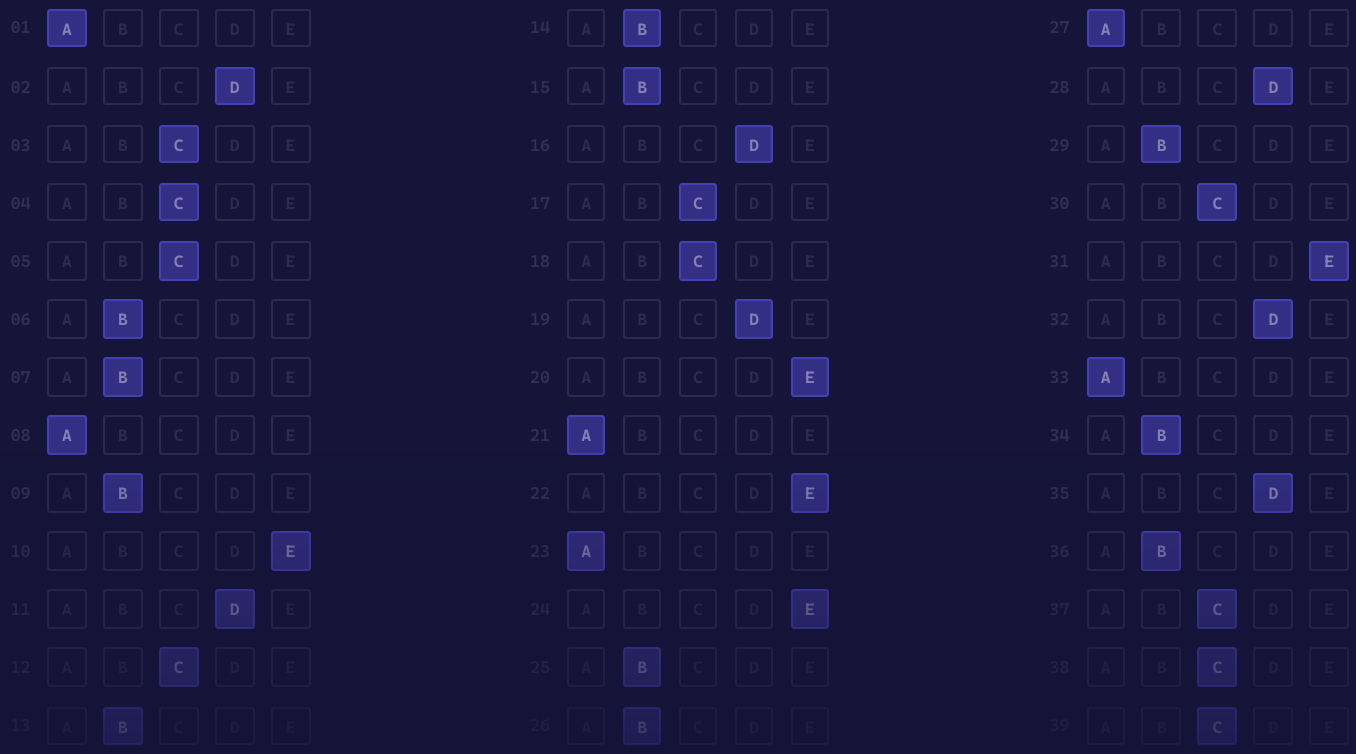
MOMETRIX
SMARTER PREP. BETTER RESULTS.



PRACTICE QUESTIONS

Ocean Engine Digital Marketing Competence Certification

OMC2F

数字营销师-汽车短视频运营（中级）

EDITION	QUESTIONS	FORMAT
Demo	9	Limited Edition PDF

WEB www.mometrix.net

SUPPORT support@mometrix.net

Before you begin

What this is

9 practice questions for Ocean Engine Digital Marketing Competence Certification `OMC2F`, each with its answer key and an explanation. Answer a question before you read its key — the explanation is worth more once you have committed.

If something looks wrong

Send us three things and we will check it:

- the exam code, `OMC2F`
- the question number
- the email address on your order

Write to **support@mometrix.net**. We reply within one business day.

mometrix.net

QUESTION 1 MULTIPLE CHOICE

在抖音平台运营汽车经销商短视频账号时，账号定位需要重点考虑的因素包括以下哪些项？(Choose two.)

A **目标受众画像与购车决策阶段**

B **品牌调性与门店差异化优势**

C 每天发布的视频数量上限

D 账号头像的颜色与滤镜风格

ANSWER **A** · **B**

WHY 账号定位的核心是明确'为谁服务'和'提供什么独特价值'，因此目标受众画像（购车阶段）与品牌调性/差异化优势是定位的关键要素。每日发布数量和头像滤镜属于执行层的运营细节，不属于账号定位范畴。

QUESTION 2 MULTIPLE CHOICE

下列哪些选题类型更适合汽车经销商短视频以实现留资转化？(Choose two.)

A **到店实拍新车交付过程**

B 同价位竞品专业对比测评

C 纯风景路书与车主日记

D **限时优惠与试驾报名引导**

ANSWER **A** · **D**

WHY 到店交付实拍能展示真实成交与服务流程，建立信任；限时优惠与试驾报名引导直接对应留资转化目标。纯风景路书偏向品牌情怀，竞品专业测评若由经销商账号发布易引发合规争议且转化路径较长，不是留资最优选题。

mometrix.net

QUESTION 3 SINGLE CHOICE

在巨量引擎内容平台发布汽车短视频时，关于画面构图与画面稳定性的描述，以下哪项最符合平台推荐的拍摄规范?

A 使用竖屏手持拍摄即可，无需借助稳定设备

B 使用竖屏拍摄并借助稳定器或三脚架，保证画面稳定

C 必须使用横屏拍摄以匹配车载屏幕

D 画面轻微晃动更能体现真实驾驶感

ANSWER B

WHY 抖音/西瓜等巨量引擎内容平台以竖屏为主，且平台推荐使用稳定器或三脚架等辅助设备以保证画面稳定性，从而提升完播率与推荐量。

QUESTION 4 SINGLE CHOICE

某汽车经销商希望在抖音投放短视频广告收集销售线索，下列哪种巨量千川推广目的最匹配该目标?

A 短视频推商品

B 短视频推直播间

C 短视频推线索

D 品牌广告

ANSWER C

WHY 巨量千川针对不同营销目标提供多种推广目的，其中'短视频推线索'专门用于收集用户表单留资，最适合汽车经销商获取销售线索的场景。

mometrix.net

QUESTION 5 SINGLE CHOICE

在巨量千川投放汽车广告时，关于基础定向与行为兴趣定向的关系，下列说法正确的是？

A 基础定向与行为兴趣定向是'或'的关系，系统会自动取并集

B 基础定向与行为兴趣定向是'且'的关系，取交集

C 行为兴趣定向会覆盖基础定向设置

D 系统随机从两类定向中选择一类

ANSWER B

WHY 在巨量千川中，基础定向（地域、性别、年龄等）与行为兴趣定向之间是'且'的逻辑关系，最终投放人群为两者交集，这有助于精准触达目标购车人群。

QUESTION 6 SINGLE CHOICE

关于抖音汽车短视频的核心数据指标，下列哪项是衡量内容吸引力的首要指标？

A 完播率

B 评论数

C 粉丝增量

D 转发数

ANSWER A

WHY 完播率（用户看完整条视频的比例）是平台判定内容质量与吸引力的关键指标，直接影响视频进入更大流量池的概率，是内容运营最核心的诊断指标。

mometrix.net

QUESTION 7 SINGLE CHOICE

汽车经销商账号在抖音发布涉及具体车型优惠价格的短视频时，以下哪种做法最符合广告法与平台规范？

A **在视频与文案中标注'最终价格以经销商实际成交为准'**

B 直接展示与发布绝对优惠金额，不附加任何说明

C 使用夸张性极限词宣传促销力度

D 不标注价格，由用户到店后再口头告知

ANSWER **A**

WHY 根据《广告法》及抖音平台社区规范，涉及具体价格、优惠信息应真实、准确并标明附加条件，避免误导消费者。使用极限词可能违反广告法，而完全不在视频中呈现价格会降低转化效率。

QUESTION 8 SINGLE CHOICE

汽车集团旗下多家4S店运营抖音矩阵账号时，下列哪种账号矩阵搭建策略最有助于避免内容重复与流量内耗？

A 所有门店账号每天同步转发同一条集团总部视频

B **总部账号定位品牌内容，各门店账号差异化定位区域与车型，并采用统一标签体系**

C 各门店账号完全独立运营，互不打通

D 门店账号只发布车间维修实拍，不做任何车型内容

ANSWER **B**

WHY 汽车短视频矩阵运营通常采用'总部+门店'分工模式：总部负责品牌内容与统一调性，各门店账号根据区域市场与主营车型差异化定位，并通过统一标签或话题进行流量协同，既能避免内容同质化又能形成聚合效应。

mometrix.net

QUESTION 9 SINGLE CHOICE

关于汽车经销商'短视频+直播'协同运营的最佳实践，下列描述最准确的是？

A 短视频与直播应完全分开运营，避免用户分流

B 通过短视频引流至直播间，直播间反哺短视频热度与账号权重

C 只做直播不做短视频，效率更高

D 只做短视频不做直播即可完成全部转化

ANSWER B

WHY 短视频+直播协同是抖音汽车内容营销的标准模式：短视频负责持续触达与精准引流，直播间承接转化并通过互动数据反哺账号权重与短视频推荐，二者相互促进。

mometrix.net