



Tridan

Jeu de questions

Traffic Manager



WWW.TRIDAN.TECH

Questions Tridan

Q1 : Pour promouvoir les nouveaux produits de votre marque, vous décidez de pratiquer le copywriting. Sur lesquelles de ces méthodes de rédaction pouvez-vous vous appuyer pour inciter à la conversion ?

AIDA

PASTOR

DOPAL

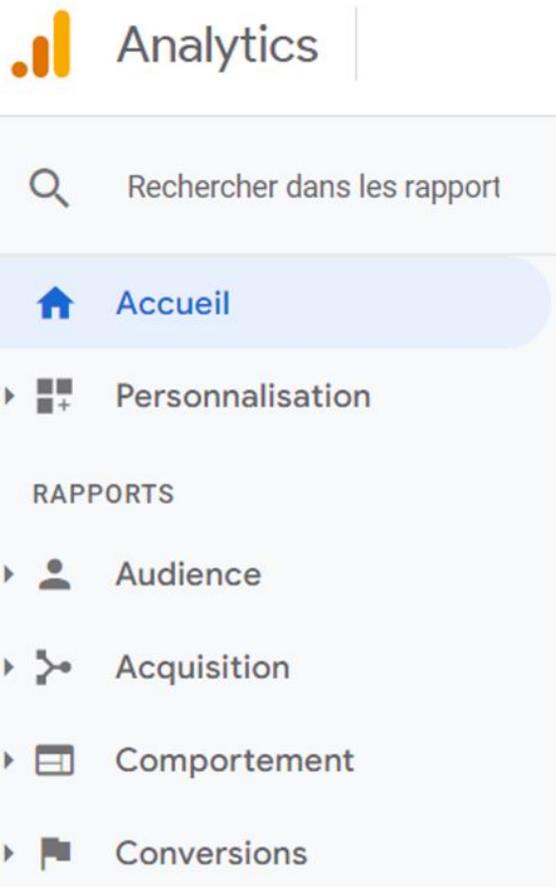
VRIO

[Community Management – Social Selling](#)

[Manier les innovations fonctionnelles sur les réseaux](#)

Question Difficile à Choix multiple

Q2 : Vous souhaitez consulter les données démographiques des internautes de votre site web. Sur quelle section du menu de Google Analytics cliquez-vous ?



[Analytics / KPI – Google Analytics](#)

[Analyser les données](#)

Question Facile interactive

Q3 : Lequel de ces résultats ne peut PAS être affiché en tant que position zéro ?

Un Knowledge Graph

Une Onebox Google

Une annonce Google Ads

Un Featured snippet

SEO - Tools

[Appliquer les recommandations SEO](#)

Question Difficile à Choix unique

Q4 : Le responsable webmarketing vous demande d'identifier le funnel ? A quoi vous intéressez-vous ?

A l'UX

Au parcours d'achat client

A l'e-mailing

Aux réseaux sociaux

Stratégie Webmarketing – Acquisition

[Implémenter une stratégie d'acquisition](#)

Question Intermédiaire à Choix unique

Q5 : Sur cette page web du site de Tridan, où situez-vous ce qu'on appelle le header ?



Webmastering – Site internet

[Connaitre les environnements techniques de gestion d'un site web](#)

Question Facile interactive



Ils ont passé le test Tridan+ Marketing Digital #5 : Cécile décroche un emploi en un temps record



Nouveauté : des résultats plus complets avec le rapport détaillé



EDF : un recrutement de data scientists avec Tridan

Q6 : Vous décidez de lancer une campagne Social Ads sur Facebook. Pour créer une audience personnalisée des visiteurs de votre site Web, vous devez obligatoirement y avoir installé le pixel Facebook ?

Vrai

Faux

SEO – Popularité

[Implémenter une stratégie Social Ads](#)

Question Intermédiaire Vrai/Faux



Réponses aux questions

Q1 : Pour promouvoir les nouveaux produits de votre marque, vous décidez de pratiquer le copywriting. Sur lesquelles de ces méthodes de rédaction pouvez-vous vous appuyer pour inciter à la conversion ?

AIDA

PASTOR

DOPAL

VRIO

Community Management – Social Selling

[Manier les innovations fonctionnelles sur les réseaux](#)

Question Difficile à Choix multiple

A savoir : Pour générer des prospects et gagner des clients à travers la rédaction de contenu, il est essentiel de se baser sur des procédés bien réfléchis. La méthode PAS définie par exemple 3 étapes : l'identification du Problème, son Amplification et la proposition d'une Solution. La méthode AIDA s'appuie quant à elle sur les étapes suivantes : Attention – Intérêt – Désir – Action.

Q2 : Vous souhaitez consulter les données démographiques des internautes de votre site web. Sur quelle section du menu de Google Analytics cliquez-vous ?



Analytics / KPI – Google Analytics

[Analyser les données](#)

Question Facile interactive

A savoir : L'outil Google Analytics donne accès à des données concernant les internautes, leur comportement et l'acquisition sur un site web. La section « Audience » permet entre autres de disposer d'informations précises quant à l'âge, au sexe, aux centres d'intérêt, ou encore de l'appareil et du navigateur utilisé par les internautes.

Q3 : Lequel de ces résultats ne peut PAS être affiché en tant que position zéro ?

Un Knowledge Graph

Une Onebox Google

Une annonce Google Ads

Un Featured snippet

[SEO - Tools](#)

[Appliquer les recommandations SEO](#)

Question Difficile à Choix unique

A savoir : La position zéro est un extrait de page web se positionnant devant le premier résultat naturel sur les SERP. Elle peut être affichée sous différentes formes selon la requête. On retrouve notamment le Featured snippet reprenant l'extrait du contenu d'une page web, le Knowledge Graph présentant des données factuelles quant au sujet, ou encore le résultat Onebox émanant de la recherche universelle de Google. Les annonces Google Ads apparaissent quant à elles au-dessus de la position zéro, mais ne sont pas considérées comme tel.

Q4 : Le responsable webmarketing vous demande d'identifier le funnel ? A quoi vous intéressez-vous ?

A l'UX

Au parcours d'achat client

A l'e-mailing

Aux réseaux sociaux

[Stratégie Webmarketing – Acquisition](#)

[Implémenter une stratégie d'acquisition](#)

Question Intermédiaire à Choix unique

A savoir : Un funnel, ou tunnel correspond au chemin que suit un visiteur qui arrive sur un site web, pour réaliser un achat. C'est un processus composé de plusieurs étapes qui convertit un prospect en acheteur. Les phases d'un funnel classique sont les suivantes : Prise de conscience, Intérêt, Décision & Action.

Q5 : Sur cette page web du site de Tridan, où situez-vous ce qu'on appelle le header ?



Webmastering – Site internet

[Connaître les environnements techniques de gestion d'un site web](#)

Question Facile interactive



Ils ont passé le test Tridan+ Marketing Digital #5 : Cécile décroche un emploi en un temps record



Nouveauté : des résultats plus complets avec le rapport détaillé



EDF : un recrutement de data scientists avec Tridan

A savoir : Un header correspond au haut d'une page sur un site web. Il contient différents éléments comme le menu et ses catégories, le logo, une barre de recherche, ou le panier client. Le header est un élément essentiel à un site web et contribue à définir son identité.

Q6 : Vous décidez de lancer une campagne Social Ads sur Facebook. Pour créer une audience personnalisée des visiteurs de votre site Web, vous devez obligatoirement y avoir installé le pixel Facebook ?

Vrai

Faux

SEO – Popularité

[Implémenter une stratégie Social Ads](#)

Question Intermédiaire Vrai/Faux

A savoir : Un pixel de conversion est matérialisé par un code créé en général sur des gestionnaires d'annonces, tels que Facebook Ads. Il est un critère indispensable qui prend en compte les actions des utilisateurs provenant d'une campagne publicitaire. Le pixel de conversion est un critère essentiel pour le suivi de performance.

L'ACCOMPAGNEMENT TRIDAN



Tridan est un réel soutien qui peut grandement **faciliter vos démarches de recrutement** et accroître leur efficacité. Vous pourrez ainsi trouver le candidat qui répond le mieux à votre besoin et qui deviendra un collaborateur sur lequel vous pourrez compter.

Fort d'une expérience d'une dizaine d'années au sein d'agences de marketing digital, Tridan dispose d'une **grande expertise** dans le domaine du digital et connaît les enjeux que vous rencontrez dans le **recrutement de profils digitaux**.

Tridan propose aujourd'hui 3 tests différents, dont celui qui est le plus susceptible d'être adapté à votre besoin, le [Test Tridan+ Marketing Digital](#). Il évalue les 6 principaux champs de compétences du marketing digital :

- Ads
- SEO
- Social Media
- Stratégie Webmarketing
- Analytics & KPI
- Webmastering

Aujourd'hui, déjà plus de **3240 profils sont certifiés Tridan** ! 99 % des entreprises utilisant les tests Tridan indiquent suivre les scores pour leur recrutement. Pour ce qui est des candidats, 78 % d'entre eux trouvent un emploi dans les 6 mois suivant le passage du test.



Les avantages de faire passer les tests Tridan :

- S'assurer des compétences opérationnelles d'un candidat (recrutement, alternance, stage...)
- Minimiser les risques et les coûts liés à une erreur de recrutement
- Évaluer les candidats au recrutement
- Faire passer le test en présentiel ou en distanciel
- Accéder à un rapport détaillé des compétences
- Comparer les résultats des candidats

Commandez dès maintenant vos tests Tridan afin de **recruter et valoriser vos collaborateurs** ! Bénéficiez d'un **test gratuit** dès votre inscription.

Si comme 80 % des grandes entreprises, vous souhaitez **externaliser** votre processus de recrutement, vous pouvez confier cette charge au cabinet Tridan. Il vous fait bénéficier d'un **gain de temps** considérable, et surtout d'une **expertise notable** dans le recrutement de profils orientés vers le digital. Le processus est géré de A à Z dans l'objectif de vous proposer le ou les collaborateur(s) idéal(s).



Tridan



Mail de contact : contact@tridan.tech

N° de tél : 02 41 23 82 32

Prendre rendez-vous : <https://www.tridan.tech/contact>



WWW.TRIDAN.TECH