

ĐỀ THI ZALO QUALIFIED PROFESSIONAL

Thời gian làm bài: 45 phút

PHẦN 1: ZALO SHOP

Câu 1: Điều kiện để tạo chương trình khuyến mãi là gì?

- a. Bạn đã có cửa hàng hoạt động được trên 1 tháng.
- b. Cửa hàng của bạn có trên 100 người quan tâm.
- c. Bạn cần có cửa hàng và sản phẩm cửa hàng đã được Zalo Shop duyệt qua.
- d. Chương trình khuyến mãi phải được lên lịch trước 1 tuần để đợi duyệt.

Câu 2: Kích thước ảnh đại diện Zalo Official Account là bao nhiêu?

- a. 150 x 150px
- b. 150 x 150cm
- c. 300 x 300px
- d. 300 x 300cm

Câu 3: Trong các phát biểu dưới đây, quy định đổi tên Official Account Zalo Shop nào đúng?

- a. Không có quy định gì, người dùng có thể đổi tên bất cứ lúc nào.
- b. Người dùng cần thông báo đặt lịch đổi tên cho BQT vào thứ 6 mỗi tuần.
- c. Đối với Official Account có từ 200 followers trở lên, người dùng không được đổi tên nữa.
- d. Đối với OA có dưới 200 followers (người quan tâm), OA có thể gửi yêu cầu thay đổi tên, sau đó BQT sẽ duyệt lại yêu cầu thay đổi của OA.

Câu 4: Điều kiện để OA hiển thị khi tìm kiếm trên công cụ Tìm kiếm của Zalo?

- a. OA đăng kí cửa hàng và có sản phẩm đã được duyệt.
- b. OA phải có ít nhất 50 người quan tâm.
- c. Bất kì OA được tạo ra nào cũng hiển thị khi tìm kiếm.
- d. OA có từ 20 người quan tâm trở lên và đang hoạt động.

Câu 5: Kích thước của hình ảnh đại diện trong tin nhắn BroadCast là bao nhiêu?

- a. 500 x 500px
- b. 500 x 320px

- c. 500 x 350px
- d. 500 x 300px

Câu 6: Kích thước của Video đại diện trong tin nhắn BroadCast tối đa là bao nhiêu?

- a. 1 MB
- b. 5 MB
- c. 10 MB
- d. 50 MB

Câu 7: Điều kiện nào KHÔNG đúng đối với sản phẩm được lựa chọn hiển thị trên Zalo Shop Marketplace?

- a. Sản phẩm chính hãng.
- b. Sản phẩm phải có giá bán từ 500.000 trở lên.
- c. Sản phẩm có hình ảnh mô tả chi tiết, rõ ràng và cụ thể.
- d. Sản phẩm từ cửa hàng uy tín, có giấy phép kinh doanh hợp pháp.

Câu 8: Đâu không phải là một trong những nội dung được thể hiện ở công cụ theo dõi thống kê?

- a. Doanh thu của cửa hàng.
- b. Thống kê số người quan tâm/bỏ quan tâm.
- c. Tổng số lượt mua của tháng này.
- d. Thống kê số người quan tâm theo độ tuổi.

Câu 9: Giao diện hiển thị sản phẩm trên Zalo Shop bao gồm những phần nào?

- a. Nút quan tâm cửa hàng, tên sản phẩm, giá, ảnh mô tả sản phẩm, chat, đặt hàng
- b. Gửi cho bạn bè trong Zalo, đăng lên nhật ký cá nhân.
- c. Danh mục sản phẩm khác và link dẫn về cửa hàng.
- d. Tất cả các đáp án trên.

Câu 10: Chủ cửa hàng/doanh nghiệp có thể thêm các trường tự động nào sau đây khi thiết lập tùy chỉnh nội dung tin nhắn phản hồi nhanh?

- a. Tên khách hàng, tên sản phẩm.
- b. Giá sản phẩm, mã sản phẩm.
- c. Tên OA, địa chỉ (thông tin địa chỉ đã được thiết lập trong Thông tin tài khoản).
- d. Tất cả đáp án trên.

Câu 11: Loại tài khoản Official Account nào dùng để phát triển tin tức, cộng đồng?

- a. Tài khoản nội dung.
- b. Tài khoản cửa hàng.
- c. Tài khoản dịch vụ khác.
- d. Tài khoản thương hiệu.

Câu 12: Người quan tâm sẽ nhận được TỐI ĐA bao nhiêu tin nhắn BroadCast từ OA Cửa hàng?

- a. 1 tin nhắn/tuần.
- b. 4 tin nhắn/tháng.
- c. 4 tin nhắn/tuần.
- d. 20 tin nhắn/tháng.

Câu 13: Để được chứng thực bởi Zalo, OA cần đạt tối thiểu bao nhiêu người quan tâm?

- a. 200 người.
- b. 400 người.
- c. 100.000 người.
- d. 400.000 người.

Câu 14: Bạn có thể chọn tối đa bao nhiêu Banner để hiển thị trong khu vực Banner của cửa hàng Zalo?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4

Câu 15: Khi soạn tin nhắn BroadCast, bạn có thể chèn vào bài viết những định dạng nào?

- a. Ảnh JPEG.
- b. Link Video YouTube.
- c. Sản phẩm cửa hàng.
- d. Tất cả đều đúng.

Câu 16: Khi thiết lập Menu của số chat thì tên của Menu không được quá bao nhiêu ký tự?

- a. 15
- b. 20

- c. 25
- d. 40

Câu 17: OA được mời tối đa bao nhiêu người quan tâm một ngày?

- a. 20 người.
- b. 40 người.
- c. 200 người.
- d. Không giới hạn.

Câu 18: Tính năng nào của Zalo đóng vai trò hiệu quả như một cầu nối giữa cửa hàng online và offline?

- a. QR Code.
- b. BroadCast.
- c. Truy vấn tự động.
- d. Tạo mẫu tin nhắn trả lời.

Câu 19: Để đăng sản phẩm một cách nhanh chóng với tính năng đăng sản phẩm từ file sẵn có, file Excel cần có các trường thông tin nào dưới đây:

- a. Tên sản phẩm; Mã sản phẩm; Giá tuyệt đối; Mô tả sản phẩm; Link hình ảnh sản phẩm.
- b. Tên sản phẩm; Mã sản phẩm; Giá tuyệt đối; Mô tả sản phẩm; File hình ảnh sản phẩm.
- c. Tên sản phẩm; Mã sản phẩm; Giá tuyệt đối; Danh mục sản phẩm; Link hình ảnh sản phẩm.
- d. Tên sản phẩm; Mã sản phẩm; Giá tuyệt đối; Danh mục sản phẩm; File hình ảnh sản phẩm.

Câu 20: Truy vấn tự động giúp OA có thể tạo sẵn mẫu tin nhắn/hình ảnh/liên kết/nhiều liên kết để gửi tự động cho người quan tâm khi họ click vào menu có gắn truy vấn mà OA đã thiết lập.

- a. Đúng.
- b. Sai.

PHẦN 2: ZALO ADS

Câu 21: Nội dung quảng cáo nào bị giới hạn trên Zalo Ads?

- a. Quảng cáo dịch vụ hẹn hò.
- b. Quảng cáo thuốc theo toa.
- c. Quảng cáo có hình ảnh "trước và sau". Những hình ảnh chứa ảnh "trước và sau" hoặc hình ảnh chứa kết quả bất ngờ hoặc không thể xảy ra.
- d. Nội dung quảng cáo chứa những hình ảnh minh họa tính năng không tồn tại.

Câu 22: Zalo Ads hiện tại có bao nhiêu hình thức quảng cáo chính?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4

Câu 23: Khi quảng cáo, nếu nhà quảng cáo có đề cập đến "Zalo" trong nội dung quảng cáo thì chỉ được phép khi nào?

- a. Hiện thị từ "Zalo" với cùng cỡ và kiểu chữ như nội dung xung quanh
- b. Sử dụng logo Zalo và hệ thống logo sản phẩm liên kết với Zalo (VNG, Zing, Zing MP3, Zing TV, Báo Mới, Laban, Zing TV, Zing News...) trong hình ảnh quảng cáo.
- c. Viết "Zalo" với chữ "Z" viết hoa.
- d. Câu a và c đúng.

Câu 24: Số lượng ký tự phần chú thích trong nội dung quảng cáo trên Zalo được cho phép không quá bao nhiêu?

- a. 50 ký tự.
- b. 60 ký tự.
- c. 90 ký tự.
- d. 150 ký tự.

Câu 25: Khi tạo quảng cáo trên Zalo Ads, ở bước "Chọn đối tượng", nội dung nào sau đây không được đề cập đến?

- a. Vị trí quảng cáo được hiển thị.
- b. Địa điểm.
- c. Độ tuổi.

d. Giới tính.

Câu 26: Công thức tính chỉ số CTR của quảng cáo (chỉ số tương tác giữa nội dung và hình ảnh quảng cáo với người dùng Zalo) là gì?

- a. $CTR = \text{số lượt nhấp chuột} / \text{số lượt hiển thị} \times 100.$
- b. $CTR = \text{số lượt xem} / \text{số lượt hiển thị} \times 100.$
- c. $CTR = \text{số lượt quan tâm} / \text{số lượt hiển thị} \times 100.$
- d. $CTR = \text{số lượt nhấp chuột} / \text{số lượt xem} \times 100.$

Câu 27: Với mục tiêu tăng lượt truy cập của Landing Page, bạn sẽ sử dụng loại quảng cáo nào trên Zalo Ads?

- a. Quảng cáo sản phẩm.
- b. Quảng cáo Website.
- c. Quảng cáo Zalo Official Account.
- d. Quảng cáo theo lượt liên hệ.

Câu 28: Khi tạo quảng cáo trên Zalo Ads, quảng cáo của bạn sẽ KHÔNG hiển thị trong các nền tảng nào sau đây?

- a. Zalo Articles.
- b. Báo Mới.
- c. Zing Family Apps & Wap.
- d. Web Trẻ Thơ.

Câu 29: Nội dung quảng cáo nào sau đây được duyệt?

- a. “MẬT ONG rỪnG NgUyêN ChẤT 100% đeeeeee”.
- b. “Tạm biệt hôn nách, tự tin trở về là chính mình!”.
- c. “Luyện thi IELTS cấp tốc, đảm bảo đầu ra.”.
- d. Tất cả đều không được duyệt.

Câu 30: Mẫu quảng cáo dưới đây bị từ chối vì lí do gì?

Cam kết 100% hàng nhập khẩu chính hãng. Bồi thường 10 lần nếu phát hiện hàng kém chất lượng



Chỉ cần uống 1 gói mỗi ngày

- Giá sản phẩm chỉ còn 999.000

Mua ngay

- Để giá sản phẩm ở phần Thông tin thêm
- Hình ảnh quảng cáo chứa text (chữ trên ảnh) vượt quá 30% diện tích hình ảnh
- Sản phẩm dịch vụ không được phép quảng cáo
- Sử dụng hình ảnh "Trước và sau" hoặc hình ảnh chứa kết quả bất ngờ không thể xảy ra

Câu 31: Trong thỏa thuận sử dụng tài khoản Zalo quảng cáo trực tuyến, điều nào không được đề cập đến?

- Nội dung cấm của người dùng khi sử dụng ZALO ID.
- Quyền và nghĩa vụ của VNG.
- Chính sách thưởng dành cho người dùng.
- Thông tin và bảo mật.

Câu 32: Khi lên kế hoạch một chiến dịch quảng cáo trên Zalo, điều đầu tiên mà nhà quảng cáo cần xem xét là gì?

- Chi phí quảng cáo.
- Mục tiêu của nhà quảng cáo.
- Hình ảnh quảng cáo.
- Vị trí hiển thị của quảng cáo.

Câu 33: Để tăng hiệu quả của chiến dịch quảng cáo Click về Website, nhà quảng cáo nên làm gì với trang Landing Page sau đây?

- Tối ưu hóa trang Landing Page trên Desktop.
- Tăng tốc độ tải của trang Landing Page trên Desktop và Mobile.
- Cả a và b đều đúng.
- Cả a và b đều sai.

Câu 34: Tần số trong báo cáo chiến dịch quảng cáo là gì?

- a. Số lần quảng cáo được nhìn thấy bởi một người dùng Zalo.
- b. Số lần quảng cáo được nhấn bởi một người dùng Zalo.
- c. Số lần quảng cáo được nhìn thấy bởi toàn bộ người dùng Zalo.
- d. Tất cả đều sai.

Câu 35: Để chạy quảng cáo theo danh sách số điện thoại có sẵn, thì số điện thoại phải có cấu trúc như thế nào?

- a. 09XXXXXXXX/01XXXXXXXXXX/088XXXXXXXX.
- b. 849XXXXXXXX/841XXXXXXXX/088XXXXXXXX.
- c. +849XXXXXXXX/+841XXXXXXXX/+8488XXXXXXXX.
- d. +849XXXXXXXX/+841XXXXXXXX/088XXXXXXXX.

Câu 36: Hình thức quảng cáo nào cho phép nhà quảng cáo thêm nhiều hình vào một quảng cáo?

- a. Quảng cáo sản phẩm.
- b. Quảng cáo quan tâm OA.
- c. Quảng cáo Click về Website.
- d. Tất cả các ý trên.

Câu 37: Trường hợp nào sau đây nên chọn quảng cáo Zalo Official Account?

- a. Doanh nghiệp muốn phát triển cộng đồng trên Mobile.
- b. Cửa tiệm quần áo muốn nhanh chóng thanh lý sản phẩm cuối năm.
- c. Một chiến dịch quảng cáo đang kêu gọi công chúng truy cập vào website chương trình để nhận thông tin.
- d. Cửa hàng kinh doanh muốn tăng lượt mua sản phẩm.

Câu 38: Cách đặt giá tiền trên Zalo Ads dựa theo hệ thống gì?

- a. Hệ thống Random (Ngẫu nhiên).
- b. Hệ thống Real Time Bidding (Đấu thầu).
- c. Hệ thống Thứ tự (Ai đặt trước thì giá ưu đãi hơn).
- d. Hệ thống theo khung giờ vàng (Mức giá được sắp xếp theo thời điểm người dùng online nhiều hay ít).

Câu 39: Khi thực hiện quảng cáo sản phẩm, mỗi một lượt tương tác phát sinh khi người dùng Zalo bấm vào nút "Chat" hoặc "Đặt mua" từ quảng cáo sẽ được tính như thế nào trên trang báo cáo của chiến dịch quảng cáo?

- a. Được tính như một lượt quan tâm cửa hàng.
- b. Được tính như một lượt tương tác.
- c. Được tính như một lượt liên hệ với cửa hàng.
- d. Không được thể hiện trên trang báo cáo.

Câu 40: Chỉ số CTR (Click Through Rate) trong bảng báo cáo các chỉ số quảng cáo trên Zalo Ads giúp bạn điều gì?

- a. Đánh giá quảng cáo của bạn có thu hút người dùng nhấn vào hay không.
- b. Đánh giá tần suất xuất hiện của quảng cáo bạn thiết lập so với giá thầu bạn đã đặt ra.
- c. Đánh giá được mức độ thâm nhập của quảng cáo của bạn trên nhóm đối tượng mà nhà quảng cáo đang hướng đến.
- d. Tất cả các đáp án đều đúng.

Câu 41: Để chạy quảng cáo theo danh sách số điện thoại có sẵn, thì danh sách số điện thoại phải có định dạng như thế nào?

- a. *.csv
- b. *.xlsx
- c. *.xls
- d. *.txt

Câu 42: Đâu không phải là hình thức quảng cáo của Zalo Ads?

- a. Quảng cáo sản phẩm trên Zalo.
- b. Quảng cáo tăng traffic về Website từ Zalo Ads.
- c. Quảng cáo tăng lượt quan tâm Zalo Official Account.
- d. Quảng cáo shop trên danh mục – nổi bật.

Câu 43: “Tôi không thể chạy quảng cáo trên Zalo Ads với một danh sách số điện thoại khách hàng tiềm năng có sẵn.” – Nhận định này đúng hay sai?

- a. Đúng.
- b. Sai.

Câu 44: Khi phân tích các chiến dịch quảng cáo của mình, Thu Trang phát hiện rằng có một lượng gia tăng lớn trong lượng truy cập vào Website của cô vào các ngày cuối tuần. Với thông tin trên, cô ấy có thể tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo của mình trên Zalo như thế nào?

- a. Hướng đến nhóm khách hàng có nhiều thời gian rảnh vào cuối tuần.
- b. Đẩy mạnh chạy quảng cáo vào cuối tuần.

- c. Đấu giá thấp hơn vào cuối tuần.
- d. Mở rộng địa điểm (Location) quảng cáo.

Câu 45: Giá nhấp chuột (CPC) tối thiểu khi thiết lập quảng cáo trên Zalo Ads phụ thuộc vào điều gì?

- a. Chỉ số CTR.
- b. Số lượng click đặt cho quảng cáo.
- c. Dung lượng của hình ảnh quảng cáo.
- d. Nhóm đối tượng và thời điểm chạy quảng cáo được chọn.

Câu 46: Quảng cáo sản phẩm trên Zalo Ads là hình thức quảng cáo nhằm mục đích gì?

- a. Quảng cáo để cửa hàng được quan tâm nhiều hơn.
- b. Quảng cáo để quảng bá sản phẩm của cửa hàng trên Zalo.
- c. Quảng cáo để khách hàng có thể tìm thấy cửa hàng nhanh chóng khi search.
- d. Quảng cáo để được đội ngũ Zalo Ads đánh giá là đơn vị tiềm năng và được nhận những chính sách quảng cáo ưu đãi.

Câu 47: Giá trung bình trong báo cáo chiến dịch quảng cáo là gì?

- a. Giá quảng cáo hệ thống tính cho một lượt nhấn của người dùng Zalo vào quảng cáo.
- b. Giá mà nhà quảng cáo đấu thầu khi tạo quảng cáo.
- c. Giá quảng cáo hệ thống tính cho một lượt nhìn thấy quảng cáo của người dùng.
- d. Tất cả đều sai.

Câu 48: Đâu không phải là một nút “call-to-action” khi thiết lập quảng cáo website?

- a. Mua ngay.
- b. Dùng ngay.
- c. Thử ngay.
- d. Tải ngay.

Câu 49: Bạn không thể làm điều này với **ỨNG DỤNG Zalo Ads?**

- a. Tạo / chỉnh sửa quảng cáo, nhóm đối tượng.
- b. Quản lý chi phí quảng cáo.
- c. Theo dõi chi tiết từng chiến dịch quảng cáo theo thời gian thực.
- d. Quảng cáo theo dữ liệu khách hàng sẵn có.

Câu 50: Bạn có thể Target (nhắm đến) các đối tượng quảng cáo dựa theo những yếu tố nào?

- a. Giới tính, Độ tuổi, Vị trí.
- b. Hệ điều hành.
- c. Nhóm ngành nghề.
- d. Tất cả các ý trên.

Câu 51: Bạn được phép chọn tối đa bao nhiêu tỉnh/thành phố khi lựa chọn địa điểm muốn quảng cáo?

- a. 3
- b. 4
- c. 5
- d. 6

Câu 52: Hình ảnh mô tả (hình cover) sử dụng khi tạo quảng cáo Zalo Official Account có kích thước bao nhiêu?

- a. 250*250px.
- b. 360*250px.
- c. 480*250px.
- d. 640*360px.

Câu 53: ĐỂ ĐƯỢC PHÉP thực hiện quảng cáo trên Zalo, những sản phẩm nào cần cung cấp thêm giấy xác nhận nội dung quảng cáo cho sản phẩm trên Website và màn hình điện tử?

- a. Thuốc theo toa.
- b. Thực phẩm chức năng.
- c. Thuốc lá.
- d. Tất cả các ý trên.

Câu 54: Chi phí quảng cáo OA được tính theo giá nào?

- a. CPC – Cost per Click, trả tiền cho mỗi lần click vào quảng cáo.
- b. CPM – Cost per Impressions, trả tiền theo số lần hiển thị quảng cáo.
- c. CPR – Cost per Reach, trả tiền theo lượt tiếp cận khán giả mục tiêu.
- d. CPD – Cost per Duration, trả tiền cho khoảng thời gian mua quảng cáo cụ thể, có thể tính theo ngày, theo tuần, theo tháng hoặc năm.

Câu 55: Việc phân phối quảng cáo Zalo sẽ không dựa trên những yếu tố nào?

- a. Giá Bidding.
- b. Tỷ lệ CTR.
- c. Mục tiêu chiến dịch.
- d. Tỷ lệ tắt quảng cáo.

Câu 56: Bạn đang thực hiện chiến dịch quảng cáo cho một khách hàng là doanh nghiệp kinh doanh bất động sản. Họ muốn nhắm đến 10.000 khách hàng trên Zalo dựa theo dữ liệu có sẵn bao gồm các trường: Họ tên, Giới tính, Số điện thoại, Tỉnh/Thành phố. Theo đó, cách NHANH VÀ CHÍNH XÁC NHẤT để tiếp cận nhóm đối tượng trên là

- a. Thống kê phân tích dữ liệu để tìm ra điểm chung của nhóm đối tượng như tuổi tác, giới tính, địa điểm.
- b. Xây dựng nhóm đối tượng gần giống với nhóm đối tượng trong cơ sở dữ liệu của khách hàng.
- c. Lọc số điện thoại từ cơ sở dữ liệu, tạo quảng cáo nhắm đến đối tượng dựa theo số điện thoại.
- d. Tất cả đều sai.

Câu 57: Một chuỗi cửa hàng bán giày thể thao tại thành phố Hồ Chí Minh đang thực hiện chiến dịch quảng bá cho dòng sản phẩm mới của cửa hàng: Nike Airmax 90. Đây là nhóm đối tượng mà chuỗi cửa hàng thiết lập để nhắm tới:

Độ tuổi: 18-65

Địa điểm: Thành phố Hồ Chí Minh

Giới tính: Tất cả

Hệ điều hành: iOS, Android

Cửa hàng sử dụng một hình ảnh sản phẩm thống nhất cho thiết kế quảng cáo.

Kết quả là CTR rất thấp. Để cải thiện CTR thì chuỗi cửa hàng nên thực hiện chiến lược gì?

- a. Thay đổi độ tuổi của nhóm đối tượng.
- b. Đa dạng hóa các thiết kế hình ảnh minh họa sản phẩm.
- c. a và b đều đúng.
- d. a và b đều sai.

Câu 58: Những lí do nào sau đây KHÔNG PHẢI là lí do quảng cáo của bạn bị từ chối?

- a. Quảng cáo của bạn chứa nhiều nội dung văn bản sai chính tả.
- b. Hình ảnh chứa ảnh "trước và sau".

- c. Quảng cáo sản phẩm chức năng, thực phẩm bổ sung không có bổ sung giấy phép.
- d. Hình ảnh có nội dung văn bản (chữ, bao gồm cả logo) chiếm hơn 20% diện tích hình ảnh.

Câu 59: Trung Anh đang cho thuê bất động sản. Cô ấy muốn quảng cáo căn hộ cao cấp tại Thảo Điền, quận 2, Thành phố Hồ Chí Minh. Do người thuê căn hộ cần phải xem chi tiết thiết kế, hình ảnh các phòng của căn hộ, tiện ích xung quanh nên Trung Anh muốn dẫn về một trang trình bày đầy đủ các thông tin trên. Tuy nhiên, Trung Anh không có sẵn Website để cập nhật các thông tin trên. Theo bạn, Trung Anh có thể lựa chọn hình thức quảng cáo nào trên Zalo để đạt được mục tiêu trên?

- a. Quảng cáo bài viết với nút kêu gọi hành động – Tìm hiểu thêm.
- b. Quảng cáo quan tâm OA.
- c. Quảng cáo cửa hàng.
- d. Tất cả các ý trên.

Câu 60: Một trung tâm tiếng Anh đang ra mắt một khóa học “Tiếng Anh tư duy” dành cho thiếu niên từ độ tuổi 13 – 15 tuổi, sống tại Hà Nội. Trung tâm muốn nâng cao nhận thức về khóa học và tỷ lệ đăng ký học thử, do đó trung tâm thực hiện quảng cáo sản phẩm trên Zalo. Nhóm đối tượng quảng cáo mà trung tâm hướng đến là:

- Giới tính: Tất cả;
- Độ tuổi: 13 – 15
- Nền tảng: Tất cả
- Ngành nghề: Giáo dục

Tuy nhiên, tỷ lệ CTR sau một tuần rất thấp. Là một nhà tư vấn, bạn nghĩ trung tâm cần làm gì để tăng tỷ lệ CTR?

- a. Chia nhóm đối tượng thành nhiều nhóm nhỏ để thử nghiệm
- b. Thay đổi độ tuổi của nhóm đối tượng quảng cáo
- c. Thay đổi nền tảng
- d. Tất cả đều đúng