

Basiskennis Online Marketing

Vakgebied: Basis Basiskennis Online Marketing

Aantal vragen: 45
Gegenereerd op: 5 aug. 2016

Inhoud:

Pagina's:

- A. Voorpagina 1
- B. Toets 14
- C. Correctiemodel 4

Basiskennis Online Marketing

Vakgebied: Basis Basiskennis Online Marketing

Welkom op het NIMA Examen Basiskennis Online Marketing.

Dit examen bestaat uit 45 meerkeuze vragen. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen. Het maximaal aantal te behalen punten voor dit examen is 45. Elk correct antwoord levert één punt op. Bij 25 punten of meer heeft u een voldoende behaald.

LET OP:

Bij de rekenvragen in dit examen graag de BTW buiten beschouwing laten, tenzij het BTW percentage wordt vermeld.

Veel succes!

Publicatie van deze opgave mag alleen geschieden na schriftelijke toestemming van NIMA.

Aantal vragen: 45

1 Waarvoor staat de afkorting HTTP?

1 pt.

- a. Hyper Total Transport Protocol
- b. HyperText Total Protocol
- c. Hyper Transport Text Protocol
- d. HyperText Transfer Protocol

2 Welke van de volgende twee uitspraken over een 'brand utility' is onjuist?

1 pt.

1. Een brand utility is een 'dienst' van een merk die de doelgroep helpt of faciliteert in zijn dagelijkse leven, bedoeld als promotie voor een merk of product. 2. Voor een brand utility moet meestal wel gewoon betaald worden, ook al is het promotie voor een merk 'vermomd' als dienst

- a. Bewering 1 is juist, bewering 2 is onjuist
- b. Bewering 1 is onjuist, bewering 2 is juist
- c. Beide beweringen zijn juist
- d. Beide beweringen zijn onjuist

3 De afkorting 'URL' staat voor

1 pt.

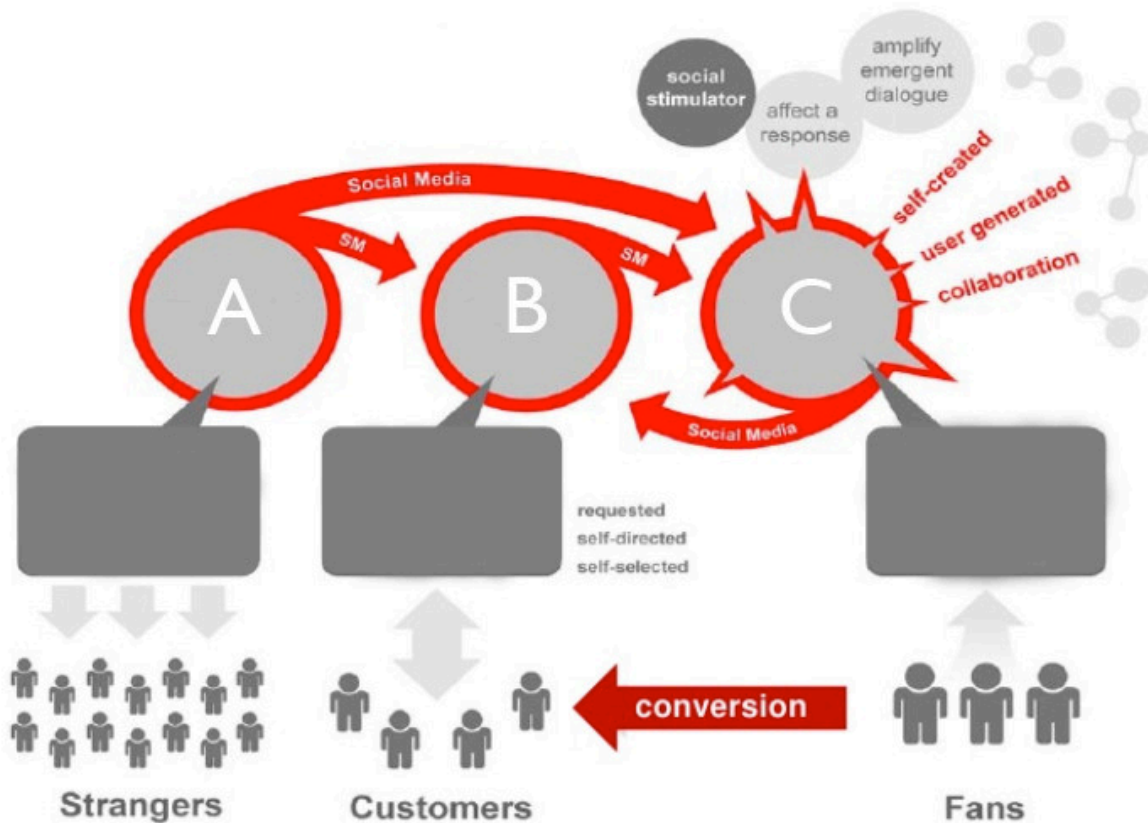
- a. Universal Random Leverage
- b. Universele Regel Locatie
- c. Universal Resource Level
- d. Universal Resource Locator

4 In welke categorie valt de Marktplaats-app?

1 pt.

- a. Mobile advertising
- b. Mobile publishing
- c. Mobile commerce
- d. Mobile services

5 Wat moet er in de onderstaande afbeelding op de plekken A, B en C staan?
1 pt.



- a. A: Owned, B: Earned, C: Paid
- b. A: Earned, B: Paid, C: Owned
- c. A: Paid, B: Earned, C: Owned
- d. A: Paid, B: Owned, C: Earned

6 Als je een salescampagne zou gaan voeren en je zou willen afrekenen per verkocht product, dan zou je voor een-campagne moeten kiezen. Wat moet er op de puntjes staan?
1 pt.

- a. CPM
- b. CPL
- c. CPC
- d. CPS

7 Wat verstaan we onder dynamic price discrimination?

1 pt.

- a. Onder dynamic price discrimination verstaan we het hanteren van verschillende prijzen voor hetzelfde product op basis van de prijs van de inkoop van het product
- b. Onder dynamic price discrimination verstaan we het hanteren van verschillende prijzen voor mannen en vrouwen
- c. Onder dynamic price discrimination verstaan we het hanteren van dynamisch prijzen om een optimale conversie te realiseren bij verschillende doelgroepen
- d. Alle overige genoemde antwoorden zijn **niet** juist

8 Stel je bent bij American Express verantwoordelijk voor het verhogen van het aantal transacties bij de aangesloten winkeliers. Je bent ervan overtuigd dat een van de beste manieren om dit te doen via het mobiele kanaal is. De mobiele telefoon hebben mensen tenslotte altijd bij zich. Hoe zou je het aanpakken?

1 pt.

- a. Ik zou aan iedereen die met American Express betaalt een brochure geven, met daarin een QR-code die verwijst naar de American Express-website, waarin nog eens de voordelen van het betalen met de American Express-kaart vermeld staan
- b. Door een sms-campagne op te starten en alle personen in je doelgroep een sms te sturen met de boodschap om vooral hun aankopen met een American Express-creditcard te betalen
- c. Ik zou dit überhaupt niet via het mobiele kanaal doen
- d. Door in samenwerking met Foursquare een campagne in te richten waarbij mensen moeten inchecken in de bewuste winkel en vervolgens bij betaling met American Express € 5,- korting krijgen

9 Welke van de volgende twee beweringen is juist?

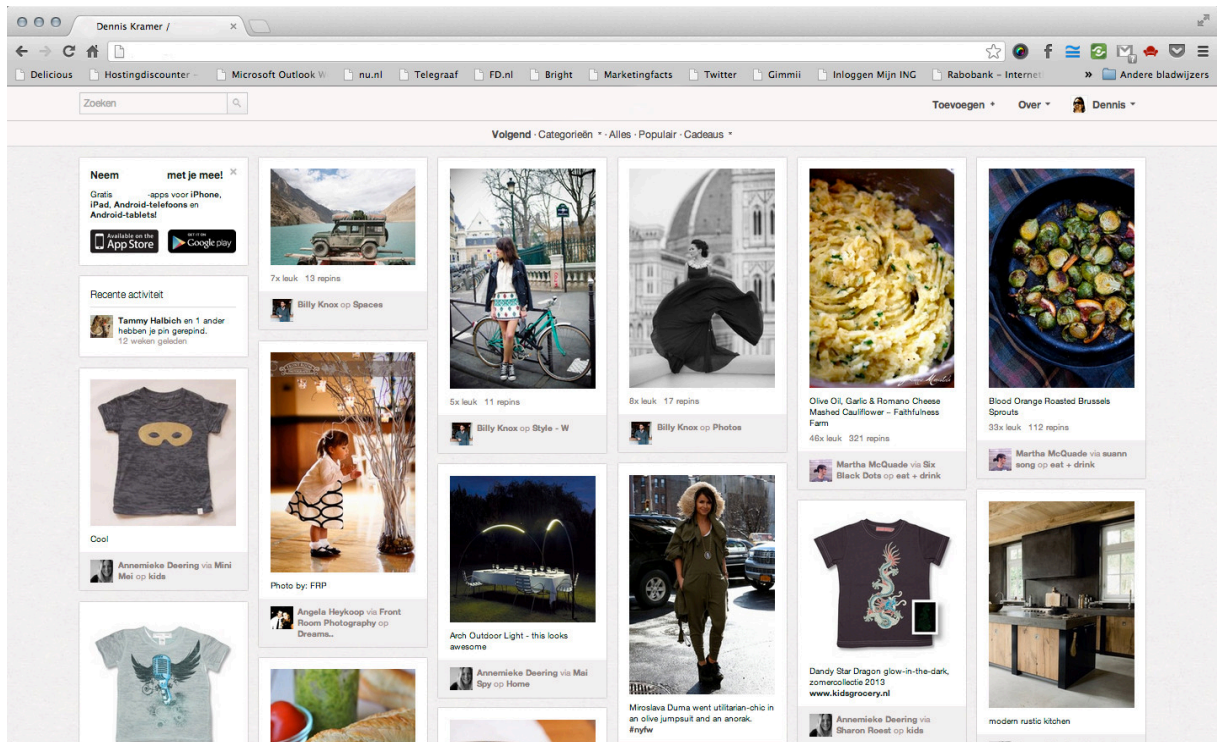
1 pt.

1. Stickyness is de mate waarin een site in staat is om haar bezoekers te boeien.
2. LCC staat voor Last Connection Counts. Dit houdt in dat de affiliate die de laatste connectie met de klant heeft gehad de commissie krijgt toegewezen van een affiliate transactie.

- a. Bewering 1 is juist, bewering 2 is onjuist
- b. Bewering 1 is onjuist, bewering 2 is juist
- c. Beide beweringen zijn juist
- d. Beide beweringen zijn onjuist

- 10** Welk type affiliate zou het meest profiteren van het veel gebruikte LCC model?
1 pt.
- a. Display
 - b. Search
 - c. Geen van de hiervoor genoemde antwoorden
 - d. E-mail
- 11** Welke van deze uitspraken over affiliate marketing is niet juist?
1 pt.
1. Affiliates verbieden om SEA-ads in te zetten zorgt voor meer traffic naar jouw landingspagina.
 2. De gunfactor - van affiliate naar adverteerder - is van belang bij affiliate marketing.
- a. Beide beweringen zijn juist
 - b. Bewering 1 is juist, bewering 2 is onjuist
 - c. Beide beweringen zijn onjuist
 - d. Bewering 1 is onjuist, bewering 2 is juist
- 12** Welke van de volgende twee beweringen is juist?
1 pt.
1. In-game advertising is een benaming voor het adverteren in een (online) videogame.
 2. Een advergaming is een simpel spelletje in een banner, dat gebruikt wordt om de aandacht van de doelgroep te trekken.
- a. Bewering 1 is onjuist, bewering 2 is juist
 - b. Beide beweringen zijn onjuist
 - c. Beide beweringen zijn juist
 - d. Bewering 1 is juist, bewering 2 is onjuist
- 13** Wat is Adware?
1 pt.
- a. Een spamprogramma dat ongevraagd banners plaatst
 - b. Een programma waarmee je als exploitant of uitgever je display ad inventory kunt beheren
 - c. Een programma waarmee je kunt voorkomen dat een spamprogramma ongevraagd banners plaatst
 - d. Een programma waarmee je heel gemakkelijk zelf banners kunt maken

14 Van welk social medium is het onderstaande screenshot?
1 pt.



- Yelp
- Deezer
- Facebook
- Pinterest

15 Wat is een Klout Score?
1 pt.

- Dit is een score die aangeeft hou actief je bent in iCloud
- Dit is een score die bijhoudt hoeveel posts, tweets, Facebook-berichtjes en dergelijke je al geplaatst hebt
- Dit is een score die aangeeft hoe invloedrijk je bent in social media
- Dit is een score die aangeeft hoe actief je bent in social media

- 16** Märklin - een producent van miniatuurtreinen - wil graag meer treinen en aanverwante artikelen verkopen. Het denkt dit te kunnen doen door een platform te creëren waar klanten met elkaar in contact kunnen komen, om elkaar zo te inspireren. In de hoop dat dit de verkoop van nieuwe producten stimuleert. Welk social medium zou je Märklin adviseren om in te zetten?
1 pt.
- a. Een forum
 - b. Een weblog
 - c. Een community
 - d. Een social network
- 17** Naar aanleiding van een negatieve reportage in het tv-programma Radar volgt er via social media veel negatieve publiciteit over het bedrijf waar je werkt. Wat doe je?
1 pt.
- a. Ik kijk eerst hoe de discussies zich ontwikkelen online, want vaak treedt er een corrigerende werking op waarbij negatieve berichten door andere consumenten worden tegengesproken en de discussies een positieve wending krijgen
 - b. Niets, het waait vanzelf wel weer over
 - c. Ik ga meteen reageren op de negatieve berichten om te proberen 'mijn' kant van het verhaal te vertellen en zo te proberen de negatieve toon in de berichten om te buigen naar een positieve
 - d. Niets, want dat levert alleen maar meer discussie en dus negatieve publiciteit op
- 18** Facebook was één van de eerste virtuele gemeenschappen die publieke web-API's aanboden. Wat maakte deze web-API mogelijk?
1 pt.
- a. Een mogelijkheid voor derden om een 'company page' aan te maken
 - b. Een mogelijkheid voor gebruikers om Facebook goed te kunnen bekijken op verschillende devices, zoals een tablet en smartphone
 - c. Een mogelijkheid voor derden om gebruik te maken van de data van Facebook in een eigen (web)applicatie
 - d. Een mogelijkheid voor derden om te adverteren op het netwerk van Facebook

19 Wat is Foursquare?

1 pt.

- a. Geen van de overige antwoorden is juist
- b. Foursquare is een applicatie die geregistreerde gebruikers de mogelijkheid biedt om hun activiteit in hun vier belangrijkste sociale media te volgen
- c. Foursquare is een applicatie die geregistreerde gebruikers de mogelijkheid biedt om vrienden te laten weten waar ze op een bepaald moment zijn
- d. Foursquare is een applicatie die geregistreerde gebruikers de mogelijkheid biedt om heel gemakkelijk tweets, Facebook-berichten, postings e.d. te plaatsen

20 Welke van de volgende antwoorden is een eis om in de 'Google My Business (Mijn Bedrijf)' te komen?

1 pt.

- a. Een telefoonnummer met een kengetal dat overeenkomt met de opgegeven locati
- b. Registratie van de site in het Google Webmaster Tools-programma
- c. Een code van drie getallen in de URL van de pagina die in de natuurlijke zoekresultaten in Google getoond moet worden
- d. Een fysiek postadres op de opgegeven locatie

21 Waar staat de afkorting SERP voor?

1 pt.

- a. Search Engine Relevancy Position
- b. Search Experience Results Page
- c. Search Engine Error Page
- d. Search Engine Results Page

22 Welke van de volgende mogelijkheden is de beste methode om er zeker van te zijn dat een pagina **niet** gecrawled of geïndexeerd wordt door een zoekmachine?

1 pt.

- a. Alleen links naar de pagina met het rel="nofollow"-kenmerk gebruiken
- b. Een negatieve listing aanvragen via het aanvraagformulier van de zoekmachine
- c. Aangeven dat IP-adressen van zoekmachine-spiders geen toegang krijgen, zodat spiders de pagina niet kunnen bereiken
- d. De pagina niet toegankelijk maken voor crawlers door robots.txt te gebruiken

- 23** Wat is een oorzaak van duplicate content?
1 pt.
- a. Het hergebruiken van verwijderde content
 - b. Het herschrijven van een bestaand artikel
 - c. Het tonen van dezelfde content op verschillende URL's
 - d. Geen van de antwoorden is goed
- 24** Op welke van de onderstaande niveaus kan je zoekwoorden uitsluiten?
1 pt.
- a. Klantniveau
 - b. Campagneniveau
 - c. Accountniveau
 - d. Zoekwoordniveau
- 25** Waarvoor wordt de Google Keyword Planner gebruikt?
1 pt.
- a. Vinden van nieuwe zoekwoorden
 - b. Achterhalen van het zoekvolume van zoekwoorden
 - c. Achterhalen van concurrentie van zoekwoorden
 - d. Alle hiervoor genoemde antwoorden zijn juist
- 26** Welke uitspraak met betrekking tot PDF-bestanden is waar?
1 pt.
- a. PDF-bestanden kunnen niet door Google gelezen worden
 - b. PDF-bestanden zorgen voor duplicate content
 - c. PDF-bestanden ranken beter dan reguliere webpagina's
 - d. Geen van bovenstaande uitspraken is waar
- 27** Je kwaliteitscore heeft invloed op:
1 pt.
- a. De CPC voor een zoekwoord
 - b. De hoogte van de 'first page bid'
 - c. De positie waarop je advertenties worden vertoond
 - d. Alle hiervoor genoemde antwoorden zijn juist

- 28** Welke bewering over het verschil tussen 'owned' en 'paid' e-mailadressenbestanden, qua KPI's, is juist?
1 pt.
- a. 'Owned' bestanden kennen meestal een hogere 'open rate' en 'conversion rate' dan 'paid' bestanden
 - b. 'Paid' bestanden bevatten vaak meer gegevens dan 'owned' bestanden
 - c. 'Owned' bestanden zijn vaak beter segmenteerbaar dan 'paid' bestanden
 - d. Geen van de overige antwoorden is juist
- 29** Welke van de volgende twee beweringen over personalisatie van e-mails is niet juist? 1. E-mails worden nog steeds het meest gepersonaliseerd d.m.v. het gebruik van de naam van de ontvanger in de aanhef en/of onderwerpregel. 2. Zo'n een derde van alle verstuurd e-mails is niet gepersonaliseerd.
1 pt.
- a. Bewering 1 is juist, bewering 2 is onjuist
 - b. Bewering 1 is onjuist, bewering 2 is juist
 - c. Beide beweringen zijn juist
 - d. Beide beweringen zijn onjuist
- 30** Wat verstaan we onder realtime e-mailmarketing?
1 pt.
- a. E-mailmarketing op basis van targeting d.m.v. resultaten die behaald worden in een ander kanaal
 - b. E-mailmarketing op basis van targeting d.m.v. sociodemografische kenmerken van een doelgroep
 - c. E-mailmarketing op basis van targeting d.m.v. tijd, soort device en/of de locatie waar iemand zich bevindt
 - d. Geen van de overige antwoorden is juist
- 31** Welke 'metrics' horen over het algemeen bij een e-mailmarketingcampagne?
1 pt.
- a. Conversion rate
 - b. Alle overige genoemde antwoorden zijn juist
 - c. Click-Through rate
 - d. Delivery rate

32 Wat verstaan we onder open rate?

1 pt.

- a. Het percentage van de ontvangers dat de e-mail leest
- b. Het percentage van de ontvangers dat in de e-mail klikt op een link
- c. Het percentage van de ontvangers dat de e-mail opent
- d. Geen van de overige antwoorden is juist

33 Waarom is het verstandig om in een formulier op een landingspagina al zoveel mogelijk gegevens van de bezoeker te 'prefillen'?

1 pt.

- a. Dan weet je zeker dat de gegevens die er staan correct zijn
- b. Het geeft de ontvanger meer vertrouwen in de verzender van de e-mail
- c. De ontvanger van de e-mail hoeft dan minder moeite te doen om in te gaan op de aanbieding. En hoe minder moeite de ontvanger hoeft te doen om in te gaan op een aanbieding, des te groter de kans dat hij het gaat doen
- d. Geen van de overige antwoorden is juist

34 Wat verstaan we onder intelligent search in een webshop?

1 pt.

- a. Intelligent search is een zoekfunctie die foutief gespelde zoekwoorden herkent, suggesties doet en op die manier de bezoeker alsnog naar de pagina met het juiste product stuurt
- b. Intelligent search is een zoekfunctie waarbij de zoekresultaten zodanig kunnen worden gemanipuleerd dat bijvoorbeeld het product met de hoogste marge bovenaan staat
- c. Intelligent search is een zoekfunctie waarbij het mogelijk is om op basis van het zoekwoord een banner te tonen met betrekking tot het betreffende zoekwoord
- d. Alle drie de hiervoor genoemde antwoorden zijn juist

35 Welke stelling is juist?

1 pt.

- a. Bezoekers van websites lezen doorgaans alleen koppen
- b. Bezoekers van websites lezen alleen informatie die boven de 'fold' zichtbaar is
- c. Bezoekers van websites lezen niet, maar scannen
- d. Bezoekers van websites lezen pagina's doorgaans van linksboven naar rechtsonder

36 Wat verstaan we onder 'Location Based Services'?

1 pt.

- a. Diensten via mobiele apparaten die iemand helpen om zijn/haar locatie te bepalen
- b. Diensten op een mobiel apparaat die aangeboden worden op basis van de locatie waar iemand op een specifiek moment is
- c. Diensten die constant bijhouden waar iemand is en dit doorgeven aan de personen die iemand daarvoor gemachtigd heeft
- d. Alle overige genoemde antwoorden zijn juist

37 Wat is social proofing in de context van online sales?

1 pt.

- a. Het laten zien van reviews bij een product
- b. Het laten zien welke andere producten kopers van soortgelijke artikelen ook kochten
- c. Het laten zien hoeveel mensen tegelijkertijd met jou naar het product aan het kijken zijn
- d. Alle drie de overige antwoorden zijn voorbeelden van social proofing

38 Wat zijn de kosten per conversie van deze SEA-campagne op basis van de hieronder weergegeven gegevens?

1 pt.

Vertoningen: 307.000

CTR: 23%

CPC: € 1,04

Overige kosten (b.v. kosten landingspagina): € 3.750,-

Conversieratio: 11%

Aantal herhaalaankopen: 1,8

Winst per conversie: € 73,-

- a. € 2,11
- b. € 5,52
- c. € 23,46
- d. € 102,46

39 Wat is de hiërarchie van het Analytics-datamodel?

1 pt.

- a. Interacties > sessies > gebruikers
- b. Sessies > gebruikers > interacties
- c. Gebruikers > sessies > interacties
- d. Interacties > gebruikers > sessies

40 De salesconversie van een e-mailing wordt als volgt berekend:

1 pt.

- a. Het aantal bestellingen via de landingspagina van de e-mailing/het aantal personen dat de landingspagina bezocht heeft
- b. Het aantal bestellingen via de landingspagina van de e-mailing/het aantal verzuurde e-mails
- c. Het aantal bestellingen via de landingspagina van de e-mailing/het aantal personen dat de e-mail geopend heeft
- d. Geen van de overige antwoorden is juist

41 Wat voor conclusie kan je trekken als een bounce rate hoger is dan 60%?

1 pt.

- a. Dat de server waarop de website draait veel aanroepingen van de website weigert
- b. Dat de website niet aansluit bij waar de bezoekers naar op zoek zijn
- c. Dat een groot deel van de bezoekers weigert om de site te bezoeken
- d. Dat de betalingsprovider die het betalingsverkeer tussen de site en de klanten regelt veel transacties weigert

42 Waarvoor staat de afkorting ROAS?

1 pt.

- a. Return On Advertising Spending
- b. Return On in-App Spending
- c. Return On Advertising and Sales
- d. Return On Action Sampling

- 43** Welke van de antwoordopties is een essentieel element van je datavisualisatie?
1 pt.
- a. Context
 - b. Onbetrouwbare data
 - c. Kleurgroepen
 - d. Grote diagrammen
- 44** Waarom is het **niet** nodig om 100% accurate data uit je analytics systeem/systemen te krijgen?
1 pt.
- a. Het gaat vooral om trends in de data en niet zozeer om 100% accuraatheid
 - b. Het is wel degelijk nodig om 100% accurate data uit je systeem/systemen te krijgen, anders kan je niet precies bepalen of de gestelde targets wel gehaald gaan worden/zijn
 - c. Het lukt nou eenmaal nooit om 100% accurate data te krijgen, maar wel 90-95%
 - d. Data dient slechts ter ondersteuning van beslissingen die je neemt, dus een indicatie van de ontwikkeling(en) is voldoende
- 45** Bij een nieuw project wil de verantwoordelijke marketingmanager dat de rapporten op unieke bezoekers worden gebaseerd. Wat doe je?
1 pt.
- a. Je adviseert om tenminste op page views te rapporteren
 - b. Je adviseert om tenminste op bezoekers te rapporteren
 - c. Je adviseert om tenminste op bezoeken te rapporteren
 - d. Je gaat hierin mee. Immers hij is de verantwoordelijke voor dit project

U heeft zojuist het NIMA Examen Basiskennis Online Marketing afgesloten. De uitslag van het examen wordt binnen drie weken per post toegestuurd.

Wij wensen u een goede terugreis en vergeet bij het verlaten van de zaal uw persoonlijke spullen niet.

Met vriendelijke groet,

NIMA

Correctiemodel

1. D
1 pt.

2. A
1 pt.

3. D
1 pt.

4. C
1 pt.

5. D
1 pt.

6. D
1 pt.

7. C
1 pt.

8. D
1 pt.

9. A
1 pt.

10. B
1 pt.

11. D
1 pt.

12. D
1 pt.

13. A
1 pt.

14. D
1 pt.

15. C
1 pt.

16. C
1 pt.

17. C
1 pt.

18. C
1 pt.

19. C
1 pt.

20. D
1 pt.

21. D
1 pt.

22. D
1 pt.

23. C
1 pt.

24. B
1 pt.

25. D
1 pt.

26. D
1 pt.

27. D
1 pt.

28. A
1 pt.

29. C
1 pt.

30. C
1 pt.

31. B
1 pt.

32. C
1 pt.

33. C
1 pt.

34. D
1 pt.

35. C
1 pt.

36. B
1 pt.

37. D
1 pt.

38. B
1 pt.

39. C
1 pt.

40. A
1 pt.

41. B
1 pt.

42. A
1 pt.

43. A
1 pt.

44. C
1 pt.

45. C
1 pt.

Vraagidentificatiecodes

Deze identifiers kunnen worden gebruikt om de precieze vraag in de vragenbanken te identificeren. Gebruik deze code in combinatie met de documentcode wanneer u feedback doorgeeft, zodat precies duidelijk is op welke vraag en -versie uw feedback van toepassing is.

Documentidentificatiecode: 416-1709

Vraagnummer	Vraag-identificatiecode	Versie-identificatiecode
1	35120	d13d3243-f3a9-415d-b295-07d251af2768
2	35507	ef2766e2-0cb3-4666-adbc-93404e1c29b6
3	35117	79d2e8ca-60ee-47ec-b77b-498ced01e1ac
4	35348	50aba536-253d-4aba-8b21-f92db84b2e20
5	36248	ac7d1384-8ac4-4bad-976e-a44d02423fc6
6	35927	1cba86e0-8dd2-451b-807b-31ecdd18f019
7	35762	15a9ee3b-f5e0-418d-9ab2-fa78fd30d68d
8	35924	fe32f803-e0d5-4eb9-bacd-0b2214657c86
9	35474	56f047ba-27ec-4d68-a7bb-42822bd3be21
10	35465	22686927-84e5-4129-b78f-6aff49ac5326
11	35498	6aa3dd23-94ff-45ef-9b85-14c6fd5b13c2
12	35540	51f30cd4-5c93-496f-820c-333176fbc426
13	35534	956c2fea-9f5c-4f7a-ae18-5b4fae0f6307
14	36260	e323dea2-b4f9-47b4-b81e-9debbe87d251
15	35258	b1986dec-3232-4750-bcc7-79984bd0b91c
16	35252	ec203107-caed-4137-92db-6f18bd21c3b1
17	35228	14a5b50c-f682-4277-90f6-cfca8927da6f
18	35222	04581203-5806-442e-8d27-5c6ffe5b524b
19	35213	b1f12059-b47d-4212-bc75-01711089c0df
20	36083	d20fc595-b2e1-4d55-83a2-af649bd03386
21	36020	bc0271c6-fe4d-479c-943d-d7c555359bc5
22	35441	af23c2af-2603-4cf4-b838-bb5ab109d5aa
23	36059	a2c3e6b2-fa08-4109-9ef8-f071f18126ec
24	35603	434774a2-13d8-4e29-a988-6340c06b27a3
25	36056	07e6a0bc-178d-4e61-bfb5-12569f7def58
26	36002	52061dfb-8b27-4238-a794-1e581a22c69a
27	35195	ac63486f-cc93-44a3-873a-595ba25fb8e2

28	35813	4f7f1b50-7509-4cd9-809e-4e5905d0dfc6
29	35771	3de82192-5585-4b1e-8303-599cc2ab8ab9
30	35786	1fb3f0a9-c948-4988-96c6-f34b8766eb04
31	35183	c68f9b7b-3583-47f7-a859-37c56286fe73
32	35333	4bb53e45-7cbf-4ba4-b227-5aafd9d3e094
33	35339	04123afe-c52f-4998-8026-559a24e955d7
34	35381	54981233-b1f1-414f-8ab5-9a4c6c468fc6
35	35276	cf45b4c5-9ee5-4ea1-8fd0-7e13737ed6c4
36	35828	bd3fa0dd-1179-4b05-9eca-019b78b975d3
37	35384	8aaa84e1-ceb1-4d6e-a9b4-07aff9f90326
38	35948	718221e3-4d36-4992-af1f-ae4c8a1c103c
39	36116	ddf9706a-8853-43ac-896c-323a82718462
40	35792	9f276348-05c2-4921-92ed-9debb75a3f4e
41	35291	93d3709e-a3a1-430b-8368-7b0e16b36fbc
42	35270	8ff21174-dc97-4b08-ab72-60773d770903
43	36194	b2174988-cf96-4040-a25d-4e8c2f611449
44	36209	a3a596b7-c2cf-476e-a267-8c52a0012a99
45	36218	2db94d1e-467f-4452-9bba-065c99006cb1