

## แบบทดสอบ เรื่อง วิธีการและเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์

ตอนที่ 1 คำถามแบบปรนัยเลือกตอบข้อเดียว (มีทั้งหมด 20 ข้อ ข้อละ 1 คะแนน รวม 20 คะแนน) แต่ละข้อมีตัวเลือกทั้งหมด 4 ตัวเลือก กรุณาเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว ในกรณีเลือกคำตอบที่ผิด เลือกหลายข้อ หรือไม่เลือกสักข้อจะไม่ได้รับคะแนน การกรอกคำตอบลงในกระดาษคำตอบ

### 1. เกี่ยวกับการตลาดออนไลน์และการตลาดแบบเดิม ข้อใดต่อไปนี้ไม่ถูกต้อง ( )

- A.การตลาดออนไลน์เป็นการสืบทอด การพัฒนา และเป็นนวัตกรรมของการตลาดแบบดั้งเดิมในสภาพแวดล้อมของอินเทอร์เน็ต
- B.การตลาดออนไลน์เป็นแนวคิดทางการตลาดรูปแบบใหม่ และเป็นวิธีการทางการตลาดโดยพื้นฐานแล้วการตลาดออนไลน์ได้เปลี่ยนแปลงความคิดและรูปแบบของการตลาดแบบเดิม และมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตลาดแบบเดิม
- C.ในยุคอินเทอร์เน็ต การตลาดออนไลน์สามารถแทนที่การตลาดแบบเดิมได้โดยสิ้นเชิง
- D.การปรากฏตัวของการตลาดออนไลน์ทำให้ตลาดเป้าหมายขนาดใหญ่มีความเป็นไปได้ที่จะแปลงเปลี่ยนเป็นตลาดส่วนบุคคล

### 2. อนุญาตให้ผู้ใช้หรือลูกค้าเพิ่มปริมาณการเข้าชมฟรี ผ่านทางกิจกรรมแบ่งปัน สินค้าแบ่งปัน และเนื้อหาแบ่งปัน ซึ่งจะทำได้สามารถเพิ่มยอดขายได้ เรียกว่า ( )

- A.การตลาดแบบแบ่งปัน
- B.การตลาดเชิงประสบการณ์
- C.การตลาดแบบบูรณาการ
- D.การตลาดแบบสัมพันธ์

### 3.ข้อใดต่อไปนี้ไม่ใช่เครื่องมือทางการตลาดผ่านสื่อใหม่ ( )

- A.WeChat
- B.Weibo
- C.Toutiao
- D.ถ่ายทอดสด

### 4.วิธีการทำงานของเสิร์ชเอนจินไม่รวมถึงข้อใดต่อไปนี้ ( )

- A.การรวบรวมข้อมูลและการขูดข้อมูล
- B.การเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ด
- C.การประมวลผลข้อมูลล่วงหน้า
- D.การนำเสนอผลการค้นหา

### 5. เนื้อหาของหน้าเว็บไซต์ที่ค้นหบนอินเทอร์เน็ตจะถูกแบ่งหมวดหมู่ต่าง ๆ และสร้างเป็นคีย์เวิร์ดหมวดหมู่ ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลที่จำเป็นทีละขั้นตอนตามหมวดหมู่หัวข้อต่าง ๆ ที่เว็บไซต์มีให้ เรียกว่า ( )

- A.เสิร์ชเอนจินแบบพอร์ทัล
- B.เสิร์ชเอนจินแบบไคเรกทอรี
- C.เสิร์ชเอนจินแบบเต็มฉบับ
- D.เสิร์ชเอนจินเชิงลึก

### 6. เกี่ยวกับการตลาด EDM ข้อความต่อไปนี้ไม่ถูกต้อง ( )

- A.การแบ่งประเภทตามการอนุญาตของผู้ใช้ สามารถแบ่งเป็น การตลาดผ่านอีเมลที่ไม่ได้รับอนุญาตและการตลาดผ่านอีเมลที่ได้รับอนุญาต
- B.อีเมลคือการสื่อสารแบบเพียร์ทูเพียร์ ซึ่งสามารถบรรลุการสื่อสารที่ตรงเป้าหมายและมีความแม่นยำสูง
- C.แบ่งประเภทตามการตลาดของบริษัท สามารถแบ่งเป็นการตลาดผ่านอีเมลแบบระยะสั้นและการตลาดผ่านอีเมลระยะยาว
- D.การตลาด EDM ครอบคลุมพื้นที่ค่อนข้างแคบ การดำเนินงานก็ซับซ้อน

### 7. เสิร์ชเอนจิน 360 เป็นของ ( )

- A.เสิร์ชเอนจินแบบไคเรกทอรี
- B.เสิร์ชเอนจินแบบเต็มฉบับ
- C.เสิร์ชเอนจินแบบเมตา
- D.เสิร์ชเอนจินแบบคอลเลกชัน

### 8.ตัวชี้วัดของการตรวจสอบผลกระทบทางการตลาด EDM ไม่รวมถึง ( )

- A. ปริมาณการส่งต่อ
- B. อัตราการเปิด
- C. อัตราการคลิก
- D. อัตราการเข้าถึง

### 9.ความกว้างเฟรมของอีเมลทางการตลาดต้องไม่เกิน ( )

- A.1024px
- B.900px
- C.800px
- D.1280px

### 10.ในกระบวนการของการตลาดแบบ EDM ผู้ให้บริการโฆษณาที่คืออีเมล มีลักษณะเด่นคือ ( ) และสามารถรวบรวมและการหมุนเวียน ซึ่งสะดวกสบายมาก

- A.ความแม่นยำสูง
- B.ข้อมูลจำนวนมาก เก็บรักษาได้นาน
- C.ครอบคลุมพื้นที่กว้าง
- D.มีความเป็นสากลสูง และผู้ใช้เสถียร

### 11.เกี่ยวกับลักษณะเด่นของการตลาดผ่าน Weibo ข้อใดต่อไปนี้ไม่ถูกต้อง ( )

- A.Weibo เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลและเป็นตัวเลือกอันดับหนึ่งสำหรับการตลาดเชิงสังคม
- B.รูปแบบการเผยแพร่เนื้อหาของ Weibo มีความสมบูรณ์มาก และยังให้วิธีการนำเสนอและการแสดงออกที่หลากหลายให้กับผู้ใช้ของแพลตฟอร์ม
- C.การตลาดผ่าน Weibo มีต้นทุนต่ำ และสามารถเผยแพร่ข้อมูลได้รวดเร็ว
- D.Weibo มุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้ แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการเชิงลึก

12.เครื่องมือออนไลน์ต่อไปนี้ใช้สำหรับการเรียงพิมพ์และแก้ไขเนื้อหาของบทความบัญชีทางการ WeChat ( )

- A.135plat
- B.ตัวจัดการสื่อสมัยใหม่
- C.CHUANGKIT
- D.Tuguaishou

13.เกี่ยวกับข้อดีของการตลาดผ่าน WeChat ข้อใดต่อไปนี้ไม่ถูกต้อง ( )

- A.WeChat สามารถช่วยให้บริษัทต่างๆ บรรลุการตลาดที่แม่นยำแบบเพอร์เฟกต์
- B.การตลาด WeChat มีต้นทุนต่ำและมีฐานผู้ใชกว้างขวาง
- C.WeChat สามารถให้บริการองค์กรและธุรกิจด้วยรูปแบบการตลาดที่ยืดหยุ่นและหลากหลาย
- D.การตลาด WeChat เป็นกลไกความสัมพันธ์ที่อ่อนแอจนเกินไป

14.Toutiao มีเมทริกซ์ผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ ข้อใดต่อไปนี้ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์วิดีโอ ( )

- A.Xigua Video
- B. Huoshan Video
- C.Wei Toutiao
- D.Douyin

15.ความละเอียดอ่อนของบทความโฆษณาแบบนุ่มนวลอยู่ที่ (ความนุ่มนวล) จะแอบแฝงเนื้อหาการโปรโมตลงในบทความ และอธิบายจากมุมมองกว้างเข้ามา เป็นการเผยแพร่แบบให้ผู้อ่านค่อยๆ เกิดซึมซับเนื้อหา ทำให้ผู้อ่านเปิดใจยอมรับข่าวสารที่บทความโฆษณาแบบนุ่มนวลต้องการสื่อสารโดยปริยาย เป็นลักษณะเด่นด้าน( )ของการตลาดผ่านบทความโฆษณาแบบนุ่มนวล

- A.เนื้อหาและรูปแบบหลากหลาย
- B.การเผยแพร่แบบแอบแฝงและล่องหน
- C.มีพลังในการดึงดูด และระดับการยอมรับสูง
- D.ต้นทุนต่ำและประสิทธิภาพสูง

16.การตลาดผ่านวิดีโอสั้นใช้รูปแบบการเผยแพร่แบบ วิดีโอ+( )+อินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็วและทันทีจากมุมมองที่หลากหลายขึ้น

- A.โซเชียล
- B.ผู้ใช้
- C.ข้อมูล
- D.โต้ตอบ

17.ข้อใดต่อไปนี้เป็นซอฟต์แวร์การเขียนโดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ ( )

- A.Bishen
- B.Tuguaishou
- C.135plat
- D.ตัวแก้ไขรายการใหม่

18.เกี่ยวกับการตลาดผ่านรหัส QR ข้อใดต่อไปนี้ไม่ถูกต้อง ( )

- A.รหัส QR เป็นรูปทรงเรขาคณิตที่ใช้บันทึกข้อมูล
- B.รหัส QR สามารถแสดง URL ไฟล์ รูปภาพ วิดีโอ และเนื้อหาอื่นๆ แก่ผู้ใช้ได้
- C.รหัส QR สามารถแปลงได้เฉพาะปริมาณการเข้าชมแบบออนไลน์เท่านั้น
- D.การสร้างรหัส QR สามารถได้โดยใช้เครื่องมือ cli.im

19.จำนวนคนสูงสุดที่สามารถทำงานร่วมกันในไฟล์เดียวและพื้นที่ว่างในShimo Docs เวอร์ชันฟรี คือ ( )

- A.15
- B.20
- C.ไม่จำกัด
- D.50

20.เกี่ยวกับ Kefubao ข้อใดต่อไปนี้ไม่ถูกต้อง ( )

- A.Kefubao เป็นซอฟต์แวร์การสนทนาแบบเรียลไทม์
- B.สามารถดูซับประวัติในซอฟต์แวร์แชทต่างๆ ได้โดยอัตโนมัติ เช่น WeChat, QQ และ Qianniu
- C.ประโยชน์ส่วนตัวของ Kefubao สามารถใช้ร่วมกันได้
- D. Kefubao แบ่งเป็นเวอร์ชันระบบ PC และเวอร์ชัน Android

ตอนที่ 2 คำถามแบบปรนัยเลือกตอบหลายข้อ (แต่ละข้อมีอย่างน้อย 2 คำตอบขึ้นไป ในกรณีเลือกคำตอบที่ผิด เลือกหลายข้อ หรือไม่เลือกสักข้อจะไม่ได้รับคะแนน คำถามมีทั้งหมด 10 ข้อ ข้อละ 3 คะแนน รวม 30 คะแนน)

กรุณารอกคำตอบลงในกระดาษคำตอบ

1.ผลกระทบของการตลาดแบบออนไลน์ที่มีต่อการตลาดแบบดั้งเดิมไม่รวมถึง( )

- A.ผลกระทบต่อลูกค้าสัมพันธ์
- B.ผลกระทบต่อราคา
- C.ผลกระทบต่อช่องทาง
- D.ผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์

2.ในกระบวนการสมัครบัญชี Baidu โปรโมต ข้อใดต่อไปนี้ถูกต้อง ( )

- A.สามารถดูในหน้าเว็บไซต์
- B.ข้อมูลที่ให้เป็นความจริงและถูกต้อง ข้อมูลบริษัทสอดคล้องกับข้อมูลของเจ้าของเว็บไซต์และผู้ดำเนินการ
- C.ชื่อโดเมนหลักของ URL ในข้อมูลการลงทะเบียนและชื่อโดเมนหลักของลิงค์คีย์เวิร์ดควรสอดคล้องกัน
- D.สามารถเปิดบัญชีBaidu โปรโมต โดยไม่ต้องรอการอนุมัติ

3.เลิร์ทอินจินประกอบไปด้วย( )

- A.เครื่องมือช่วยค้น
- B.อินเด็กซ์เตอร์
- C.ส่วนเชื่อมต่อกับผู้ใช้
- D.รีทริฟเวอร์

4. ข้อใดต่อไปนี้เป็นเครื่องมือทางการตลาด EDM ( )

- A. Webpower B. Focus send  
C. Mailpanda D. ChinaZ

5. ประเภทของการตลาดผ่าน WeChat ได้แก่ ( )

- A. การตลาดผ่านมินิโปรแกรม B. การตลาดผ่านโมเมนต์ WeChat  
C. การตลาดผ่านบัญชีทางการ D. การตลาดผ่านกลุ่มสนทนา WeChat

6. ChinaZ เป็นปลั๊กอินเครื่องมือรวบรวมสำหรับการใช้งานสื่อใหม่ ซึ่งอำนวยความสะดวก  
สำหรับผู้ใช้ในการจัดการบัญชีสื่อใหม่หลายบัญชี แพลตฟอร์มที่รองรับในปัจจุบัน ได้แก่ ( )

- A. บัญชีทางการ WeChat B. Toutiao  
C. linkedin D. Weibo

7. ข้อใดต่อไปนี้เป็นแพลตฟอร์มถ่ายทอดสด ( )

- A. XIGUAI B. Taobao live  
C. xiaokaxiu D. Inke

8. ข้อดีของเครื่องมือแก้ไข Kuai 360 ได้แก่ ( )

- A. เริ่มต้นใช้งานได้รวดเร็ว สามารถแก้ไขวิดีโออย่างมืออาชีพ  
B. ฟังก์ชันครบครันและใช้งานง่าย  
C. วัสดุฟรี ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์  
D. วิดีโอออนไลน์ รับชมและตัดต่อพร้อมกัน

9. วิธีการจัดเรียงในซอฟต์แวร์จัดอันดับการค้นหา zhulusoft ได้แก่ ( )

- A. คำเริ่มต้น B. Zhitongche  
C. ความนิยม D. ยอดขาย

10. เกี่ยวกับกับ zhulusoft ข้อความต่อไปนี้เป็นเรื่องที่ต้อง ( )

- A. ข้อกำหนดของ zhulusoft ที่มีต่อระบบ: WIN7/8/10  
B. zhulusoft สามารถใช้กับระบบมือถือได้  
C. ซอฟต์แวร์ Taobao ของ zhulusoft ประกอบไปด้วย การจัดอันดับการค้นหา การเลือก  
ผลิตภัณฑ์ การประเมินภาพหลัก การบูดคีย์เวิร์ด ฯลฯ  
D. zhulusoft สามารถใช้กับระบบ PC ได้

ตอนที่ 3 คำถามแบบอัตนัย (มีทั้งหมด 5 ข้อ ข้อละ 7 คะแนน รวม 35 คะแนน)

กรุณารอกคำตอบลงในกระดาษคำตอบ

1. โปรดอธิบายสั้น ๆ เกี่ยวกับความหมายแฝงของการตลาดออนไลน์
2. โปรดอธิบายสั้น ๆ เกี่ยวกับความหมายแฝงและองค์ประกอบพื้นฐานของการตลาด EDM
3. โปรดอธิบายสั้น ๆ เกี่ยวกับความหมายแฝงและลักษณะเด่นของบทความโฆษณาแบบนุ่มนวล  
ประเภทข่าว
4. โปรดอธิบายสั้น ๆ เกี่ยวกับรูปแบบการโปรโมตที่ใช้กันทั่วไปในการตลาด IM
5. โปรดอธิบายสั้น ๆ เกี่ยวกับภาพรวมของ sycm.taobao

ตอนที่ 4 คำถามแบบบรรยาย (มีทั้งหมด 1 ข้อ ข้อละ 15 คะแนน รวม 15 คะแนน)

กรุณารอกคำตอบลงในกระดาษคำตอบ

1. โปรดอธิบายวิธีการใช้เครื่องมือ Baidu โปรโมตในการดำเนินการตรวจสอบและวิเคราะห์  
ประสิทธิภาพ SEM หรือไม่

ตอนที่ 1 คำถามแบบปรนัยเลือกตอบข้อเดียว (มีทั้งหมด 20 ข้อ ข้อละ 1 คะแนน รวม 20 คะแนน)

1.C      2.A      3.D      4.B      5.B      6.D      7.C      8.A      9.B      10.B  
11.D      12.A      13.D      14.C      15.B      16.A      17.A      18.C      19.A  
20.C

ตอนที่ 2 คำถามแบบปรนัยเลือกตอบหลายข้อ (แต่ละข้อมีอย่างน้อย 2 คำตอบขึ้นไป ในกรณีเลือกคำตอบที่ผิด เลือกหลายข้อ หรือไม่เลือกสักข้อจะไม่ได้รับคะแนน คำถามมีทั้งหมด 10 ข้อ ข้อละ 3 คะแนน รวม 30 คะแนน)

1.ABCD      2.BC      3.ABCD      4.ABC      5.ABCD  
6.ABCD      7.BCD      8.ABCD      9.ABCD      10.ACD

ตอนที่ 3 คำถามแบบบอตนัย (มีทั้งหมด 5 ข้อ ข้อละ 7 คะแนน รวม 35 คะแนน)

1.การตลาดออนไลน์ (On-line Marketing หรือ E-Marketing) เป็นการตลาดรูปแบบใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ข้อมูลดิจิทัล และการโต้ตอบของสื่อออนไลน์ในการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด พูดง่าย ๆ ก็คือ การตลาดออนไลน์เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดบางอย่าง

2.การตลาด EDM เป็นวิธีการตลาดออนไลน์ที่ส่งข้อมูลที่มีคุณค่าไปยังผู้ใช้เป้าหมายผ่านทางอีเมล ซึ่งบริษัทสามารถสร้างช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมายผ่านการตลาด EDM และถ่ายทอดข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับลูกค้าเพื่อดำเนินการโปรโมตผลิตภัณฑ์ การตลาดEDM มีปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ ผู้อนุญาต ส่งข้อมูลทางอีเมล และข้อมูลที่ส่งมีคุณค่าต่อผู้รับ หากขาดปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไป ก็ไม่สามารถเรียกว่าเป็นการตลาดEDMที่มีประสิทธิภาพ การตลาด EDM มีประโยชน์หลายอย่าง สามารถส่งได้ทั้งโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ข้อมูลการขาย การวิจัยตลาด ข้อมูลกิจกรรมทางการตลาด และข้อมูลอื่น ๆ

3.บทความโฆษณาแบบนูนในवलประเภทข่าว ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ รายงานข่าว สัมภาษณ์ สื่อมวลชน ฯลฯ ข่าวประชาสัมพันธ์ประเภทนี้จะรายงานข้อมูลที่เกี่ยวข้องของบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ในลักษณะสื่อและข่าวสาร โดยข้อมูลข่าวสารจะปะปนอยู่ในข่าวปกติและจะเผยแพร่ในคอลัมน์ข่าวของสื่อที่เกี่ยวข้อง โดยมีลักษณะดังนี้ สามารถเพิ่มความถูกต้อง อ่านาง และความสามารถในการหักล้างของบทความโฆษณาแบบนูนมวลได้อย่างมาก

4.การโปรโมตที่ใช้กันทั่วไปในการตลาดผ่าน IM มี 2 รูปแบบ หนึ่งคือการสื่อสารออนไลน์ ซึ่งนักการตลาดของบริษัทจะสื่อสารโดยตรงกับผู้รับเป้าหมายหรือผู้ใช้ที่มีศักยภาพทางออนไลน์ผ่านเครื่องมือส่งข้อความโต้ตอบแบบทันที ทำให้ผู้ใช้สามารถรับข้อมูลผลิตภัณฑ์และปิดการขายอย่างรวดเร็วที่สุด และรูปแบบที่สองคือการเผยแพร่โฆษณาองค์กรผ่านเครื่องมือส่งข้อความโต้ตอบแบบทันทีเพื่อเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ข้อมูลส่งเสริมการขาย และการโฆษณาอื่น ๆ หรือ เผยแพร่รูปภาพ บทความ ฯลฯ ที่ผู้ใช้ชื่นชอบ โดยเพิ่มข้อมูลองค์กรและข้อมูลผลิตภัณฑ์ในรูปภาพและบทความด้วย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการโปรโมต

5.sycm.taobao สามารถให้ฟังก์ชันต่างๆ แก่ผู้ขาย Tmall/Taobao เช่น การแสดงข้อมูล การวิเคราะห์ การตีความ การทำนาย และฟังก์ชันอื่นๆ และยังให้ฟังก์ชันที่ครอบคลุมด้านต่าง ๆ ของการดำเนินการร้านค้าออนไลน์ เช่น ลิงค์เข้าชม ลิงค์สินค้าโภคภัณฑ์ ลิงค์ธุรกรรม ฯลฯ เรียกได้ว่าเป็นแพลตฟอร์มการวิเคราะห์ข้อมูลร้านค้าออนไลน์ที่ครอบคลุมที่สุด ซึ่งให้บริการอย่างเป็นทางการโดย Taobao.com เพียงคลิกที่ "sycm.taobao" ที่อยู่ใต้โมดูล "ศูนย์ข้อมูล" ในแถบนำทางทางด้านซ้ายของหลังบ้านผู้ค้าใน Taobao ก็สามารถเข้าสู่หลังบ้านของ sycm.taobao ได้

ตอนที่ 4 คำถามแบบบรรยาย (มีทั้งหมด 1 ข้อ ข้อละ 15 คะแนน รวม 15 คะแนน)

1.ตอบ:

(1) การตรวจสอบข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1:การตรวจสอบข้อมูลการโปรโมตทั้งหมด

สามารถตรวจสอบข้อมูลการโปรโมตทั้งหมดในหน้าหลักของระบบหลังบ้านใน Baiduโปรโมต เช่น ข้อมูลการบริ โภคทั้งหมด ข้อมูลการคลิกทั้งหมด และข้อมูลการแสดงผลทั้งหมด

ขั้นตอนที่ 2: การตรวจสอบข้อมูลแบบมุมมองกว้าง

ลงชื่อเข้าใช้บัญชีบัญชี Baiduโปรโมต แล้วไปที่หน้าหลักของระบบหลังบ้าน แล้วเลือกปุ่ม "ศูนย์ข้อมูล" ที่อยู่หลังข้อมูลการโปรโมต เพื่อเข้าสู่หน้าภาพรวมบัญชี จากนั้นดำเนินการตรวจสอบข้อมูลแบบมุมมองกว้าง เช่น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค การแสดงผล และการคลิก

ขั้นตอนที่ 3: การตรวจสอบข้อมูลตามหมวดหมู่

คลิกปุ่ม "Enter"ที่อยู่ด้านหลังค้นหาการโปรโมตในหน้าแรก เพื่อเข้าสู่หน้าหมวดหมู่ข้อมูล จากนั้นสามารถตรวจสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องในหน้านี้ เช่น "แผน", "หน่วย", "คำและ URL", "ฝูงชน", "การสร้าง", "เบาะแส"

(2) การรับรายงานการวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 1: เข้าสู่ศูนย์ค้นหาการโปรโมตคลิกปุ่ม "รายงาน" ในการนำทางด้านบน เพื่อเข้าสู่ศูนย์รายงานข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2: เครื่องมือBaiduโปรโมตมีรายงานต่างๆ สำหรับธุรกิจให้เลือกในแถบนำทางด้านซ้ายของหน้ารายงาน ให้เราเลือกรายงานที่เกี่ยวข้องตามความต้องการ ตรวจสอบและวิเคราะห์เพื่อขอรับรายงานที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานแผน รายงานหน่วย รายงานศักยภาพ รายงานคำค้นหา รายงานการสร้างสรรค์ ฯลฯ