

预览—收藏—关注

考点课堂 素材精粹

第十版

依据考试大纲 总结命题规律

辅导备考策略 历年考题详析

梳理考试要点 总结核心知识

筛选最新考点 拓展解题思路

精编典型习题 积累备考经验

全真模拟测试 预测考试趋势

注：下载前请仔细阅读资料，以实际预览内容为准

让学习为我们创造终生价值

试卷代号：2634

国家开放大学2020年秋季学期期末统一考试
推销策略与艺术 试题

2021年1月

一、单项选择（在每小题的4个选项中选出一个最优的，将其序号填入题中括号内。每小题2分，共20分）

1. 二八法则对推销工作的意义是（ ）。
 - A. 要注意客户需求的差异性，针对客户需求推销适当的产品
 - B. 推销人员在寻找客户的过程中应当锁定关键客户，找对努力的方向
 - C. 要准确掌握拥有购买决策权的人
 - D. 推销人员要掌握对方的经济实力
2. 以下哪一项不是推销活动的优势？（ ）
 - A. 双向沟通
 - B. 培养友谊
 - C. 传播广泛
 - D. 反应及时
3. 关于好奇接近法，以下哪个说法不正确？（ ）
 - A. 推销人员利用人的好奇心来接近客户，常常会收到事半功倍之效
 - B. 使用好奇接近法不可过分卖弄技艺
 - C. 推销人员应尽可能发挥表演技巧，使用夸张的手法吸引客户的注意
 - D. 这种方法是在掌握人们的心理规律的基础上，采用了有效的措施
4. 以下哪一项是不需要在接近客户前就做好准备的？（ ）
 - A. 明确主题
 - B. 准备备品配件
 - C. 掌握必要的信息
 - D. 做好心理准备
5. 在客户逛商店时，再次回到了原先看过的某个商品前时，推销人员此时采用（ ），能够更好地实现交易。
 - A. 给客户较大的空间
 - B. 采取主动法为客户介绍商品
 - C. 采取松动模式
 - D. 多向客户提问题以了解基本情况
6. “很抱歉，这种产品我们和xx工厂有固定的供应关系”，这种异议，通常称之为（ ）。
 - A. 需求异议
 - B. 货源异议
 - C. 产品异议
 - D. 价格异议
7. “王总，您好！我们已经在电话里沟通了好几次了，咱们之间也算有了初步认识。从这几次同您的沟通来看，我个人觉得您完全没有必要购买如此高端配置的电脑，因为很多功能在您的日常工作中用的几率很少。我建议您不妨买另外一款电脑试试，这款电脑从配置和性能来说都非常适合您，您看如何呢？”，这位推销人员使用的成交方法是（ ）。
 - A. 特别优惠促成法
 - B. 顾问促成法
 - C. 最后机会促成法
 - D. 试用促成法
8. 强调标的物的不可代替性的原则就是（ ）。
 - A. 实际履行原则
 - B. 全面履行原则
 - C. 非全面履行原则
 - D. 协作履行原则
9. 以下哪一点不是店面陈列中应当做到的？（ ）

- A. 过分囤积货物
B. 店面环境整洁舒适
C. 传递更多信息
D. 商品陈列要随季节变换及时调整
10. 当企业的产品种类繁多或产品技术复杂、产品间毫无关联时，通常可考虑采用哪种组织形式？（ ）
- A. 地区式组织
B. 产品管理式组织
C. 市场管理式组织
D. 职能式组织

二、多项选择（在每小题的4个选项中有不少于两项是正确的，请选出它们并将其序号填入题后括号内。每小题2分，共10分）

11. 以下关于推销的描述哪几项是不正确的？（ ）
- A. 推销就是营销
B. 推销就是促销
C. 推销要为客户着想
D. 推销是艺术，不是一门科学
12. 客户导向型(1, 9)推销人员遇到以下哪几种类型的客户将不能完成推销任务？（ ）
- A. 漠不关心型
B. 软心肠型
C. 保守防卫型
D. 没有决策权的客户
13. 多种接受方案促成法的正确描述有（ ）。
- A. 提供尽可能多的方案供客户选择
B. 利用一连串的肯定方案，引导客户同意推销人员的看法
C. 鼓励客户从正面思考问题并不断对推销人员的看法表示赞许
D. 推荐商品的各个细节客户都持赞许态度，在成交的时机到来时就更容易赞成和接受被推销的商品
14. 对客户的价格异议的处理方法有（ ）。
- A. 强调受益
B. 缩小单价
C. 比较优势
D. 不予理睬
15. 成交以后不应该有的是以下哪几种态度？（ ）
- A. 欣喜若狂
B. 态度冷漠
C. 亲切自然
D. 藐视对方

三、判断正误（根据你的判断，正确的在题后括号内划“√”，错误的划“×”。每小题2分。共20分）

16. 和其他活动不同，推销一般是个人单一的活动，和其他人没有关系。（ ）
17. 互联网时代客户购买前的准备工作更加充分。（ ）
18. “埃德帕”模式的第一阶段是吸引客户的注意力。（ ）
19. 在一个小区开连锁店，必须要搞清楚这个小区需要什么品种、什么类型、什么品牌、什么价位的商品。（ ）
20. 在作商品介绍时，推销人员一开始就应当把产品的优点和交易条件和盘托出，以吸引客户购买。（ ）
21. 拥有购买权是成为潜在客户的基本条件之一。（ ）
22. 客户异议是成交的障碍，它是客户对推销品没有需要的信号。（ ）
23. 抱怨是每个推销人员都会遇到的，如果确信产品质量好，对客户的抱怨可以不予理睬。（ ）
24. 为了及时、全额回收货款，降低企业经营风险，有必要在销售前对客户进行资信调查。（ ）

25. 对那些没有买到所需货物的顾客，如果他们要买的东西不是太具体的话，推销人员就要尽量向他推荐代用物品。（ ）

四、简述（简要阐述以下各题。每小题15分，共30分）

26. 以下是几种推销人员在推销过程中常常面临的异议，请分别指出这些异议的类型，并提出相应的处理办法。

- (1) 这东西对我没用；
- (2) 我现在很忙，没时间考虑；
- (3) 我对目前的供应商很满意。

27. 假如你是一位保险机构的推销人员，你如何选择合适的寻找客户的方法？

五、案例分析（认真阅读以下案例并回答问题。共20分）

28. 不拘小节误大事

风景秀丽的某海滨城市的朝阳大街，高耸着一座宏伟楼房，楼顶上“远东贸易公司一六六个大字格外醒目。某照明器材厂的业务员金先生按原计划，手拿企业新设计的照明器样品，兴冲冲地登上六楼，脸上的汗珠未及擦一下，便直接走进了业务部张经理的办公室，正在处理业务的张经理被吓了一跳。“对不起，这是我们企业设计的新产品，请您过目，”金先生说。张经理停下手中的工作，接过金先生递过的照明器，随口赞道：“好漂亮呀！”并请金先生坐下，倒上一杯茶递给他，然后拿起照明器仔细研究起来。金先生看到张经理对新产品如此感兴趣，如释重负，便往沙发上一靠，跷起二郎腿，一边吸烟一边悠闲地环视着张经理的办公室。当张经理问他电源开关为什么装在这个位置时，金先生习惯性地用手搔了搔头皮。好多年了，别人一问他问题，他就会不自觉地用手去搔头皮。虽然金先生做了较详尽的解释，张经理还是有点半信半疑。谈到价格时，张经理强调：“这个价格比我们预算的高出较多，能否再降低一些？”金先生回答：“我们经理说了，这是最低价格，一分也不能再降了。”张经理沉默了半天没有开口。金先生却有点沉不住气。不由自主地拉松领带，眼睛盯着张经理，张经理皱了皱眉，问道：“这种照明器的性能先进在什么地方？”金先生又搔了搔头皮，反反复复地说：“造型新，寿命长，节电。”张经理托辞离开了办公室，只剩下金先生一个人。金先生等了一会儿，感到无聊，便非常随便地抄起办公桌上的电话，同一个朋友闲谈起来。这时，门被推开，进来的却不是张经理，而是办公室秘书。

（资料资源：左显兰主编，《商务谈判与礼仪（第2版）》，机械工业出版社，2018年4月）

阅读以上资料，回答以下问题：
请指出金先生的问题出在哪里？

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/486131050050010051>