

01	A	B	C	D	E
02	A	B	C	D	E
03	A	B	C	D	E
04	A	B	C	D	E
05	A	B	C	D	E
06	A	B	C	D	E
07	A	B	C	D	E
08	A	B	C	D	E
09	A	B	C	D	E
10	A	B	C	D	E
11	A	B	C	D	E
12	A	B	C	D	E
13	A	B	C	D	E

14	A	B	C	D	E
15	A	B	C	D	E
16	A	B	C	D	E
17	A	B	C	D	E
18	A	B	C	D	E
19	A	B	C	D	E
20	A	B	C	D	E
21	A	B	C	D	E
22	A	B	C	D	E
23	A	B	C	D	E
24	A	B	C	D	E
25	A	B	C	D	E
26	A	B	C	D	E

27	A	B	C	D	E
28	A	B	C	D	E
29	A	B	C	D	E
30	A	B	C	D	E
31	A	B	C	D	E
32	A	B	C	D	E
33	A	B	C	D	E
34	A	B	C	D	E
35	A	B	C	D	E
36	A	B	C	D	E
37	A	B	C	D	E
38	A	B	C	D	E
39	A	B	C	D	E

PRACTICE QUESTIONS

Ocean Engine Digital Marketing Competence Certification

OMC2P

数字营销师-巨量本地推（中级）营销师

EDITION

Demo

QUESTIONS

9

FORMAT

Limited Edition PDF

Before you begin

What this is

9 practice questions for Ocean Engine Digital Marketing Competence Certification OMC2P , 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, OMC2P
- the question number
- the email address on your order

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

QUESTION 1 SINGLE CHOICE

在巨量本地推中，本地推广计划主要面向以下哪类营销诉求？

- ☐ A 面向全国范围的电商购物转化
- ☒ B 面向线下门店到店或本地服务转化的区域营销
- ☐ C 面向品牌出海的海外用户增长
- ☐ D 面向纯应用拉新与留存的应用增长

ANSWER B

WHY 巨量本地推（本地推广）由巨量引擎推出，面向有线下门店或本地服务诉求的广告主，核心目标是门店到店、本地获客与本地转化，而非全国电商购物、品牌出海或纯应用增长。

QUESTION 2 SINGLE CHOICE

在巨量本地推的广告投放层级中，下列关于“广告组”层级的描述正确的是？

- ☐ A 广告组是最高层级，用于设置账户预算
- ☐ B 广告组层级主要承载创意素材和落地页设置
- ☒ C 广告组用于设置定向、出价方式和预算等投放策略
- ☐ D 广告组仅用于管理评论和私信回复

ANSWER C

WHY 巨量本地推沿用巨量引擎的多层级结构：广告计划—广告组—创意。广告组是承接定向、出价方式、地域、预算等投放策略的层级，创意层主要承载素材和落地页。

QUESTION 3 SINGLE CHOICE

本地推广计划计划在圈选投放地域时，下列哪种圈定方式最贴合“门店周边 3 公里到店引流”的诉求？

- ☐ A 按省份/直辖市大范围投放
- ☒ B 按自定义 POI 点位 + 周边半径圈选
- ☐ C 按已安装用户设备的 IP 段投放
- ☐ D 按系统推荐的国家维度投放

ANSWER B

WHY 本地推支持按 POI 点位（如门店地址）结合周边半径（如 1km/3km/5km/6km 等）圈选投放范围，是门店到店类诉求的典型打法。

QUESTION 4 SINGLE CHOICE

本地推广计划希望以“表单提交”作为优化目标，下列哪种出价方式最合适？

- ☒ A OCPC 转化出价，优化目标选择表单提交
- ☐ B CPM 千次展示出价
- ☐ C CPC 一次点击出价
- ☐ D oCPM 仅优化曝光，不针对转化

ANSWER A

WHY 表单提交属于深度转化目标，本地推中通常使用 oCPC（优化出价-转化）并把优化目标设置为表单提交，以便系统针对更接近成的人群进行出价优化。

QUESTION 5 SINGLE CHOICE

本地推广告创意中“门店标识”组件的主要作用是？

- ☐ A 用于提高视频清晰度
- ☒ B 用于在广告中展示门店地址、距离、营业时间等本地信息
- ☐ C 用于统计创意 A/B 测试结果
- ☐ D 用于替代落地页跳转

ANSWER B

WHY 门店标识是本地推的特色组件，可在原生广告中直接呈现门店距离、地址、营业时间等本地化信息，提升到店引导效率。

QUESTION 6 SINGLE CHOICE

本地推报表中“到店量”指标主要来源于？

- ☐ A 广告计划后台人工填写的预估数
- ☐ B 对接的第三方统计工具直接推算
- ☒ C 巨量本地推基于地理位置与到店回传等数据计算得到
- ☐ D 由创意层级自动生成的展示次数

ANSWER C

WHY 巨量本地推的到店量是基于地理位置、门店位置信息及广告主回传的到店/附近等数据由平台计算得到，用于评估广告对线下到店的实际贡献。

QUESTION 7 SINGLE CHOICE

本地推广主使用“超级本地通”落地页时，下列哪个不是其常见组件？

- ☐ A 门店地址与导航
- ☐ B 优惠券领取
- ☒ C 在线客服工单系统
- ☐ D 拨打电话与表单留资

ANSWER C

WHY 超级本地通是面向本地推的官方落地页模板，常见组件包括门店地址/导航、优惠券、表单、拨打电话等；在线客服工单系统并非其标准内置组件。

QUESTION 8 SINGLE CHOICE

下列关于本地推广主要投放资源位的说法，正确的是？

- ☐ A 只投放在穿山甲联盟外部流量
- ☐ B 只投放在开屏这一种资源位
- ☒ C 覆盖抖音、今日头条、西瓜视频等巨量引擎多端原生信息流
- ☐ D 只投放到搜索广告资源位

ANSWER C

WHY 巨量本地推依托巨量引擎多端流量，覆盖抖音、今日头条、西瓜视频等原生信息流场景，并以门店为核心进行本地化定向与创意呈现。

QUESTION 9

MULTIPLE CHOICE

下列关于巨量本地推“到店跟踪与衡量”能力的描述，正确的是？（Choose two.）

- ☐ A 支持通过门店位置与到店回传识别线下到店行为
- ☒ B 可以直接生成门店 POS 收银金额报表
- ☒ C 支持在报表中查看到店量、到店率等本地推核心指标
- ☐ D 支持跨账户自动汇总抖音商城 GMV

ANSWER B - C

WHY 本地推支持基于门店位置与到店回传识别到店行为，并提供到店量、到店率等本地推核心指标。平台不直接对接门店 POS 收银，也不负责跨账户汇总抖音商城 GMV。