

苹果搜索广告ASA Apple Search Ads 认证

2021年官方最新考试题目



已取得 Apple Search Ads 认证

恭喜你成功完成认证
并且证明你对 Apple Search Ads app
营销知识的熟练掌握。

XXX

Apple 于 2021 年 6 月 23 日授予

考试认证网址: <https://certification-searchads.apple.com/>
需要有苹果ID, 可以直接用苹果手机的ID账号

创建ID网址: <https://appleid.apple.com/account>
没有苹果ID的同学可以在这里注册一个

注意: 需要学习好课程后, 退出, 再进入就会显示考试的按钮



问题 1

根据关键词主题设置你的搜索结果广告系列结构有助于取得出色效果，原因是更易于：

在 App Store 上的 “Today” 标签中显示。

优化广告系列效果。



通过打开 “个性化广告” 覆盖更多用户。

问题 2

以下哪个工具可管理 app 的元数据？

Apple Search Ads Basic

App Store Connect



Apple Search Ads Advanced



问题 4

刚开始在搜索结果广告组中使用 Creative Sets 时，以下哪个小贴士最有用？

对于每个广告组，一次只尝试一个 Creative Set。



添加至少 50 个展示次数较多的完全匹配关键词。

每个素材组使用至少 10-12 张纵向图片和 8-10 张横向图片。

问题 3

在描述我们关于如何整理搜索结果广告系列关键词的建议时，哪种说法是正确的？

创建品牌、类别、竞品和发现型广告系列。



只创建一个广告系列。

只创建一个广告组。



问题 5

什么是搜索匹配？

这项功能可将你的广告与相关搜索查询自动匹配



这项功能让你能够对竞争对手所用的关键词自动出价

这项功能可确保你的广告组使用正确的关键词匹配类型

问题 6

在搜索结果广告系列中，什么是广告组？

App Store 产品页面上的一组截屏和 app 预览

一组关键词，与你要在 App Store 搜索结果中宣传的 app 相关



一组关联的 App Store Connect 账号



问题 7

对于搜索结果广告系列，在哪里可以查看搜索词报告？

“关键词” 标签

“搜索词” 标签 ✓

“广告系列” 信息中心

问题 8

哪些情况下应该使用否定关键词？

你不希望在用户搜索特定字词时显示自己的广告。 ✓

你想知道在用户搜索哪些词时会显示自己的广告。

你不想让某些城市或地区的用户看到广告。



问题 9

Apple Search Ads 账号中提供了哪种用户角色？

Apple Search Ads 账号管理员，该角色可管理所有广告系列。



Apple Search Ads 广告系列管理员，该角色只能查看报告。

App Store Connect 管理员，该角色可创建 App Store 产品页面。

问题 10

在 App Store Connect 中，你可以采取什么关键步骤来鼓励用户点击你的广告和下载你的 app？

撰写能够引起受众共鸣的副标题并着重展现 app 最具价值的功能或用途。



在你的 app 预览中添加超越 app 体验的实时素材。

在 App Store Connect 中添加至少 45 个关键词。



问题 11

每周有多少用户访问 App Store?

7500 万用户

2.5 亿用户

5 亿用户



问题 12

广告可能显示在 App Store 上的哪个位置?

在 App Store 搜索结果顶部和“搜索”标签上



在 App Store 上的“Today”标签中

在 App Store 和 Mac App Store 上的搜索结果中



问题 13

搜索结果广告系列中，你要在广告组级别执行以下哪项操作？

设置预算

选择国家和地区

开启或关闭搜索匹配 ✓

问题 14

使用 Creative Sets 在搜索结果广告系列中创建新的广告变体时，应该执行以下哪项操作？

重点关注关键词主题或受众类型。 ✓

尽量多地使用不同的素材资源。

采用与默认素材组相同的顺序上传素材资源。



问题 15

App Store 搜索结果顶部可以显示多少个广告？

只能显示一条广告。



最多显示两条广告。

最多显示三条广告。

问题 16

在 App Store 搜索结果中投放的广告何时会出现广告轮播？

当用户未点击原广告，并且执行了操作使得该广告从屏幕上消失



当用户对搜索结果中的广告点击三次时

每八秒自动出现



问题 17

你可能会看到 Apple Search Ads 和移动衡量服务提供商之间存在报告差异的一个原因是什么？

iPhone 机型

重新下载次数 ✓

从来不会有差异。

问题 18

都有哪些受众群体细分可以选择？

年龄段 ✓

个人兴趣 ✕

与某地之间的距离



问题 19

你如何覆盖客户类型“回访用户”和“我其他 app 的用户”？

确保 Apple Search Ads Advanced 账号关联至你的 App Store Connect 账号。



使用 Creative Sets 为“回访用户”或“我其他 app 的用户”创建广告变体。

更改你的 App Store 产品页面说明，以提及“回访用户”和“我其他 app 的用户”。

问题 20

你有一笔专项预算金额用于推广一款 app。你需要确保预算可以维持 60 天。你的最佳选择是什么？

将最高每次点击费用出价设置为低于 1 美元。

设置每日预算上限。



调整你的受众群体。



问题 21

Creative Sets 功能对你的搜索结果广告系列有何好处?

广告变体更多, 可以提高相关性 ✓

广告变体更少, 简化广告系列管理

能够使广告变体与广告系列组主题相一致

问题 22

在 App Store Connect 中, 添加与你的 App Store 产品页面相关的关键词有什么好处?

这些关键词有助于用户在 App Store 的自然搜索结果中更容易发现相关 app, 还可作为搜索匹配的 ✓ 标志, 用于确定在搜索结果广告系列中的相关性。

这些关键词有助于用户在 App Store 的所有标签中更容易发现相关 app。

这些关键词有助于用户在 App Store 的“游戏”和“App”标签中更容易发现相关 app。



问题 23

如果设置了年龄或性别受众群体细分，你可能会错失哪些受众群体？

打开了“个性化广告”的用户

关闭了“个性化广告”的用户 ✓

仍然可以覆盖我的全部受众群体

问题 24

建议的出价范围有什么作用？

它反映了竞争对手为展示其广告所做的当前出价。

你的搜索结果广告系列中的最高每次点击费用出价应处于这个范围内，以逐步增加广告展示的可能性。 ✓

它反映了你的过往出价范围。



问题 25

对于搜索结果广告系列，确保你发现当前关键词集中没有的新搜索词的最佳方法是什么？

将至少一个受众群体细分添加到发现型广告系列。

从所有广告系列中删除完全匹配的否定关键词。

将品牌、类别和竞品广告系列中的关键词作为完全匹配的否定关键词，添加到发现型广告系列。



问题 26

你可以利用 Apple Ads 归因 API 做什么？

衡量和归因 Apple Search Ads 广告系列带来的 app 下载次数和重新下载次数。



自动管理出价。

实时了解用户正在下载的其他 app。



问题 27

系统会使用 app 的元数据自动制作广告。元数据都包括哪些信息？

App 名称、描述和截屏 ✓

截屏、app 预览和 app 更新次数

出价、截屏和 app 名称

问题 28

要利用搜索结果发现型广告系列有效地扩大覆盖范围，最佳做法是什么？

添加一个包含所有关键词的广告组，并采用广泛匹配。使用另一个不含任何关键词的广告组并开启“搜索匹配”。 ✓


仅创建一个广告组，并采用完全匹配。

创建两个广告组：一个关闭搜索匹配，另一个采用完全匹配。

**问题 29**

你可以访问“图表”信息中心，深入了解广告系列的效果。你可以按以下哪种方式查看效果：

搜索词

国家或地区 


Creative Sets

问题 30

要利用发现型广告系列所发现的高效关键词来优化搜索结果广告系列，最佳方法是什么？

将这些关键词添加到你的发现型广告系列中的广泛匹配广告组。

不做任何更改，并将这些关键词保留在发现型广告系列中，以确保你可以发现更多可以带来类似出色效果的关键词。

将这些关键词作为完全匹配关键词添加到品牌、类别或竞争对手广告系列。 



问题 31

系统将在广告点击后多少天内对 Apple Search Ads 转化进行归因分析？

30 天



24 小时

7 天

问题 32

你的 app 在 App Store 上架之前，能否创建相应的广告系列？

不能，你在创建广告系列时需要选择已经上架的 app。




是的，你可以创建一个广告系列，然后告诉我们想要推广哪款 app 即可。



问题 33

你将初始预算设置为 1000 美元，广告系列用尽了全部预算。你另外还有 2000 美元可以花费于这个广告系列。你应该为这个广告系列预算设置多少金额来花费这笔追加预算？

 2000 美元 3000 美元  5000 美元

问题 34

Apple Search Ads 搜索结果广告系列的平均转化率是多少？

 50%  15% 5%



问题 35

Apple Search Ads 报告中可以使用以下哪个效果指标？

重新下载次数 ✓

视频展示次数

平均花费时间

问题 36

你可以在 App Store 的“Today”标签中完成哪些操作？

根据用户评分查找最热门的 app。

搜索要下载的新 app。

滚动浏览 App Store 编辑团队分享的原创故事，包含新发布的 app、“今日 App”和“今日游戏”等特色内容。 ✓



问题 37

从更改历史记录中，你可以看到哪些信息？

对广告系列和广告组所做的更改、更改者和更改时间



按照时间顺序显示哪些人员获得了 Apple Search Ads 账号的访问权限

有关广告系列效果近期变化的详细信息

问题 38

要在 Apple Search Ads 账号中查看安装次数，你是否需要完成任何额外步骤？

不需要。Apple Search Ads 会直接提供转化数据。



需要。你必须提供关键词级别的第三方跟踪网址。

Apple Search Ads 账号中不提供转化数据。



问题 39

Apple Search Ads Advanced 搜索结果广告系列的定价模式是什么？

每次转化费用	<input type="checkbox"/>
每次点击费用 ✓	<input checked="" type="checkbox"/>
每次安装费用	<input type="checkbox"/>

问题 40

你希望广告仅在用户搜索特定字词时显示。你应该使用什么匹配类型？


广泛匹配	<input type="checkbox"/>
完全匹配 ✓	<input checked="" type="checkbox"/>
搜索匹配	<input type="checkbox"/>



问题 41

对于搜索结果广告系列，为了更好地控制预算，你应该针对哪个匹配类型采取最激进的出价？

广泛匹配


完全匹配 

匹配类型并不是决定最高每次点击费用出价时考虑的因素。

问题 42

你的目标每次转化费用为 10 美元。以下哪项是初次投放搜索结果广告系列时的最佳方法？

将每次转化费用目标设置为 10 美元。

无需设置每次转化费用目标，直接投放广告系列，以便通过测试不同的最高每次点击费用出价金额，更好地了解真实效果并据此进行优化。 

将每次转化费用目标设置为 10 美元，使用广告投放时间设置，并选择合适的受众群体。



问题 43

以下哪个情况可以视为重新下载？

用户已下载你的 app，后来又下载了这款 app，或者在其他设备下载这款 app。



用户已下载你的 app，但是过了三个月才使用。

用户下载了你的 app，然后在 Apple Search Ads 中点击了推广你在 App Store 上的 app 的广告。

问题 44

用户在 App Store 搜索后直接下载的 app 占多少比例？

92%

36%

65%





问题 45

哪些因素会影响建议的出价范围？

你的出价历史 ✓

你的预算

你的 Creative Sets

问题 46

使用自定义报告可以做些什么？

可以更新出价。

只能自定你的信息中心。

可对关键指标进行广泛的查询。 ✓



问题 47

你已经将推荐的关键词添加到了你的搜索结果广告系列。你可以使用哪种工具添加 50 个以上的关键词？

关键词复制功能

Apple Search Ads 编辑器

关键词批量上传功能 ✓

问题 48

如果你不想让曾经下载过你的 app 但又将它删除的用户看到你的广告，应该选择哪个用户类型？

所有用户

新用户 ✓

回访用户



问题 49

已关闭“个性化广告”的用户是否会在 App Store 的搜索结果中看到广告？

会。已关闭“个性化广告”的用户可能会在 App Store 的搜索结果中看到广告。 ✓

不会。已关闭“个性化广告”的用户绝不会在 App Store 的搜索结果中看到广告。

会。已关闭“个性化广告”的用户始终会在 App Store 在搜索结果中看到与打开了“个性化广告”的用户看到的相同广告。

问题 50

借助广告系列管理 API，你可以执行哪些操作？

更高效地管理规模较大的广告系列。 ✓

衡量和归因 Apple Search Ads 广告系列带来的 app 下载次数和重新下载次数。

管理 App Store 产品页面的更新。

*FingZing*方智

www.fingzing.com

专注苹果与安卓ASO优化

大陆ASA广告7月23日开启