

电子商务网络营销理论题-单选题（四） PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_62453.htm 61 尽可能的扩大网站的影响面，可采取()措施 A.设法增加站点的访问率 B.利用搜索引擎推广站点 C.将站点延伸到其它站点 D.以上全是 62 考察平台是否形成了一定的商业“马太”效应，是指() D A.是否有方便顾客的支付平台 B.是否有覆盖全国的配送系统 C.即平台是否易于远程维护 D.即是否已经有许多相关的网上商店在该平台搭建，这可以提升网上商店平台的人气 63 利用Infoseek等数量型的搜索工具可以查询()资料 D A.生产商报价 B.销售商报价 C.国际贸易数据 D.各国进口商详细信息 64 利用电子邮件收集客户信息时，首先要做什么 B A.制作网上调查问卷 B.获得客户电子邮件地址 C.向客户派发电子邮件 D.接受客户反馈信息 65 利用免费Internet服务发布的广告有许多特点如：主动性强，针对性强，()等 A.统计性好 B.易于制作 C.效果好 D.容易发布 66 两个变量之间不精确、不稳定的变化关系称为 B A.回归关系 B.相关关系 C.聚类关系 D.线性关系 67 平台是否提供有配套的商业服务系统，如是否有方便顾客的支付平台，是否有覆盖全国的配送系统，是指() B A.平台的易用性 B.平台的商用性 C.平台的知名度和平台的聚集性 D.平台的廉价性 68 平台是否形成了一定的商业"马太"效应，是指() B A.平台的易用性和平台的商用性 B.平台的聚集性 C.平台的知名度 D.平台的廉价性 69 平台是否易于远程维护，商品的信息是否易于修改，日常业务管理是否易于操作，是指() A A.平台的易用性 B.平台的商用性 C.平台的知名度和平台的聚集性 D.

平台的廉价性 70 平台是否在网络上较高的访问量是指() C
A.平台的易用性 B.平台的商用性和平台的聚集性 C.平台的知名度 D.平台的廉价性 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com