) There was no response
- b) Form letter
- c) Defending the employees
- d) Apologizing for the incident

9) كيف ردت الشركة على شكوى جراسي؟  
أ) لم يكن هناك رد  
ب) نموذج الخطاب  
ج) الدفاع عن الموظفين  
د) الاعتذار عن الحادث

10) What was the result of the company's response?

- a) Gracie was appeased
- b) They understood the problem

10) ما هي نتيجة رد الشركة؟  
أ) تم استرضاء جراسي  
ب) فهموا المشكلة  
ج) اشترت جراسي هديتها  
د) لقد فقدوا زبونا

- c) Gracie purchased her gift
- d) They lost a customer

## Module Five: Review Questions

## مراجعة الوحدة الخامسة:

1) What is the goal of social media?

- a) Meet people
- b) Build a community
- c) Annoy people
- d) Alienate followers

1) ما هو الهدف من وسائل التواصل الاجتماعي؟

- أ) التعرف على أشخاص
- ب) بناء مجتمع
- ج) إزعاج الناس
- د) تنفير المتابعين

2) What should be used to choose platforms?

- a) Use all platforms
- b) Choose popular platforms
- c) Choose platforms that fit the brand
- d) Rotate platforms

2) ما الذي يجب استخدامه لاختيار المنصات؟

- أ) استخدام جميع المنصات
- ب) اختيار منصات شعبية
- ج) اختر المنصات التي تناسب العلامة التجارية
- د) تدوير المنصات

3) What must personalized communication not be?

- a) Respectful
- b) Honest
- c) Disrespectful
- d) Polite

3) ما الذي يجب ألا يكون عليه التواصل الشخصي؟

- أ) محترم
- ب) صادق
- ج) غير محترم
- د) مؤدب

4) The CEO of a company has a reputation for being funny. What is this?

- a) Voice
- b) Personality
- c) Communication
- d) Style

4) الرئيس التنفيذي لشركة لديه سمعة لكونه مضحكا. ما هذا؟

- أ) صوت
- ب) شخصية
- ج) تواصل
- د) نمط

5) What is the term for someone who increases the equity of the brand?

- a) Owner
- b) CEO
- c) Chief Brand Officer
- d) Brand Champion

5) ماذا يسمى الشخص الذي يزيد من إنصاف العلامة التجارية؟

- أ) المالك
- ب) الرئيس التنفيذي
- ج) رئيس قسم العلامات التجارية
- د) بطل العلامة التجارية

6) Customers who provide feedback are useful in which role?

- a) Beta tester
- b) Employee
- c) Marketer
- d) Chief Brand Officer

6) العملاء الذين يقدمون ملاحظات مفيدون في أي دور؟

- أ) مجرب بيتا
- ب) موظف
- ج) مسوق
- د) رئيس قسم العلامات التجارية

7) Where is an appropriately prominent place for share buttons?

- a) In text
- b) Side bar
- c) In video
- d) Below the title

7) أين هو مكان بارز بشكل مناسب لأزرار المشاركة؟

- أ) في النص
- ب) شريط جانبي
- ج) بالفيديو
- د) تحت العنوان

8) Using every possible share button \_\_\_\_\_.

- a) Makes sharing easier
- b) Is easy
- c) Complicates sharing
- d) Does not take up much space

8) استخدام كل زر مشاركة ممكن \_\_\_\_\_.

- أ) يجعل المشاركة أسهل
- ب) أسهل
- ج) يعقد المشاركة
- د) لا يأخذ مساحة كبيرة

9) How many views did the prank receive?

- a) 3,7500
- b) 375,000
- c) 15
- d) 15% of the total

9) كم عدد المشاهدات التي يتلقاها المقلب؟

- أ) 3,7500
- ب) 375,000
- ج) 15
- د) 15% من المجموع

10) How did the video of the prank affect sales.?

- a) Decreased sales
- b) Sales stayed the same
- c) Increased international sales
- d) Increased sales

10) كيف أثر فيديو المقلب على المبيعات؟

- أ) قلل من المبيعات
- ب) بقيت المبيعات على حالها
- ج) زاد المبيعات الدولية
- د) زاد المبيعات



## Module Six: Review Questions

## مراجعة الوحدة السادسة:

- 1) How often should you be working on new content?
- Weekly
  - Always
  - Occasionally
  - Never

- 1) كم مرة يجب أن تعمل على محتوى جديد؟
- أسبوعياً
  - دوماً
  - أحياناً
  - أبداً

- 2) Content that is not \_\_\_\_\_ is not effective.
- Funny
  - Professional
  - Well-written
  - Expert

- 2) المحتوى الغير \_\_\_\_\_ غير فعال
- مضحك
  - محترف
  - مكتوبة بشكل جيد
  - خبير

- 3) A CEO of a startup cannot write. What is his other option?
- Share news stories
  - Repost from other blogs
  - Video blog
  - Use only guests

- 3) لا يمكن للرئيس التنفيذي لشركة ناشئة الكتابة. ما هو خياره الأخر؟
- مشاركة الأخبار
  - إعادة النشر من مدونات أخرى
  - فيديو بلوق
  - استخدام الضيوف فقط

- 4) What is the goal of interaction on a blog?
- Dialogue
  - Argument
  - Inform
  - Drama

- 4) ما هو الهدف من التفاعل على بلوق؟
- حوار
  - جدال
  - إعلام
  - دراما

- 5) How do webinars benefit the company?
- Offer a chance for employees to learn
  - Provide expert knowledge to customers
  - Focus attention on a small group
  - Reach a large group at little cost

- 5) كيف تستفيد الشركة من الندوات عبر الإنترنت؟
- توفير فرصة للموظفين للتعلم
  - توفير المعرفة الخبيرة للعملاء
  - تركيز الانتباه على مجموعة صغيرة
  - الوصول إلى مجموعة كبيرة بتكلفة قليلة





6) Where can you advertise webinars?

- a) Social media
- b) A fee
- c) A photo ID
- d) References

6) أين يمكنك الإعلان عن ندوات عبر الإنترنت؟

- أ) وسائل التواصل الاجتماعي
- ب) رسوم
- ج) صورة هوية
- د) مراجع

7) What does Twitter counter do?

- a) Track key words
- b) Monitor Twitter
- c) Monitor all social media
- d) A longer written application

7) ماذا يفعل عداد تويتر؟

- أ) تتبع الكلمات الرئيسية
- ب) رصد تويتر
- ج) مراقبة جميع وسائل التواصل الاجتماعي
- د) تطبيق مكتوب أطول

8) What is the goal of constantly monitoring social media?

- a) Find purchasing trends
- b) Find new customers
- c) Handle unflattering information early
- d) Spread unflattering information about the competitor

8) ما هو الهدف من مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي باستمرار؟

- أ) البحث عن الشراء الشائع
- ب) البحث عن عملاء جدد
- ج) التعامل مع المعلومات غير المغرية في وقت مبكر
- د) نشر معلومات غير مغرية عن المنافس

9) How much did Sarah refund?

- a) \$20
- b) \$25
- c) \$15
- d) \$27

9) كم ردت سارة؟

- أ) 20 دولار
- ب) 25 دولار
- ج) 15 دولار
- د) 27 دولار

10) Why did she ignore the complaint?

- a) She did not have the money
- b) She did not care
- c) She was busy
- d) She did not believe it

10) لماذا تجاهلت الشكوى؟

- أ) لم يكن لديها المال
- ب) لم تهتم
- ج) لقد كانت مشغولة
- د) لم تصدق ذلك



## Module Seven: Review Questions

## مراجعة الوحدة السابعة:

1) Search engines look for keywords and \_\_\_\_\_.

- a) Analytics
- b) Relevant content
- c) Length
- d) Nothing else

1) محركات البحث تبحث عن الكلمات الرئيسية و\_\_\_\_\_.

- أ) تحليلات
- ب) المحتوى ذي الصلة
- ج) طول
- د) لا شيء آخر

2) Where are keywords more effective?

- a) End of passage
- b) In the middle of a passage
- c) Titles
- d) After the first sentence

2) أين الكلمات الرئيسية أكثر فعالية؟

- أ) نهاية المرور
- ب) في منتصف مقطع
- ج) العنوان
- د) بعد الجملة الأولى

3) What does Google Wonder Wheel do?

- a) Search for optimized content
- b) Check relevance
- c) Research popular keywords
- d) Show popular links

3) ماذا تفعل جوجل ونذر وييل؟

- أ) البحث عن المحتوى المحسن
- ب) التحقق من الصلة
- ج) البحث الكلمات الرئيسية شعبية
- د) إظهار الروابط الشائعة

4) What is true when using keywords?

- a) Use variations
- b) Repeat them in every sentence
- c) Repeat the exact same word
- d) Content does not matter

4) ما هو الصحيح عند استخدام الكلمات الرئيسية؟

- أ) استخدام الاختلافات
- ب) كررها في كل جملة
- ج) كرر نفس الكلمة بالضبط
- د) المحتوى لا يهم

5) Which type of link will improve SEO ranking?

- a) Outbound
- b) Academic
- c) Google
- d) Inbound

5) ما نوع الرابط الذي سيحسن ترتيب SEO؟

- أ) الصادر
- ب) الدراسي
- ج) جوجل
- د) الوارد



6) How can you use press releases to improve SEO rankings?

- a) Include links to your website
- b) Send them to optimized websites
- c) Use SEO terms
- d) You cannot

6) كيف يمكنك استخدام البيانات الصحفية لتحسين تصنيفات SEO؟

- أ) تضمين روابط لموقعك على الويب
- ب) إرسالها إلى مواقع الويب المحسنة
- ج) استخدام مصطلحات SEO
- د) لا يمكنك

7) What is the main mistake of SEO that companies make?

- a) Broken links
- b) Lack of value propositions
- c) Using the wrong SEO
- d) Too many value propositions

7) ما هو الخطأ SEO الرئيسي الذي يرتكبه الشركات؟

- أ) روابط مقطوعة
- ب) عدم وجود مقترحات القيمة
- ج) استخدام خاطئ لـ SEO
- د) الكثير من مقترحات القيمة

8) What is used to express value propositions?

- a) Keywords
- b) Key phrases
- c) Differentiators
- d) Nothing

8) ما الذي يستخدم للتعبير عن مقترحات القيمة؟

- أ) الكلمات الرئيسية
- ب) العبارات الرئيسية
- ج) المفاضلات
- د) لا شيء

9) Why did Tim rewrite the content?

- a) Keep current ranking
- b) Improve ranking
- c) Be more relevant
- d) Improve it

9) لماذا قام تيم بإعادة كتابة المحتوى؟

- أ) للحفاظ على الترتيب الحالي
- ب) لتحسين الترتيب
- ج) ليكون أكثر ملاءمة
- د) لتحسينه

10) What happened after the rewrite?

- a) Nothing
- b) The ranking increased
- c) Sales increased
- d) The ranking fell

10) ماذا حدث بعد إعادة الكتابة؟

- أ) لا شيء
- ب) ارتفع الترتيب
- ج) زيادة المبيعات
- د) انخفض الترتيب

## Module Eight: Review Questions

## مراجعة الوحدة الثامنة:

1) What should SEO content be in?

- a) Java
- b) HTML
- c) Word
- d) Scripts

1) ما الذي يجب أن يكون فيه محتوى SEO؟

- أ) Java
- ب) HTML
- ج) Word
- د) Scripts

2) When creating descriptions for links,

- \_\_\_\_\_.
- a) Beg for an answer right away
  - b) Retract the job offer
  - c) Use SEO descriptions
  - d) Send the offer again

2) عند إنشاء أوصاف الارتباطات، \_\_\_\_\_.

- أ) التسول للحصول على إجابة على الفور
- ب) سحب عرض العمل
- ج) استخدام أوصاف SEO
- د) أرسل العرض مرة أخرى

3) What does a landing page need to communicate?

- a) Target
- b) Cost
- c) Value
- d) Message

3) ما الذي تحتاج إليه الصفحة المقصودة للتواصل؟

- أ) هدف
- ب) تكلفة
- ج) قيمة
- د) رسالة

4) What is meant to capture leads?

- a) Landing page
- b) Analytics
- c) Mobile device
- d) Linking

4) ما المقصود بالكسب على العملاء المحتملين؟

- أ) الصفحة المقصودة
- ب) تحليلات
- ج) جهاز محمول
- د) ربط

- 5) What will show you the number of visitors and how they arrived at the website?
- Links
  - Keywords
  - SEO
  - Analytics

- 5) ما الذي سيعرض عليك عدد الزوار وكيفية وصولهم إلى الموقع؟
- الروابط
  - الكلمات الرئيسية
  - SEO
  - التحليلات

- 6) What is true of analytics?
- They vary in price and function
  - They are all free
  - They all perform the same function
  - They are all expensive

- 6) ما هو صحيح من التحليلات؟
- يختلفون في السعر والوظيفة
  - جميعهم أحرار
  - جميعهم يؤدون نفس الوظيفة
  - كلها مكلفة

- 7) What percentage of people demand that websites be mobile friendly?
- 64%
  - 61%
  - 46%
  - 16%

- 7) ما هي النسبة المئوية للأشخاص الذين يطلبون أن تكون مواقع الويب متوافقة مع الجوال؟
- 64%
  - 61%
  - 46%
  - 16%

- 8) Choose the ideal loading time for a mobile device.
- 6 seconds
  - 10 seconds
  - 5 seconds
  - 8 seconds

- 8) اختر وقت التحميل المثالي لجهاز محمول.
- 6 ثوان
  - 10 ثوان
  - 5 ثوان
  - 8 ثوان

- 9) What happened to Albert's online traffic?
- Nothing
  - It doubled

- 9) ماذا حدث لحركة ألبرت على الانترنت؟
- لا شيء
  - تضاعفت
  - سقطت



- c) It dropped  
d) It fluctuated

(د) تقلبت

10) How long did it take for sales to increase 7%?

- a) A year  
b) 5 years  
c) No time  
d) 6 months

10) كم من الوقت استغرقت زيادة المبيعات بنسبة 7%؟

- (أ) سنة  
(ب) 5 سنوات  
(ج) لا وقت  
(د) 6 أشهر

## Module Nine: Review Questions

## مراجعة الوحدة التاسعة:

- 1) What makes customers less likely to convert leads to sales?  
a) Touch point  
b) Inconsistency  
c) Quantity  
d) Consistency

1) ما الذي يجعل العملاء أقل عرضة لتحويل العملاء المحتملين

إلى مبيعات؟

- (أ) نقطة اتصال  
(ب) عدم تناسق  
(ج) الكمية  
(د) التناسق

- 2) What are email, newsletters, promotional offers, social media, white papers, and webinars?  
a) Offers  
b) Samples  
c) Touch points  
d) Resources

2) ما هي رسائل البريد الإلكتروني والنشرات الإخبارية

والعروض الترويجية ووسائل التواصل الاجتماعي والأوراق البيضاء والندوات عبر الإنترنت؟

- (أ) عروض  
(ب) عينات  
(ج) نقاط لمس  
(د) موارد

- 3) A give away must be something that customer's \_\_\_\_\_.  
a) Ask for

3) يجب أن يكون العطاء شيئاً \_\_\_\_\_ العميل.

- (أ) يطلبه  
(ب) يريده  
(ج) يقدره

(د) يستخدمه

- b) Want
- c) Value
- d) Use

(4) التجربة مجانية لمدة 30 يوما مثال على ماذا؟

- أ) هدية الترويجية
- ب) خصم
- ج) هدية
- د) عينة

4) What is a 30-day free trial an example of?

- a) Freebie
- b) Discount
- c) Gift
- d) Sample

(5) ما الذي يوفره الدفع لكل نقرة؟

- أ) جودة
- ب) عائد الاستثمار (ROI)
- ج) تكرار العملاء
- د) كمية

5) What does pay per click provide?

- a) Quality
- b) ROI
- c) Repeat customers
- d) Quantity

(6) ما الذي يتم إنشاؤه في الصفحة المقصودة؟

- أ) جودة
- ب) عائد الاستثمار (ROI)
- ج) تكرار العملاء
- د) الكمية

6) What is generated on a landing page?

- a) Quality
- b) ROI
- c) Repeat customers
- d) Quantity

(7) ما هي النسبة المئوية للمبيعات التي تتكرر؟

- أ) 50%
- ب) 80%
- ج) 20%
- د) 45%

7) What percentage of sales is repeat business?

- a) 50%
- b) 80%
- c) 20%
- d) 45%

(8) ما هي النسبة المئوية للاتصالات التي يجب أن تكون الترويج

- أ) 40%

8) What percentage of communication to repeat customers should be promotion?

- a) 40%

- b) 35%
- c) 25%
- d) 50%

- (ب) 35%
- (ج) 25%
- (د) 50%

9) What was Harold's original conversion rate?

(9) ما هو معدل التحويل الأصلي لهارولد؟

- a) 5%
- b) 6%
- c) 20%
- d) 15%

- (أ) 5%
- (ب) 6%
- (ج) 20%
- (د) 15%

10) What is the total conversion rate at the end of the study?

(10) ما هو معدل التحويل الكلي في نهاية الدراسة

- a) 5%
- b) 6%
- c) 15%
- d) 20%

- (أ) 5%
- (ب) 6%
- (ج) 15%
- (د) 20%



## Module Ten: Review Questions

## مراجعة الوحدة العاشرة:

1) For whom do you tailor a campaign?

(1) لمن تصمم حملة؟

- a) Each customer
- b) Target audience
- c) Age groups
- d) No one

- (أ) كل عميل
- (ب) الجمهور المستهدف
- (ج) الفئات العمرية
- (د) لا احد

2) When tailoring a campaign what information do you use?

(2) عند تصميم حملة ما هي المعلومات التي تستخدمها؟

- a) Sales
- b) Competition

- (أ) المبيعات
- (ب) المنافسة
- (ج) أبحاث السوق
- (د) إدارة العميل الرئيسي

- c) Market research
- d) Lead management

3) How many power words are there?

- a) 6
- b) 8
- c) 10
- d) 12

(3) كم عدد كلمات القوة هنا؟

- أ) 6
- ب) 8
- ج) 10
- د) 12

4) Which word creates a feeling of trust?

- a) Guarantee
- b) Love
- c) Save
- d) Discover

(4) ما هي الكلمة التي تخلق شعورا بالثقة؟

- أ) ضمان
- ب) حب
- ج) إنقاذ
- د) إكتشاف

5) What is not one of the 4 W's?

- a) Who
- b) When
- c) What
- d) Why

(5) ما هو ليس واحدا من 4W؟

- أ) من
- ب) متى
- ج) ماذا
- د) لماذا

6) What answers the question of who?

- a) Target audience
- b) Repeat customer
- c) Leads
- d) Employees

6) ما الذي يجيب على السؤال من؟

- أ) الجمهور المستهدف
- ب) تكرار العميل
- ج) عملاء محتملين
- د) الموظفين

7) What should you tweak if traffic is low?

- a) ROI
- b) SEO
- c) Message
- d) Sales

7) ماذا يجب تعديله إذا كانت حركة المرور منخفضة؟

- أ) عائد الاستثمار (ROI)
- ب) تحسين محركات البحث (SEO)
- ج) الرسالة
- د) المبيعات

8) Tweaking a campaign is unsuccessful. What should you do?

- a) End campaign
- b) Give it more time
- c) Revisit 4 W's
- d) It can upset your current employees

8) إذا كان التغيير والتبديل في حملة غير ناجح. ماذا يجب أن تفعل؟

- أ) إنهاء الحملة
- ب) أعطه المزيد من الوقت
- ج) إعادة النظر في 4 W
- د) يمكن لذلك أن يزعج موظفيك الحاليين

9) What was the tone of Evelyn's original campaign?

- a) Frugal
- b) Playful
- c) Serious
- d) Elegant

9) ما هي نبرة حملة إيفلين الأصلية؟

- أ) مقتصد
- ب) لعب
- ج) جاد
- د) أنيق

10) How much did sales increase at the end?

- a) They did not
- b) 5%
- c) 8%
- d) 12%

10) كم زادت المبيعات في النهاية؟

- أ) لم يفعلوا ذلك
- ب) 5%
- ج) 8%
- د) 12%

