

试卷代号:2634

座位号

国家开放大学(中央广播电视大学)2016年秋季学期“开放专科”期末考试

推销策略与艺术 试题(开卷)

2017年1月

题号	一	二	三	四	五	总分
分数						

得分	评卷人

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

1. 客户说:“我从来不买化妆品”,这种异议属于哪类异议? ()
A. 产品异议
B. 货源异议
C. 需求异议
D. 产品异议
2. 建议客户购买与某件商品相关的物品时,最好的时机应当是()。
A. 在商品买卖成交前
B. 在客户完成购买准备离开时
C. 在包装商品和收款前
D. 客户购买商品付款后
3. “这种酒有两种包装,您要精装的还是简装的?”,这个推销方法属于哪类推销方法?
()
A. 积极假设促成法
B. 强迫选择促成法
C. 询问与停顿促成法
D. 多种接受方案促成法
4. 对推销人员进行业绩评估时,最重要的资料来源是()。
A. 推销记录
B. 推销报告
C. 客户意见
D. 同事意见
5. 请指出以下哪一点是不恰当的?()
A. 和新客户握手时,应以轻触对方为准
B. 和长者见面时,一般应由对方决定是否愿意握手
C. 在天气寒冷时可以戴手套与对方握手
D. 一般应采取站立姿势与对方握手

6. 推销员在与客户确定面谈时间时,最为恰当的询问方式是()。
- A. 您看什么时间咱们见面谈一下
B. 您什么时间比较方便
C. 我这周四上午有时间,您看怎么样
D. 您看是今天下午方便还是明天上午
7. 在现代推销中,推销员应该持有下列哪一种观念?()
- A. 关注“人”,满足客户需要
B. 以高压式手段说服客户购买
C. 以达成交易为主旨、说服客户购买
D. 关注“物”,使用一切技巧卖出产品
8. 迪伯达模式指导推销洽谈的第一个步骤是()顾客的需要和愿望。
- A. 准确发现
B. 促使接受
C. 证实符合
D. 产品结合
9. 对于很有特色的产品,最适合采取的接近方法是()。
- A. 产品开路法
B. 他人介绍法
C. 自己介绍法
D. 利益接近法
10. 一位保险员递给顾客一张模拟支票问:“你想不想退休以后每月收到这样一张支票?”,他用的是()。
- A. 产品接近法
B. 好奇接近法
C. 利益接近法
D. 戏剧接近法

得 分	评卷人

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20分)

11. 吉姆模式的三个要素为()。
- A. 产品
B. 公司
C. 推销员
D. 公众
12. 在哪些情况下,可以考虑使用重述的技巧()。
- A. 当客户提出了对推销有利的需求的时候
B. 客户提出的需求是你的产品能够满足的时候
C. 客户提出了对产品或公司有利的评论的时候
D. 客户提出了对产品或公司不利的评论的时候

13. 约见的內容一般包括()。
- A. 确定约见对象
B. 明确约见事由
C. 安排约见时间
D. 选择约见地点
14. 回避法通常在哪几种情况下使用? ()
- A. 客户提出一些与推销无关的异议
B. 客户提出一些荒谬的异议
C. 客户提出理由正当的意见
D. 客户提出显然站不住脚的借口
15. 买卖合同的履行必须共同遵守一些基本规则。这些原则主要有()。
- 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
16. 常见的准顾客发出的购买信号主要有()。
- A. 紧握双手,表情淡漠
B. 仔细检查商品,询问使用方法
C. 拿起定货单,询问交货手续
D. 征求别人的意见
17. 直接否定法的优点有()。
- A. 有利于消除客户疑虑,增强购买信心
B. 有利于保持良好的人际关系,创造和谐的谈话气氛
C. 不伤客户自尊,客户比较容易接受
D. 缩短推销时间,提高推销效率
18. 成交以后应保持以下哪几种态度? ()
- A. 欣喜若狂
B. 态度冷漠
C. 热情友好
D. 亲切自然
19. 建立良好的第一印象的要素有()。
- A. 良好的外表
B. 超乎寻常的热情与殷勤
C. 简洁清晰的开场白
D. 恰当的身体语言
20. 推销是很多要素相互作用的一种综合性活动。这些要素主要包括下列哪几个方面?
()
- A. 推销人员
B. 推销对象
C. 推销品
D. 推销信息

得 分	评卷人

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 1 分,共 20 分)

21. 组织购买者一般属于理智型购买,促销宣传对其的影响较小。()
22. 当你拜访的一位新顾客拒绝了你,你应当一遍遍高频率地联系那位顾客,一定要让他听完你的介绍。()
23. 推销员进门前,如果门是开启的,可以不必按门铃或敲门。()
24. 成交最基本的条件就是所推销的商品能充分满足客户的某种需要。()
25. 在推销过程当中,要善于将产品利益数字化,这会为你带来预想不到的收获。()
26. 因为店面陈列的丰富性是提升店面业绩的一个很重要因素,所以货物陈列越多越好。()
27. 特别优惠促成法能够促使客户做出购买决定,为了诱导客户购买,可以不计成本为客户提供优惠。()
28. 为了快速回笼货款,成交签约时一定要明确的付款日期,同时要按约定的时间上门收款。()
29. 敬茶、饮茶是人们日常社交和家庭生活中普遍的往来礼仪。为客人倒茶时,为表示诚意应将茶杯倒满。()
30. 如果客户认为推销品价格过高,推销员就应该停止推销。()
31. 推销员的首要任务就是最大限度地推销产品,无论采取什么手段,推销业绩是衡量推销成功与否的唯一标准。()
32. 薪金制有较强的刺激性,有利于调动推销人员的工作积极性。()
33. 与客户争辩是处理客户异议的有效方式。()
34. 一个完整而典型的推销过程一般是从约见客户开始的。()
35. 保证性条款是洽谈中必须要谈的内容之一。()
36. 地毯式寻找法是一种无遗漏的寻找客户的方法,但是它也有明显的不足,其主要缺点受推销员个人素质和能力的影响较大。()
37. 一个组织或个人只要具有购买能力,就可以将其作为潜在客户。()
38. 客户异议往往是客户对推销品不感兴趣的标志。()
39. 采用强迫选择促成法促进成交时,应向客户提供尽可能多的选择方案。()
40. 店面销售人员在迎接顾客时,直接谈论商品的方法最适合那些兴趣集中、正热切地寻找某种商品的人。()

得 分	评卷人

四、简答(每小题 10 分,共 20 分)

41. 在电话约见中,要在最短的时间引起潜在客户的兴趣,主要有什么技巧?

42. 推销洽谈要点是多多益善吗?为什么?

得 分	评卷人

五、案例分析(20 分)

43. 在一次冰箱展销会上,一位打算购买冰箱的顾客指着不远处的一台冰箱对身边的推销人员说:“那种 A 牌子的冰箱和你们的这种冰箱同一类型、同一规格、同一星级,可是它的制冷速度要比你们的快,噪音也要小一些,而且冷冻室比你们的大 12 升,看来你们的冰箱不如 A 牌的冰箱呀!”

推销人员回答说:“是的,你说的不错,我们冰箱噪声是大点,但仍然在国家标准允许的范围以内,不会影响到你家人的生活与健康,我们的冰箱制冷速度慢,可费电量却比 A 牌冰箱少得多。我们冰箱的冷冻室小但冷藏室很大,能储藏更多的食物,你一家三口人,能有多少东西需要冰冻呢?再说我们的冰箱在价格上要比 A 牌冰箱便宜 300 元,保修期也要长 6 年,我们还可以上门维修。”顾客听了,脸上露出欣然之色。

请阅读以上案例,回答下列问题:

(1)客户提出的异议属于哪类异议?

(2)推销人员采用了哪种处理异议的方法?这种方法使用时应注意的问题是什么?

试卷代号:2634

国家开放大学(中央广播电视大学)2016年秋季学期“开放专科”期末考试

推销策略与艺术 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2017年1月

一、单项选择(在每小题的4个备选答案中选出一个最优的,将其序号填入题后括号内。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. C | 2. C | 3. B | 4. B | 5. C |
| 6. D | 7. A | 8. A | 9. A | 10. C |

二、多项选择(在每小题的4个备选答案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20分)

- | | | | | |
|---------|---------|----------|---------|----------|
| 11. ABC | 12. ABC | 13. ABCD | 14. ABD | 15. ABD |
| 16. BCD | 17. AD | 18. CD | 19. ACD | 20. ABCD |

三、判断正误(每小题1分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. × | 23. × | 24. √ | 25. √ |
| 26. × | 27. × | 28. √ | 29. × | 30. × |
| 31. × | 32. × | 33. × | 34. √ | 35. √ |
| 36. × | 37. × | 38. × | 39. × | 40. √ |

四、简述(每题10分,共20分)

41. 当潜在客户接上电话时,为在最短的时间引起潜在客户的兴趣,要注意做到以下几点:

(1)要精心设计开场白,激起对方足够的兴趣或好奇心,使他们希望继续交谈。

(2)约见事由的叙述要充分,口齿清晰、言词简洁、坚定连贯、语气平缓,让对方明白你所要表达的内容,让客户感觉出你的专业和可信赖。

(3)要热情、亲切、诚恳、富有耐心。要用热情和诚恳去感染对方,用真诚的声音打动对方。

(10分)

42. 在推销洽谈中,推销要点并不是多多益善,而应该要能够切中对方的“要害”。要点过多,反而会淹没推销品真正的关键要素,影响推销效果。实际上,洽谈中的推销要点是由产品因素和非产品因素两方面组成的。产品因素主要是指产品的特性。一项产品(或劳务)通常具备多方面的特性,究竟选择哪些特性作为推销洽谈要点,主要应考虑以下方面:(1)洽谈对象是什么样的人?(2)推销的产品是干什么用的?(3)要能够为客户解决哪些问题、满足哪些要求?在推销要点中,非产品因素主要包括产品价格、付款方式、服务项目等。这些因素在现代推销过程中常常起着决定性的作用。(10分)

(本题的关键点在于推销洽谈要点不是多多益善。对理由的阐述,可以允许学生在基本观点正确的前提下自由发挥。只要理由充分,阐述清楚,即可酌情给分。)

五、案例分析(20分)

43. 要点:

(1)客户提出的是产品异议。(6分)

(2)推销人员采用的是优点补偿法。(6分)

运用这种方法应注意摸清客户的购买心理,要扬长避短,突出优势。同时要注意所扬之长必须能使客户感到足以弥补其所指之短;要客观、实事求是。(8分)

(本题为开放性试题,没有标准答案。评阅者应根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)

试卷代号:2634

座位号

--	--

国家开放大学(中央广播电视大学)2017 年春季学期“开放专科”期末考试

推销策略与艺术 试题(开卷)

2017 年 6 月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

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

1. 在现代推销中,推销员应该持有下列哪一种观念? ()
- A. 以达成交易为主旨、说服客户购买 B. 以高压式手段说服客户购买
- C. 关注“人”,满足客户需要 D. 关注“物”,使用一切技巧卖出产品
2. 在以下哪种情况下推销员应当立即停止推销活动? ()
- A. 客户认识不到对推销品的需求,因而表示拒绝
- B. 意识到有需要,有些困难不能购买,又不想直接回答推销员的问题,因而以“不需要”作为拒绝购买的借口
- C. 希望获得谈判的主动权
- D. 客户确实不存在对推销产品的需求
3. 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()。
- A. 产品调查 B. 资信调查
- C. 规模调查 D. 市场调查
4. 在约见对象不具体、不明确或者约见客户太多的情况下,采用哪种方式比较可靠。
- ()
- A. 广告约见法 B. 直接拜访
- C. 信函约见 D. 电话约见法

5. 地毯式寻找法是一种无遗漏的寻找客户的方法,但是它也有明显的不足,以下哪一点是地毯式寻找法的缺点?()

- A. 受推销员个人素质和能力的影响较大 B. 推销员常常处于被动地位
C. 难以找到合适的向导 D. 成本高、费时、费力

6. 在销售过程中,小的共识会引发大的决定。如果你能让客户在一些小的问题上达成共识,你就可以理清对方的思路,这样当你准备让对方作出重大决定时,他们就不会感觉有太大的压力。以下哪种成交方法是基于这种考虑的方法?()

- A. 特别优惠促成法 B. 多种接受方案促成法
C. 次要重点促成法 D. 附带条件促成法

7. 客户异议是成交的障碍,但也表达了一种信号,即客户对推销品()。

- A. 非常满意 B. 不满意
C. 产生兴趣 D. 没有兴趣

8. 在设法摸清顾客的真正需要时,应当首先展示以下哪种层次的商品比较适宜?()

- A. 价格较低的商品 B. 中等偏上的商品
C. 价格较高的商品 D. 名牌商品

9. 对推销人员进行业绩评估时,最重要的资料来源是()。

- A. 推销记录 B. 客户意见
C. 推销报告 D. 同事意见

10. 推销失败时,很多推销员都是草草收场,此时首先应做的是()。

- A. 请求顾客指点 B. 分析失败原因
C. 吸取教训 D. 克服拒绝情绪、避免失态

得 分	评卷人

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20分)

11. 推销员在确定访问路线时,应()。

- A. 尽量减少旅途时间 B. 节省差旅费
C. 增加销售活动时间 D. 履行服务保证

12. 以下哪几项是接近个体潜在顾客的准备内容()。

- A. 组织规模 B. 组织性质
C. 家庭状况 D. 个人特点

13. 建立良好的第一印象的要素有()。
 - A. 良好的外表
 - B. 恰当的开场白
 - C. 华贵的服装
 - D. 丰厚的礼物
14. 同一店面,销售人员的业绩会有很大不同。通常情况下,影响销售人员业绩的自身因素有()。
 - A. 态度
 - B. 店面位置
 - C. 技巧
 - D. 知识
15. 打电话前,必须做好必要的准备,主要包括以下内容()。
 - A. 对方信息的搜集了解
 - B. 要说的内容
 - C. 环境和物质准备
 - D. 订货单、合同文本等
16. 运用链式引荐法时要注意以下几点()。
 - A. 谨慎选择中心人物
 - B. 使客户明白自己寻找对象的要求
 - C. 评估新客户
 - D. 取得现有客户信任
17. 回避法通常在哪几种情况下使用?()
 - A. 客户提出一些与推销无关的异议
 - B. 客户提出理由正当的意见
 - C. 客户提出一些荒谬的异议
 - D. 客户提出显然站不住脚的借口
18. “MAN”法则认为,推销对象成为合格顾客必须同时具备的条件有()。
 - A. 对商品的认知力
 - B. 对商品的购买力
 - C. 购买商品的决定权
 - D. 对商品的需求意愿
19. 常见的准顾客发出的购买信号主要有()。
 - A. 紧握双手,表情淡漠
 - B. 仔细检查商品,询问使用方法
 - C. 拿起定货单,询问交货手续
 - D. 征求别人的意见
20. 对推销人员的激励方式主要有()。
 - A. 物质激励
 - B. 精神激励
 - C. 目标奖励
 - D. 反馈激励

得 分	评卷人

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 1 分,共 20 分)

21. 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,以吸引顾客购买。()
22. 成交的要求应当由客户提出,推销人员不应首先提出成交。()
23. 推销员对顾客说:“这种款式的风衣是今年最流行的,许多顾客都抢着买呢!”,这种语言能够有效地诱发顾客的从众心理,从而采取购买行动。()
24. 运用中心开花法寻找顾客的一个重要环节是中心人物的选择。()
25. 当顾客听完推销员的介绍后询问商品的价格,说明他对这种商品没有兴趣。()
26. 面对客户抱怨,推销员应当区别对待。如果是对好产品的无理抱怨,推销员就应当据理力争,转变客户的看法。()
26. 在寻找客户的过程中,所有的销售线索都是潜在客户。()
27. 保证性条款是洽谈中必须要谈的内容之一。()
28. 直接否定法适用于解决所有的客户异议。()
29. 采用强迫选择促成法促进成交时,应向客户提供尽可能多的选择方案。()
30. 推销额是反映推销成绩的唯一指标。()
31. 采用设置拦路板促成法的一个关键在于:推销员能够及时判断出那些并非出自真心的异议。()
32. 在推销员的知识体系中,最重要的是产品知识,客户知识则是可有可无的。()
33. 推销员在收款过程中,应保持软弱的态度,以争取客户的理解和同情。()
34. 为了顺利达成交易,一定要努力赞美产品,即使有所夸大也是应该的。()
35. 客户的个人爱好一般不适合作为开场白的话题。()
36. 在现实生活中,强力推销导向型的推销员最容易获得成功。()
37. 次要重点促成法的主要优点是可以减轻客户成交的心理压力。()
38. 店面销售人员在迎接顾客时,直接谈论商品的方法最适合那些兴趣集中、正热切地寻找某种商品的人。()
39. 薪金制有较强的刺激性,有利于调动推销人员的工作积极性。()
40. 推销员对客户作详细的自我介绍是客户对其产品感兴趣的前提。()

得 分	评卷人

四、简述(简要阐述以下各题。每小题 10 分,共 20 分)

41. 分别指出以下几种情况属于哪种类型的异议? 推销员面临这些异议时的处理办法如何?

- A、这东西对我来说没什么用;
- B、我现在很忙,没时间考虑。给我一些资料,我回去研究研究;
- C、太贵了,我现在没钱买;
- D、我对目前的供应商很满意。

42. 顾客刚刚走进商店,销售人员就热情地迎上去,问:“先生,您要买点什么?”请评价销售人员的这个行为。

得 分	评卷人

五、案例分析(认真阅读以下案例并回答问题。20 分)

43. 一个推销瓷器的女推销人员,当她把一套餐具中的一个盘子递给瓷器经销商时,她故意把盘子掉到地上,但盘子却完好无损。当她捡起来后,说道:“这是引导瓷器革命的新技术成果,您的顾客特别是家里有小孩的顾客肯定会喜欢这样的产品,难道您不这样想吗?”结果,这位经销商一周后就与她签定了经销合同。

请认真阅读本案例,回答以下问题:

- (1)请说出这位女推销人员采用的是哪种接近顾客的方法?
- (2)这种方法在使用中应注意哪些问题?

试卷代号:2634

国家开放大学(中央广播电视大学)2017年春季学期“开放专科”期末考试

推销策略与艺术 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2017年6月

一、单项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. C | 2. D | 3. B | 4. A | 5. D |
| 6. B | 7. C | 8. B | 9. C | 10. D |

二、多项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|----------|
| 11. ABC | 12. CD | 13. AB | 14. ACD | 15. ABC |
| 16. BCD | 17. ACD | 18. BCD | 19. BCD | 20. ABCD |

三、判断正误(每小题1分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. × | 22. × | 23. √ | 24. √ | 25. × |
| 26. × | 27. √ | 28. × | 29. × | 30. × |
| 31. √ | 32. × | 33. × | 34. × | 35. × |
| 36. × | 37. √ | 38. √ | 39. × | 40. × |

四、简述(每题10分,共20分)

41. A 属于需求异议。对此,首先要弄清“不需要”的原因。分别不同情况进行处理。要注意的是,如果客户确实不需要,就不要强行推销。

B 属于时间异议。对此,推销员要迅速判断原因,有针对性地去解决。如,假如是因为客户一时资金周转有困难,就可以帮助客户想办法解决资金问题。

C 属于价格异议。对此,同样首先要判断其真实原因,同时要注意判断客户对产品的喜欢程度,然后采取积极有效的应对策略。例如,多讲产品的优点,强调收益等等。

D 属于货源异议。货源异议虽然较难解决,但是其本身就说明客户对产品是有需求的。要注意判断导致货源异议的原因,针对不同原因采取不同对策。如,假如原因是对推销员的委托厂商不了解,缺乏信任,可以邀请客户赴厂考察,请客户试用产品,提出质量保证和赔偿担保证明等。(10分)

42. 顾客刚刚走进商店,销售人员就热情地迎上去,问:“先生,您要买点什么?”销售人员的这个行为一般情况下是不妥当的,这样会给顾客造成一种心理压力。

顾客只有在心情愉快、轻松的情况下才有可能购买商品,所以不要当顾客走近柜台还没有来得及选择他喜欢的商品时就给他们太多的压力。

作为零售业的推销人员,掌握必要的顾客心理知识和专业推销艺术,从而针对不同购买心理的顾客灵活采用不同的推销艺术,对推销成功有着举足轻重的作用。一定要让顾客轻松地置身于商品中,自由地去选择他所喜欢的商品。

当顾客长期停留在某一个商品面前,或者是顾客示意推销人员介绍商品时,说明顾客对这种商品产生了比较浓厚的兴趣,这时,推销人员就应当主动地上前为顾客介绍商品。(10分)

(本题评阅者可根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)

五、案例分析(20分)

43. 要点:

(1)这位女推销人员采用的是戏剧接近法。

(2)使用这种方法时要注意:

①表演所用的道具应当是推销品或者其他与推销活动有关的物品,表演的内容应当与推销密切相关;

②应当尽量使表演产生戏剧效果既出人意料,又合情合理,既能打动顾客,又不露表演的痕迹;

③应当尽量让顾客参与其中,使之成为重要角色,以激发顾客的兴趣,并增加真实感。

(本题没有标准答案。评阅者应根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)

试卷代号:2634

座位号

--	--

国家开放大学(中央广播电视大学)2017年秋季学期“开放专科”期末考试

推销策略与艺术 试题(开卷)

2018年1月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

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

1. 在现代推销中,推销员应该持有下列哪一种观念?()
A. 以达成交易为主旨、说服客户购买 B. 以高压式手段说服客户购买
C. 关注“人”满足客户需要 D. 关注“物”,使用一切技巧卖出产品
2. 请指出以下哪一点是不恰当的?()
A. 在天气寒冷时可以戴手套与对方握手
B. 和长者见面时,一般应由对方决定是否愿意握手
C. 和新客户握手时,应以轻触对方为准
D. 一般应采取站立姿势与对方握手
3. 对于哪类客户,推销员不要给对方提供太多的选择或者建议?()
A. 孤独型 B. 犹豫不决型
C. 谨小慎微型 D. 擅长交际型
4. 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()。
A. 产品调查 B. 资信调查
C. 规模调查 D. 市场调查
5. 客户异议是成交的障碍,但也表达了一种信号,即客户对推销品()。
A. 非常满意 B. 不满意
C. 产生兴趣 D. 没有兴趣

6. 以下哪一点不是反问法的优点? ()
- A. 可以使推销员处于主动地位
- B. 可以得到更多的反馈信息
- C. 找出客户异议的真实根源
- D. 有利于尊重客户的意见,给客户留“面子”
7. 推销员千方百计说服客户购买,发动主动的推销心理战,有时甚至不惜向客户施加压力。这种推销风格属于()。
- A. 解决问题导向型
- B. 客户导向型
- C. 强力推销导向型
- D. 推销艺术导向型
8. 建议客户购买与某件商品相关的物品时,最好的时机应当是()。
- A. 在商品买卖成交前
- B. 在客户完成购买准备离开时
- C. 在客户购买商品付款后
- D. 在包装商品和收款前
9. 以下哪种情况是进入主题的最佳时机? ()
- A. 与客户刚见面时
- B. 客户已经撤除戒心
- C. 电话约见客户的时候
- D. 在给客户撰写推销信函的时候
10. 以下哪种情况不是成交信号? ()
- A. 客户询问是否有优惠
- B. 客户身体前倾,细看说明书,端详样品
- C. 客户不动声色,表情淡漠
- D. 客户请教产品的使用方法

得 分	评卷人

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20分)

11. “MAN”法则认为,推销对象成为合格客户必须同时具备的条件有()。
- A. 对商品的认知力
- B. 对商品的购买力
- C. 购买商品的决定权
- D. 对商品的需求意愿
12. 在进行自我介绍时,以下哪几个方面是必须说明的? ()
- A. 本人姓名
- B. 供职单位
- C. 担负的职务或从事的具体工作
- D. 个人兴趣和爱好

得 分	评卷人

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 1 分,共 20 分)

21. “吉姆”模式的关键是“相信”。()
22. 在为他人作介绍时,应当先向年轻者介绍年长者。()
23. 一个组织或个人只要具有购买能力,就可以将其作为潜在客户。()
24. 在推销过程当中,要善于将产品利益数字化,这会为你带来预想不到的收获。()
25. 请不满意的客户介绍产品是不可行的。()
26. 敬茶、饮茶是人们日常社交和家庭生活中普遍的往来礼仪。为客人倒茶时,为表示诚意应将茶杯倒满。()
27. “明确主题”是推销接近前准备工作的重要内容。()
28. 个人购买者一般属于专家购买,受促销宣传的影响较小。()
29. 当顾客听完推销员的介绍后询问商品的价格,说明他对这种商品没有兴趣。()
30. 对培养推销员的自信心、提高其说服力最有帮助的推销模式是吉姆模式。()
31. 推销成交后整个推销活动结束。()
32. 保证性条款是洽谈中必须要谈的内容之一。()
33. 直接否定法易使推销人员陷入出尔反尔的境地。()
34. 没有明确目的逛商场的人不带任何寻求模式,所以这些人不会做出非计划性的购买。
()
35. 采用地毯式寻找法寻找客户,关键是要选择好一个目标地区、确定一个走访范围。
()
36. 推销员在被允许进入客户房间时,为了礼貌起见,开门力量越轻越好。()
37. 与客户争辩是处理客户异议的有效方式。()
38. 向买受人交付标的物,可以实际交付,也可以以提单、仓单、所有权证书等提取标的物的单证作为交付。()
39. 若推销的产品比较复杂,则应当在电话中介绍产品的特性以及讨论产品的价格。()
40. 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。()

得 分	评卷人

四、简述题(简要阐述以下各题。每小题 10 分,共 20 分)

41. 推销洽谈要点是多多益善吗? 为什么?
42. “褒贬是买主,喝彩是闲人”是一句广为流传的商业谚语。结合所学的异议处理的相关知识,谈谈你如何理解这个说法。

得 分	评卷人

五、案例分析(认真阅读以下案例并回答问题。20 分)

43. 一次成功的推销

某大百货商店老板曾多次拒绝接见一位服饰推销员,原因是该店多年来经营另一家公司的服饰品,老板认为没有理由改变这固有的使用关系。后来这位服饰推销员在一次推销访问时,首先递给老板一张便笺,上面写着:“你能否给我十分钟就一个经营问题提一点建议?”这张便条引起了老板的好奇心,推销员被请进门来。他拿出一种新式领带给老板看,并要求老板为这种产品报一个公道的价格。老板仔细地检查了每一件产品,然后作出了认真的答复。

推销员也进行了一番讲解。眼看十分钟时间快到,推销员拎起皮包要走。然而老板要求再看看那些领带,并且按照推销员自己所报价格订购了一大批货,这个价格略低于老板本人所报价格。

- 问题:
- (1)这位推销员是如何赢得老板的会见的?
- (2)推销员采用了哪种推销模式?

试卷代号:2634

国家开放大学(中央广播电视大学)2017年秋季学期“开放专科”期末考试

推销策略与艺术 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2018年1月

一、单项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. A | 2. A | 3. B | 4. B | 5. C |
| 6. D | 7. C | 8. D | 9. B | 10. C |

二、多项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|----------|---------|----------|---------|---------|
| 11. BCD | 12. ABC | 13. ABC | 14. ACD | 15. AC |
| 16. ABCD | 17. ABC | 18. ABCD | 19. BCD | 20. BCD |

三、判断正误(每小题1分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. × | 23. × | 24. √ | 25. × |
| 26. × | 27. √ | 28. × | 29. × | 30. √ |
| 31. × | 32. √ | 33. × | 34. × | 35. √ |
| 36. × | 37. × | 38. √ | 39. × | 40. × |

四、简述题(每题10分,共20分)

41. 在推销洽谈中,推销要点并不是多多益善,而应该要能够切中对方的“要害”。要点过多,反而会淹没推销品真正的关键要素,影响推销效果。实际上,洽谈中的推销要点是由产品因素和非产品因素两方面组成。产品因素主要是指产品的特性。一项产品(或劳务)通常具备多方面的特性,究竟选择哪些特性作为推销洽谈要点,主要应考虑以下方面:(1)洽谈对象是什么样的人?(2)推销的产品是干什么用的?(3)要能够为客户解决哪些问题、满足哪些要求?在推销要点中,非产品因素主要包括产品价格、付款方式、服务项目等。这些因素在现代推销过程中常常起着决定性的作用。(10分)

(本题的关键点在于推销洽谈要点不是多多益善。对理由的阐述,可以允许学生在基本观点正确的前提下自由发挥。只要理由充分,阐述清楚,即可酌情给分。)

42. 客户异议在推销过程中是客观存在的,不可避免的。它是成交的障碍,但它也是客户对推销品产生兴趣的信号。推销人员必须认识到推销过程中产生反对问题是正常的,提了问题的客户才是潜在最有可能的客户。

推销工作中不怕提异议,而怕没异议,无异议的客户反倒令人担忧,这往往是其不感兴趣的标志,而且也会使推销人员很难窥测到他们内心活动的情况,推销工作将无法进行下去。

只有客户对所推销商品发生兴趣时,才能从正反两方面来考虑问题,权衡得失,发表个人见解。所以,客户异议是推销成功的希望之光。“褒贬是买主,喝采是闲人。”这句商谚体现的就是这个意思,其对我们认识客户异议有很大的启发意义。(10分)

(本题没有标准答案。评阅者应根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分)

五、案例分析(20分)

43. 要点:

百货店老板由多次拒见推销员,到后来主动提出购买,关键在于推销员在这次推销工作中抓住了客户的注意力,他站在客户的立场上,以为客户的“经营问题提一点建议”的语言有效地引起了客户的兴趣和注意。

案例中推销员基本上是按照“注意——兴趣——欲望——行动”这条思路来展开行动,并成功地促成交易的。因此,推销员采用的是“爱达”模式。(20分)

(本题没有标准答案。请评阅者根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分)

试卷代号:2634

座位号

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年春季学期“开放专科”期末考试

推销策略与艺术 试题(开卷)

2018年7月

题号	一	二	三	四	五	总分
分数						

得分	评卷人

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

1. 在现代推销中,推销员应该持有下列哪一种观念?()
A. 关注“人”,满足客户需要 B. 以高压式手段说服客户购买
C. 以达成交易为主旨、说服客户购买 D. 关注“物”,使用一切技巧卖出产品
2. 建议客户购买与某件商品相关的物品时,最好的时机应当是()。
A. 在商品买卖成交前 B. 在客户完成购买准备离开时
C. 在包装商品和收款前 D. 在客户购买商品付款后
3. “这种酒有两种包装,您要精装的还是简装的?”,这个推销方法是哪类推销方法?()
A. 积极假设促成法 B. 强迫选择促成法
C. 询问与停顿促成法 D. 多种接受方案促成法
4. 在约见对象不具体、不明确或者约见客户太多的情况下,采用哪种方式比较可靠?
()
A. 广告约见法 B. 直接拜访
C. 信函约见 D. 电话约见法
5. 在设法摸清顾客的真正需要时,应当首先展示以下哪种层次的商品比较适宜?()
A. 价格较低的商品 B. 中等偏上的商品
C. 价格较高的商品 D. 名牌商品

6. 推销员在与客户确定面谈时间时,最为恰当的询问方式是()。
- A. 您看什么时间咱们见面谈一下? B. 您什么时间比较方便?
- C. 我这周四上午有时间,您看怎么样? D. 您看是今天下午方便还是明天上午?
7. 推销失败时,很多推销员都是草草收场,此时首先应做的是()。
- A. 请求顾客指点 B. 分析失败原因
- C. 吸取教训 D. 克服拒绝情绪、避免失态
8. 按照迪伯达模式进行推销洽谈的第一个步骤是()。
- A. 准确发现 B. 促使接受
- C. 证实符合 D. 产品结合
9. 一位家用电器公司推销员向一位零售店采购员推销一种吸尘器。
- 顾客:“你们的吸尘器为什么叫牡丹牌,不叫兰花牌?”
- 推销员:“噢,牡丹和兰花都很漂亮。你看,这种吸尘器两档调速,用途广泛。”这位推销员运用的异议处理法为()。
- A. 迂回否定法 B. 回避法
- C. 反问法 D. 优点补偿法
10. 一个保险员递给顾客一张模拟支票问:“你想不想退休以后每月收到这样一张支票?”,他用的是()。
- A. 产品接近法 B. 好奇接近法
- C. 利益接近法 D. 戏剧接近法

得 分	评卷人

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 20 分)

11. 吉姆模式的三个要素为()。
- A. 产品 B. 公司
- C. 推销员 D. 公众
12. 在哪些情况下,可以考虑使用重述的技巧?()
- A. 当客户提出了对推销有利的需求的时候
- B. 客户提出的需求是你的产品能够满足的时候
- C. 客户提出了对产品或公司有利的评论的时候
- D. 客户提出了对产品或公司不利的评论的时候

13. 目标客户信息的来源主要有()。
- A. 同行 B. 客户
C. 互联网 D. 实地观察
14. 回避法通常在哪几种情况下使用?()
- A. 客户提出一些与推销无关的异议 B. 客户提出一些荒谬的异议
C. 客户提出理由正当的意见 D. 客户提出显然站不住脚的借口
15. 运用链式引荐法时要注意以下几点()。
- A. 谨慎选择中心人物 B. 使客户明白自己寻找对象的要求
C. 评估新客户 D. 取得现有客户信任
16. 常见的准顾客发出的购买信号主要有()。
- A. 紧握双手,表情淡漠 B. 仔细检查商品,询问使用方法
C. 拿起定货单,询问交货手续 D. 征求别人的意见
17. 在电话中促使客户成交一般有以下技巧()。
- A. 帮潜在客户拿定主意 B. 询问客户要不要买
C. 让客户即刻作出决定 D. 制造紧迫感
18. 成交以后应保持以下哪几种态度?()
- A. 欣喜若狂 B. 态度冷漠
C. 热情友好 D. 亲切自然
19. 店面推销人员在以下哪些情况下应主动地上前为客户介绍商品()。
- A. 客户进入卖场 B. 客户长期停留在某一个商品面前
C. 客户示意推销人员介绍商品时 D. 客户在卖场随意转悠
20. 推销员在确定访问路线时,应()。
- A. 尽量减少旅途时间 B. 节省差旅费
C. 增加销售活动时间 D. 履行服务保证

得 分	评卷人

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 1 分,共 20 分)

21. 组织购买者一般属于理智型购买,促销宣传对其的影响较小。()
22. 推销是推销人员说服客户购买推销品的过程,所以,推销活动只是满足推销人员愿望的过程。()
23. 推销员进门前,如果门是开启的,可以不必按门铃或敲门。()
24. 良好的表达能力是推销员必须具备的能力之一。()
25. 在推销过程当中,要善于将产品利益数字化,这会为你带来预想不到的收获。()
26. 强力推销导向型推销心态是最佳的推销心态。()

27. 特别优惠促成法能够促使客户做出购买决定,为了诱导客户购买,可以不计成本为客户提供优惠。()

28. 为了快速回笼货款,成交签约时一定要明确的付款日期,同时要按约定的时间上门收款。()

29. 敬茶、饮茶是人们日常社交和家庭生活中普遍的往来礼仪。为客人倒茶时,为表示诚意应将茶杯倒满。()

30. 如果客户认为推销品价格过高,推销员就应该停止推销。()

31. 在使用提问接近法接近客户时,所提问题应尽可能具体。()

32. 薪金制有较强的刺激性,有利于调动推销人员的工作积极性。()

33. 成交的要求应当由客户提出,推销人员不应首先提出成交。()

34. 一个完整而典型的推销过程一般是从约见客户开始的。()

35. 保证性条款是洽谈中必须要谈的内容之一。()

36. 地毯式寻找法是一种无遗漏的寻找客户的方法,但是它也有明显的不足,其主要缺点是受推销员个人素质和能力的影响较大。()

37. 一个组织或个人只要具有购买能力,就可以将其作为潜在客户。()

38. 店面销售人员在迎接顾客时,直接谈论商品的方法最适合那些兴趣集中、正热切地寻找某种商品的人。()

39. 采用强迫选择促成法促进成交时,应向客户提供尽可能多的选择方案。()

40. 面对客户抱怨,推销员应当区别对待。如果是对好产品的无理抱怨,推销员就应当据理力争,转变客户的看法。()

得 分	评卷人

四、简答题(每小题 10 分,共 20 分)

41. 在下列产品中任选一项,依据费比模式的推销流程设计一组推销语言

(1)手机

(2)纯棉衬衫

(3)饮料

(4)面包

(5)其他(自选)

42. 一般情况下,客户认为“价格太高”的主要原因及推销人员的对策是什么?

得 分	评卷人

五、案例分析(认真阅读以下案例并回答问题。20 分)

43.

小李的第一次客户沟通

星光公司是一家致力于生产高品质塑料制品的公司,产品包括冰箱制造厂需要的冰箱门封套、洗碗机的容器等。

小李刚从学校营销专业毕业,被公司安排到某省市场做推销工作。上岗前,公司组织了培训,强调了推销接近和洽谈的重要性。

小李的第一次客户沟通是与一家小冰箱厂联系业务。他前一天已通过电话与该厂采购部的经理联系好,约定第二天早上 9 点见面。在赴约的早上,小李由于闹钟出了故障而迟到了 30 分钟。当他赶到采购部时,有人告诉他经理已去参加另一个会议,但留下话说愿意在 10:30 与他见面。小李为经理不能等他而有些恼火,只好在办公室等经理归来。

10:35,当他向采购部经理进行自我介绍时,发现经理办公室有很多××大学的纪念品,因而就问经理是否去过该大学。这使他们的谈话很顺利,采购部经理正是从该所大学毕业的,而且非常愿意谈论这些。小李很激动,他知道这有助于建立良好的关系。经过 10 分钟左右的闲谈后,小李盘算着开始是谈生意的时候了。

小李开始谈论他的产品。为了能控制住谈话,不至于再扯到别的话题,小李连续不断地讲述一种可以用于洗碗机内胆的新型塑料产品。他向经理解释了产品定制的过程、耐用性及花色品种,最后还说明了公司的收益和信用政策。15 分钟连珠炮式的介绍后,小李问经理还有什么问题。

经理问他是否带来一些样品,小李很抱歉地说由于走得太匆忙,样品忘记带了。经理又问他,从订货到送货大约多长时间。小李知道,时间对于采购经理比较重要,就谎称要两周,但实际上却需要四周。小李想,只要能签下订单,发货晚点儿可归罪于生产部门。当谈到产品价格为什么比同类产品稍高时,小李也未能给出一个合适的解释。小李自己认为已经很好地解释了产品的优点,而且认为对采购经理来说这也是一个很好的选择。

但最后,经理告诉他,因为还有另外一个谈话要参加,只能结束这次谈话。他感谢小李的到来,并承诺会考虑他的产品。

问题:

- (1)小李的第一次客户沟通中,哪些方面做得不够得体?
- (2)请给小李提出改进建议。

试卷代号:2634

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年春季学期“开放专科”期末考试

推销策略与艺术 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2018年7月

一、单项选择(在每小题的4个备选答案中选出一个最优的,将其序号填入题后括号内。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. A | 2. C | 3. B | 4. A | 5. B |
| 6. D | 7. D | 8. A | 9. B | 10. C |

二、多项选择(在每小题的4个备选答案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20分)

- | | | | | |
|---------|---------|----------|---------|---------|
| 11. ABC | 12. ABC | 13. ABCD | 14. ABD | 15. BCD |
| 16. BCD | 17. ACD | 18. CD | 19. BC | 20. ABC |

三、判断正误(每小题1分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. × | 23. × | 24. √ | 25. √ |
| 26. × | 27. × | 28. √ | 29. × | 30. × |
| 31. √ | 32. × | 33. × | 34. × | 35. √ |
| 36. × | 37. × | 38. √ | 39. × | 40. × |

四、简述题(每题10分,共20分)

41. 费比模式的推销流程包括四个步骤:

- (1)详细介绍产品
- (2)充分分析产品优势
- (3)明确产品给客户带来的利益
- (4)以“证据”说服客户

要求同学按照这四个步骤,就所选择的产品设计相关的推销语言

(本题没有标准答案,要求体现这四个步骤,请根据学生回答情况酌情给分。)

42. 一般情况下,客户认为“价格太高“的主要原因有:

- (1)客户的经济状况、支付能力方面的原因;
- (2)基于对同类产品或代用品价格的比较;
- (3)客户对产品的误解;
- (4)客户的其他动机。

价格异议是最常见的客户异议。面对客户价格异议,推销人员首先要准确判断客户对产品的喜爱程度,准确判断客户提出的价格异议出于哪类原因,从而采取积极有效的应对策略,让客户下定决心购买产品。常见的价格异议的转化策略有:

- (1)多讲产品的优点;
- (2)强调收益;
- (3)缩小单价;
- (4)比较优势;
- (5)实惠损失法。

(本题允许学生在基本观点正确的前提下自由发挥。只要理由充分,阐述清楚,即可酌情给分)

五、案例分析(20 分)

43. 要点:

小李的第一次客户沟通属于推销接近阶段。本题应根据推销接近的相关原理进行分析。小李在这次沟通过程中,存在诸多不够得体的地方,如:迟到、滔滔不绝长达 15 分钟的介绍、到货期的不诚实、忘带样品等。

应针对存在问题提出改进建议。

(本题为开放性试题,没有标准答案。评阅者应根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分)

试卷代号:2634

座位号

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年秋季学期“开放专科”期末考试

推销策略与艺术 试题(开卷)

2019年1月

题号	一	二	三	四	五	总分
分数						

得分	评卷人

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

1. 消费者求实购买动机的核心是()。
A. “实用”和“实惠”
B. “时髦”和“奇特”
C. 讲求装饰和打扮
D. “显名”和“炫耀”
2. 在设法摸清顾客的真正需要时,应当首先展示以下哪种层次的商品比较适宜?()
A. 价格较低的商品
B. 中等偏上的商品
C. 价格较高的商品
D. 名牌商品
3. 请指出以下哪一点是不恰当的?()
A. 在天气寒冷时可以戴手套与对方握手
B. 和长者见面时,一般应由对方决定是否愿意握手
C. 和新客户握手时,应以轻触对方为准
D. 一般应采取站立姿势与对方握手
4. 推销失败时,很多推销员都是草草收场,此时首先应做的是()。
A. 态度冷漠,
B. 自暴自弃
C. 藐视对方
D. 避免失态,体面撤退
5. 以下哪个不是地毯式寻找法的主要优点?()。
A. 成本低,效率高
B. 接触面大,范围广
C. 同时进行市场调查
D. 信息量大

- | | |
|-----|-----|
| 得 分 | 评卷人 |
| | |

14. 多种接受方案促成法的正确描述有()。
- A. 提供多种方案供客户选择
 - B. 利用一连串的肯定方案,引导客户同意推销员的看法
 - C. 鼓励客户从正面思考问题并不断对推销员的看法表示赞许
 - 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
15. 以下哪几项是接近个体潜在顾客的准备内容?()
- A. 组织规模
 - B. 组织性质
 - C. 家庭状况
 - D. 个人特点
16. 根据“尊者优先了解情况法则”的礼仪要求,为他人介绍的先后顺序应当是()。
- A. 先向身份高者介绍身份低者
 - B. 先向年长者介绍年轻者
 - C. 先向女士介绍男士
 - D. 先向本公司同事介绍客户
17. 推销人员不能只会介绍产品,而且要善于()。
- A. 提问
 - B. 辩论
 - C. 倾听
 - D. 计算
18. 直接否定法的优点有()。
- A. 有利于消除客户疑虑,增强购买信心
 - B. 有利于保持良好的人际关系,创造和谐的谈话气氛
 - C. 不伤客户自尊,客户比较容易接受
 - D. 缩短推销时间,提高推销效率
19. 坚持诚信性原则包括以下方面的内容()。
- A. 讲真话
 - B. 卖真货
 - C. 讲大话
 - D. 出实证
20. 推销是很多要素相互作用的一种综合性活动。这些要素主要包括下列哪几个方面?()
- A. 推销人员
 - B. 推销对象
 - C. 推销品
 - D. 推销信息

得 分	评卷人

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 1 分,共 20 分)

21. 个人或者组织是否可以成为潜在客户,是由购买能力、购买决策权和购买需求三方面决定的。()

22. 企业利益与客户利益不可能同时满足,推销员要站在客户的立场上推销商品只能是纸上谈兵。()

23. 在推销过程中,如果推销员始终把话题集中在对产品的介绍和赞美上,就会很容易达成交易。()

24. 对于漠不关心型客户,强力推销导向型推销员可以有效地完成推销任务。()

25. 敬茶、饮茶是人们日常社交和家庭生活中普遍的往来礼仪。为客人倒茶时,为表示诚意应将茶杯倒满。()

26. 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。()

27. 名片是现代化人际交往中重要的工具,在推销过程中,推销员最好主动直言相告要求对方给自己名片。()

28. 推销员在概述产品益处时,要尽可能用专业属语。()

29. 当顾客对价格便宜的商品质量不放心时,营业员需要重点介绍该商品的式样。()

30. 如果你打电话的目的是要和潜在客户约时间会面,一定要多介绍有关推销品的内容,以引起对方重视。()

31. 只要产品质量好、推销技巧好就一定能把产品卖出去。()

32. 要求推销员较强的观察能力是为了判断客户的购买心理和购买倾向,为有效推销提供依据。()

33. 积极主动地向顾客致意打招呼会把顾客吓跑,所以还是不要主动打招呼。()

34. 成交最基本的条件就是所推销的商品能充分满足客户的某种需要。()

35. 产品种类和品种较少的企业适宜采用职能式组织。()

36. 推销员在走入目标客户的办公室后就应该做详细的自我介绍。()

37. 对那些日期较长、数量、金额较大、风险较大的商品,保证性条款是洽谈中必须要谈的内容之一。()

38. 探索性提问不包含任何肯定或否定的含义,所以不会引起对方的反感。()

39. 在交谈中,如果客户问:“你们的货多快能运来?”这表明客户对产品很感兴趣。()

40. 打电话不是面对面,可以有些小动作,如边打电话边摆弄桌上的剪刀、订书机等。()

得 分	评卷人

四、简述(简要阐述以下各题。每小题 10 分,共 20 分)

41. 推销员为什么必须了解客户知识? 客户知识主要包括哪几方面的内容?
42. 以下几种客户异议分别属于哪种类型? 如果你是一名推销员,当你在推销中面临以下几种推销异议时,你将如何处理? 请分别简要回答。
- (1)我从来不去健身房。
- (2)我得回去和老伴商量一下。
- (3)这东西怎么比别人家的贵那么多? 太离谱了吧。

得 分	评卷人

五、案例分析(20 分)

43. 马先生要雇一名清洁工到他的办公室做事,大约有 40 多人前来应聘,但马先生却选中了一个小伙子。他的朋友问道:“为什么选中了那个小伙子? 他既没有介绍信也没有人引荐。”马先生说:“其实,他带来了许多‘介绍信’。他在门口蹭掉了脚上的泥土,进门后随手关上了门,说明他做事小心仔细。当他看到一位残疾老人时,立即起身给老人让座,显得既懂礼貌又有教养。还有我故意在地板上放的那本杂志,其他所有人都从杂志上迈了过去,只有他俯身捡起那本杂志,并放回桌子上。当我和他交谈时,我发现他衣着整洁,头发梳的整整齐齐,指甲剪得干干净净。难道这不是最好的介绍信吗?”

阅读以上资料,回答以下问题:

这个小伙子凭借什么赢得了马先生的信任?

试卷代号:2634

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年秋季学期“开放专科”期末考试

推销策略与艺术 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2019年1月

一、单项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. A | 2. B | 3. A | 4. D | 5. A |
| 6. D | 7. C | 8. C | 9. D | 10. A |

二、多项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|---------|--------|---------|---------|----------|
| 11. ABC | 12. AC | 13. ACD | 14. BCD | 15. CD |
| 16. ABC | 17. AC | 18. AD | 19. ABD | 20. ABCD |

三、判断正误(每小题1分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. × | 23. × | 24. × | 25. × |
| 26. √ | 27. × | 28. × | 29. × | 30. × |
| 31. × | 32. √ | 33. × | 34. √ | 35. × |
| 36. × | 37. √ | 38. √ | 39. √ | 40. × |

四、简述(每题10分,共20分)

41. 推销员为什么必须了解客户知识? 客户知识主要包括哪几方面的内容?

在推销员的知识体系中,客户知识是最重要的。在我们的推销工作中,必须贯彻以满足客户需要为中心的客户导向的观念。为此,推销员必须懂得消费者心理与购买行为方面的知识。要全面、主动地了解客户的相关信息,见到客户的时候才会有更多的话可说,而且这些话也往往是客户所喜欢的。因此,作为推销员,必须要了解客户知识。

客户知识包括客户自身的情况,如年龄、职业、收入、性格等等,产业客户的业务、职务等。

(10分)

(此题为开放性试题,学生可以自由发挥,只要理由充分,阐述清楚,即可酌情给分。)

42. 以下几种客户异议分别属于哪种类型？如果你是一名推销员，当你在推销中面临以下几种推销异议时，你将如何处理？请分别简要回答。

(1)属于需求异议。对此，首先要弄清“不需要”的原因。分别不同情况进行处理。要注意的是，如果客户确实不需要，就不要强行推销。

(2)属于时间时间异议。对此，推销员要迅速判断原因，有针对性地去解决。如，假如是因为客户一时资金周转有困难，就可以帮助客户想办法解决资金

(3)属于价格异议。对此，同样首先要判断其真实原因，同时要注意判断客户对产品的喜欢程度，然后采取积极有效的应对策略。例如，多讲产品的优点，强调收益等等。

(此题为开放性试题，评阅者可根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)(10分)

五、案例分析(20分)

43. 要点：

推销人员在与顾客交往时，第一印象十分重要。在和他人初次见面时，对方在你身上所发觉的一切现象，包括仪表、礼节、言谈举止，对他人的态度、表情、说话的声调、语调、姿态等诸多方面都影响着对方对你的印象。你给顾客的第一印象往往会决定交易的成败，顾客一旦对你产生好感，自然也会对你和你推销的产品有了好感。这位成功推销自己的男孩，靠长期培养形成的礼仪行为习惯给马先生留下了良好的第一印象，为自己开出了一份出色的介绍信。这个故事让我们认识到仪表仪态在生活工作中是多么重要。本章就帮你认识推销工作中应具备的仪表和仪态礼仪。

(本题为开放性试题，这两点必须答对，在此基础上可以有不同的阐述。请评阅者根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)

试卷代号:2634

座位号

--	--

国家开放大学2019年春季学期期末统一考试

推销策略与艺术 试题(开卷)

2019年7月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

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

1. 在现代推销中,推销员应该持有下列哪一种观念?()
 - A. 以达成交易为主旨、说服客户购买
 - B. 以高压式手段说服客户购买
 - C. 关注“人”,满足客户需要
 - D. 关注“物”,使用一切技巧卖出产品
2. 哪种原因引起的需求异议,推销员应该立即停止推销?()
 - A. 客户认识不到对推销品的需求,因而表示拒绝
 - B. 意识到有需要,有些困难不能购买,又不想直接回答推销员的问题,因而以“不需要”作为拒绝购买的借口
 - C. 希望获得谈判的主动权
 - D. 客户确实不存在对推销品的需求
3. 一般情况下,以下哪一项不适合作为接近阶段工作的主题?()
 - A. 约定见面时间
 - B. 和客户约定见面地点
 - C. 和客户约定见面方式
 - D. 和客户讨论产品的价格
4. 以下哪种情况不适宜使用回避法?()
 - A. 客户提出一些与推销无关的异议
 - B. 客户提出一些荒谬的异议
 - C. 客户提出理由正当的意见
 - D. 客户提出显然站不住脚的借口

5. “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

6. 推销失败时,很多推销员都是草草收场,此时首先应做的是()。

- A. 请求顾客指点 B. 分析失败原因
C. 吸取教训 D. 克服拒绝情绪、避免失态

7. 说明潜在客户需要付出多少费用时,应该尽量以()的方式表达。

- A. 数字化 B. 对比化
C. 比拟描绘 D. 极小化

8. 以下哪种激励对推销员的刺激作用最为强烈,也是最为常用的激励方式?()

- A. 目标激励 B. 物质激励
C. 精神激励 D. 反馈激励

9. 以下哪个不是地毯式寻找法的主要优点?()。

- A. 成本低,效率高 B. 接触面大,范围广
C. 同时进行市场调查 D. 信息量大

10. 面对需求异议,推销员首先应当()。

- A. 努力宣传产品的优点 B. 与顾客争辩,说服顾客
C. 弄清顾客“不需要”的真正原因 D. 降低产品价格

得 分	评卷人

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20分)

11. “吉姆”模式是一种对培养推销员的自信心极有帮助的模式。该模式的关键是()。

- A. 相信自己所推销的产品 B. 相信客户
C. 相信自己所代表的公司 D. 相信自己

12. 潜在客户是指具备以下哪些条件的个人或组织?()

- A. 有购买需求 B. 有支付能力
C. 在公司所在的城市 D. 有购买决定权

13. 买卖合同的履行必须共同遵守一些基本原则。这些原则主要有()。
 - 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
14. 多种接受方案促成法的正确描述有()。
 - A. 提供多种方案供客户选择
 - B. 利用一连串的肯定方案,引导客户同意推销员的看法
 - C. 鼓励客户从正面思考问题并不断对推销员的看法表示赞许
 - 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
15. 打电话前,必须做好必要的准备,主要包括以下内容?()
 - A. 对方信息的搜集了解
 - B. 要说的内容
 - C. 环境和物质准备
 - D. 订货单、合同文本等
16. 常见的准顾客发出的购买信号主要有()。
 - A. 紧握双手,表情淡漠
 - B. 仔细检查商品,询问使用方法
 - C. 拿起定货单,询问交货手续
 - D. 征求别人的意见
17. 对推销人员的激励方式主要有()。
 - A. 物质激励
 - B. 精神激励
 - C. 目标奖励
 - D. 反馈激励
18. 推销员在运用现场演示法时要做到()。
 - A. 选准演示时机
 - B. 演示方法适当
 - C. 让客户实际操作
 - D. 要面面俱到,尽可能把产品的优点都表现出来
19. 倾听技巧中,理解正确的是()。
 - A. 专心倾听消费者对产品的意见
 - B. 有鉴别地听消费者的意见
 - C. 可以因为解释打断对方说话
 - D. 要全面理解对方的话
20. 在哪些情况下,可以考虑使用重述的技巧?()
 - A. 当客户提出了对推销有利的需求的时候
 - B. 客户提出的需求是你的产品能够满足的时候
 - C. 客户提出了对产品或公司有利的评论的时候
 - D. 客户提出了对产品或公司不利的评论的时候

得 分	评卷人

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 1 分,共 20 分)

21. 在推销员的知识体系中,最重要的是产品知识。()
22. 客户异议往往是客户对推销品感兴趣的标志。()
23. 次要重点促成法的主要优点是可以减轻客户成交的心理压力。()
24. 一个完整而典型的推销过程一般是从约见客户开始的。()
25. 采用强迫选择促成法促进成交时,应向客户提供尽可能多的选择方案。()
26. 个人观察法的优点在于接触面大,不会遗漏任何有价值的客户。()
27. 推销员对客户说:“这种款式的皮鞋是今年最流行的,许多客户都抢着买呢!”,这种语言能够有效地诱发客户的从众心理,从而采取购买行动。()
28. 薪金制有较强的刺激性,有利于调动推销人员的工作积极性。()
29. 和客户确定约见时间,一般由推销员根据自己的工作节奏和习惯来选择时间。()
30. 店面销售人员在迎接顾客时,直接谈论商品的方法最适合那些兴趣集中、正热切地寻找某种商品的人。()
31. 在与客户见面之前,推销员必须充分了解与推销有关的情况和资料。对个体客户和团体客户准备工作的工作重点是一样的。()
32. 当我们与客户交谈时,对于对方令人难以接受的发言要立即予以反驳、表示拒绝。()
33. 面对客户的价格异议,可以用本产品的优势与竞争产品的劣势相比较,突出本产品的优势,往往会收到意想不到的效果。()
34. 由于客户认识不到对推销品的需求,因而表示拒绝的需求异议,推销员应立即停止推销。()
35. 采用设置拦路板促成法的一个关键在于:推销员能够及时判断出那些并非出自真心的异议。()
36. 买卖合同的当事人可以部分履行合同规定的条款。()
37. 抱怨是每个推销员都会遇到的,如果确信产品质量好,对客户的抱怨可以不予理睬。()
38. 给客户打电话一般应在客户休息的时间,如晚上、周末等。()
39. 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。()
40. 在一个小区开便利店,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。()

得 分	评卷人

四、简述(简要阐述以下各题。每小题 10 分,共 20 分)

41. 以下是两种关于约定时间的问话。请你对这两种问话分别作出评价,并作出你的选择:

问话一:“李先生,我现在可以来看您吗?”

问话二:“李先生,我是下星期一下午 4 点来拜访您呢,还是下星期四上午 9 点来呢?”

42. 请看以下一组对话:

推销员:“以车身的颜色说,您喜欢白色的还是灰色的?”

客户:“嗯,我比较喜欢白色的。”

推销员:“选得不错! 那么,汽车是在明天还是后天送来呢?”

客户:“既然要买,就越快越好吧。”

请回答:

这位推销员采用的是哪种成交方法? 这种成交法的优势是什么?

得 分	评卷人

五、案例分析(认真阅读以下案例并回答问题。20 分)

43. 浙江杭州的“胡庆余堂”药店,试制成功一种新药品“复方抗结核片”,经过五年的临床观察,确认对肺结核病疗效显著,但却是“养在深闺人未识”,打不开销路,结果积压 34 万瓶之多。后来,药店在中央人民广播电台做了“复方抗结核片”的广告。仅仅两个月的时间,就收到来自全国各地 29 个省市自治区要求订货的信函 5700 多件,不仅售出了全部的存货,还打开了新的销路,赢得了众多的客户。

问题:

- (1)“胡庆余堂”药店是采用什么方法找到客户、打开销路的?
- (2)这种寻找客户的方法有什么优缺点?
- (3)使用这种寻找客户方法的过程中应注意什么问题?

试卷代号:2634

国家开放大学2019年春季学期期末统一考试

推销策略与艺术 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2019年7月

一、单项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. C | 2. D | 3. D | 4. C | 5. B |
| 6. D | 7. D | 8. B | 9. A | 10. C |

二、多项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|---------|----------|---------|---------|---------|
| 11. ACD | 12. ACD | 13. ABD | 14. BCD | 15. ABC |
| 16. BCD | 17. ABCD | 18. ABC | 19. ABD | 20. ABC |

三、判断正误(每小题1分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. × | 22. √ | 23. √ | 24. × | 25. × |
| 26. × | 27. √ | 28. × | 29. × | 30. √ |
| 31. × | 32. × | 33. √ | 34. × | 35. √ |
| 36. × | 37. × | 38. × | 39. √ | 40. √ |

四、简述(每题10分,共20分)

41. 问话一的约见使推销员完全处于被动的地位,容易遭到客户的推辞。问话二则相反,推销人员对于会面时间要主动排定,客户对推销人员提出的“选择题”不好推托,往往会随推销员的意志,做“二选一”的选择。

正确的选择应当是“问话二”。(10分)

(学生也可以回答其他方法,只要理由充分,阐述清楚,即可酌情给分。)

42. 推销员采用的是积极假设促成法。

这种方法的核心在于用建议和行动向客户表示,问题看上去已经解决,客户非得以极大的努力才能阻止这一进程,因而易于达成交易。(10分)

(此题为开放式试题,学生可以在此基础上有一定发挥,只要理由充分,阐述清楚,即可酌情给分。)

五、案例分析(20 分)

43. 要点:

(1)“胡庆余堂”药店是采用广告开拓法找到客户、打开销路的。

(2)优点:能较快地把关于推销产品的信息向更多的潜在购买者传达,费用少,效果好,符合产品推销法则。缺点:随着竞争的激烈,广告费用越来越高,高质量的广告制作困难。

(3)由于广告已成为一门专业性很强的学科与职业,所以对于如何确定广告主题,如何选择广告媒介体,如何确定与实现广告占位策略,广告费用的提取与分配等,最好聘请专业人士咨询与管理,或者委托广告公司全权代理。

(本题没有标准答案。评阅者应根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)

试卷代号:2634

座位号

--	--

国家开放大学2019年秋季学期期末统一考试

推销策略与艺术 试题(开卷)

2020年1月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

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

1. 十分关心客户但不关心销售的推销员属于()。
A. 事不关己型
B. 客户导向型
C. 强力推销型
D. 推销技术导向型
2. 在现代推销中,推销员应该持有下列哪一种观念?()
A. 以达成交易为主旨、说服客户购买
B. 以高压式手段说服客户购买
C. 关注“人”满足客户需要
D. 关注“物”,使用一切技巧卖出产品
3. 有统计表明,如果潜在客户能够在实际承诺购买之前,先行拥有该产品,交易的成功率将会大大提高。基于这样的考虑,可以采取哪种成交方法?()
A. 特别优惠促成法
B. 建议促成法
C. 最后机会促成法
D. 试用促成法
4. 每一位推销员都要培养和激发自己开拓创新的精神和能力,善于独立思考,突破传统思路,注重好奇、敏锐、进取等创造性素质的训练,这属于推销员的哪一种能力?()
A. 观察能力
B. 创造能力
C. 社交能力
D. 应变能力
5. 以下哪一点不是推销员应具有的态度?()
A. 成功的欲望
B. 为了成功可以不择手段
C. 团队合作意识
D. 锲而不舍的精神

6. 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. 推销员要掌握对方的经济实力

7. 以下哪种方法既能化解客户异议,又不伤客户自尊,有利于保持良好的人际关系?()

- A. 回避法
- B. 反问法
- C. 直接否定法
- D. 迂回否定法

8. 关于好奇接近法,以下哪个说法不正确?()

- A. 推销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

9. 以下哪一项不是推销接近的目标?()

- A. 引起注意
- B. 激发兴趣
- C. 寻找客户
- D. 步入洽谈

10. 推销员:“这种产品的价格不能再降了,但我们可以承担运输费用。你看这样可以吗?”。这位推销员使用的是()。

- A. 直接否定法
- B. 转化处理法
- C. 优点补偿法
- D. 反问法

得 分	评卷人

二、多项选择(在每小题的4个选项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20分)

11. “MAN”法则认为,推销对象成为合格客户必须同时具备的条件有()。

- A. 对商品的认知力
- B. 对商品的购买力
- C. 购买商品的决定权
- D. 对商品的需求意愿

12. 撰写推销信函要注意做到以下哪几点?()

- A. 简洁扼要,重点突出
- B. 内容准确,中肯可信
- C. 能够引起客户的兴趣
- D. 努力表露希望拜访客户的迫切心情

13. 多种接受方案促成法的正确描述有()。
- A. 提供多种方案供客户选择
 - B. 利用一连串的肯定方案,引导客户同意推销员的看法
 - C. 这种方法鼓励客户从正面思考问题并不断对推销员的看法表示赞许
 - 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. 建立良好的第一印象的要素有()。
- A. 良好的外表
 - B. 恰当的开场白
 - C. 华贵的服装
 - D. 丰厚的礼物
15. 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
16. 以下属于推销洽谈的内容的是()。
- A. 保证条款
 - B. 产品价格
 - C. 产品品质
 - D. 服务承诺
17. 根据“尊者优先了解情况法则”的礼仪要求,为他人介绍的先后顺序应当是()。
- A. 先向身份高者介绍身份低者
 - B. 先向年长者介绍年轻者
 - C. 先向女士介绍男士
 - D. 先向本公司同事介绍客户
18. 吉姆模式的三个要素为()。
- A. 产品
 - B. 公司
 - C. 推销员
 - D. 公众
19. 常见的准顾客发出的购买信号主要有()。
- A. 紧握双手,表情淡漠
 - B. 仔细检查商品,询问使用方法
 - C. 拿起定货单,询问交货手续
 - D. 征求别人的意见
20. 成交以后应保持以下哪几种态度?()
- A. 欣喜若狂
 - B. 态度冷漠
 - C. 热情友好
 - D. 亲切自然

得 分	评卷人

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 1 分,共 20 分)

21. 对培养推销员的自信心,提高其说服力最有帮助的推销模式是吉姆模式。()
22. 个人购买者一般属于理智型购买,参与购买决策的人员较多。()
23. 在推销过程当中,要善于将产品利益数字化,这会为你带来预想不到的收获。()
24. 在推销员与客户采取站立的姿势交谈时,双方的距离应该不超过 50 厘米。()
25. 一个人或者组织是否有购买能力是判断其是否为潜在客户的唯一标准。()
26. 用产品开路的方法最适合于推销那些显得十分独特的产品。()
27. 在推销过程中,我们要善于把空洞的形容词改为具体的描述。()
28. 保证性条款是洽谈中必须要谈的内容之一。()
29. 与客户争辩是处理客户异议的有效方式。()
30. 企业利益与客户利益不可能同时满足,推销员要站在客户的立场上推销商品只能是纸上谈兵。()
31. 在现实生活中,强力推销导向型的推销员最容易获得成功。()
32. 在一次不成功的推销之后,推销员给客户留下一张名片,并表示客户以后如有需要可随时联系。这种做法是非常必要的。()
33. 推销员对客户说:“这种款式的皮鞋是今年最流行的,许多客户都抢着买呢!”,这种语言能够有效地诱发客户的从众心理,从而采取购买行动。()
34. 推销人员不能只会介绍产品,而且要善于提问,通过高质量的提问获取尽可能详细的客户信息。()
35. 及时兑现是激励推销人员的重要原则。()
36. 向买受人交付标的物,可以实际交付,也可以以提单、仓单、所有权证书等提取标的物的单证作为交付。()
37. 地区式组织主要适用于产品种类和品种较少的企业采用。()
38. 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。()
39. 当客户听完推销员的介绍后询问商品的价格,说明他对这种商品没有兴趣。()
40. 在洽谈中,重点在于推销员对产品的介绍,没有必要进行现场演示。()

得 分	评卷人

四、简述(简要阐述以下各题。每小题 10 分,共 20 分)

41. 假定你正在本地区为你公司的产品寻找代理商。经过调查,A 公司可能符合条件。但你不认识 A 公司的负责人。你计划明天打电话给该公司负责人,商谈见面洽谈事宜。请说明你在打电话之前要做哪些准备?

42. 分别指出以下几种推销员推销过程中面临的异议的类型,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)我现在没钱买。

得 分	评卷人

五、案例分析(认真阅读以下案例并回答问题。20 分)

43. 例一:销售员:“您好,我是武汉知音传媒的小李,我们是提供专业的广告和推广的公司,不晓得您现在是否有空,我想花一点时间和您讨论、给您介绍一下?”

例二:“您好,是张经理吗?我是武汉知音传媒的李强,我们是武汉专注于网站建设、网站改版、网络优化的一家充满朝气的 IT 公司,与武汉多家知名企业合作过,今天我打电话过来的原因是我们的服务已经为行业内很多朋友所认可,能够为他们提供目前最高效的宣传推广服务,迅速提高企业的知名度,快速打开和拓展销售市场,降低销售成本,直接给企业带来经济效益和利润增长点,为了能进一步了解我们是否也能为您服务,我想请教一下贵公司是否有网站呢?”

问题:试对以上两种推销员的开场白进行评析

试卷代号:2634

国家开放大学2019年秋季学期期末统一考试

推销策略与艺术 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2020年1月

一、单项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. B | 2. C | 3. D | 4. B | 5. B |
| 6. B | 7. D | 8. C | 9. C | 10. C |

二、多项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|----------|---------|---------|---------|---------|
| 11. BCD | 12. ABC | 13. BCD | 14. AB | 15. ABC |
| 16. ABCD | 17. ABC | 18. ABC | 19. BCD | 20. CD |

三、判断正误(每小题1分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. × | 23. √ | 24. × | 25. × |
| 26. √ | 27. √ | 28. √ | 29. × | 30. × |
| 31. × | 32. √ | 33. √ | 34. √ | 35. √ |
| 36. √ | 37. √ | 38. × | 39. × | 40. × |

四、简述(每题10分,共20分)

41. 本题主要是考核团体客户接近准备的相关内容。

在打电话之前,应该注意了解下列内容:

(1)组织名称、组织性质、组织规模和所在地。

(2)组织人事。包括组织机构的设置、各部门的负责人、总经理等等。

(3)经营状况。包括潜在客户的生产规模、经营管理水平与能力、营利能力、市场状况、技术装备水平等。

(4)购买情况。包括潜在客户购买商品的时间、订购次数、订购的批量、订货方式、订货要求等。(10分)

42. (1)属于需求异议。对此,首先要弄清“不需要”的原因。分别不同情况进行处理。要注意的是,如果客户确实不需要,就不要强行推销。

(2)属于时间异议。对此,推销员要迅速判断原因,有针对性地去解决。如,假如是因为客户一时资金周转有困难,就可以帮助客户想办法解决资金问题。

(3)属于价格异议。对此,同样首先要判断其真实原因,同时要注意判断客户对产品的喜欢程度,然后采取积极有效的应对策略。例如,多讲产品的优点,强调收益等等。(10分)

五、案例分析(20分)

43. 要点:

(1)例一中的销售员在开场白中直接提到商品本身,但没有说出对客户有何好处;问客户是否有空也容易被拒绝,而应直接约定时间。

(2)例二中的销售员的开场白技巧更为娴熟,更容易引导客户进入洽谈的程序。体现在以下几个方面:提及自己公司/机构的名称,专长、自己的姓名;告知对方为何打电话过来;告知对方可能产生什么好处;询问客户相关问题,使客户参与。

(评阅者应根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)

试卷代号:2634

座位号

--	--

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

推销策略与艺术 试题

2020年7月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

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

1. 以下哪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
2. 以下哪一个是用于工作的微信不应有的行为?()
- A. 文字要简洁明了、开门见山

B. 拉群之前不征求对方意见

C. 原则上不发语音

D. 不在别人休息的时间发微信
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. 在现代推销中,推销人员应该持有下列哪一种观念?()
- A. 关注“人”,满足客户需要

B. 以高压式手段说服客户购买

C. 以达成交易为主旨、说服客户购买

D. 关注“物”,使用一切技巧卖出产品

5. 在顾客逛商店时,再次回到了原先看过的某个商品前,销售人员此时采用(),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. 成交以后应保持以下哪种态度?()

- A. 欣喜若狂
- B. 态度冷漠
- C. 亲切自然
- D. 藐视对方

7. 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

8. 每一位推销人员都要培养和激发自己开拓创新的精神和能力,善于独立思考,突破传统思路,注重好奇、敏锐、进取等创造性素质的训练,这属于推销人员的哪一种能力?()

- A. 观察能力
- B. 创造能力
- C. 社交能力
- D. 应变能力

9. 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

10. 推销人员:“这种产品的价格不能再降了,但我们可以承担运输费用。你看这样可以吗?”。这位推销人员使用的是:()。

- A. 直接否定法
- B. 转化处理法
- C. 优点补偿法
- D. 反问法

得 分	评卷人

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 2 分,共 30 分)

16. 互联网时代客户购买前的准备工作更加充分。()
17. 企业利益与客户利益不可能同时满足,推销人员要站在客户的立场上推销商品只能是纸上谈兵。()
18. 推销人员在概述产品益处时,要尽可能用专业属语。()
19. 要求推销人员较强的观察能力是为了判断客户的购买心理和购买倾向,为有效推销提供依据。()
20. 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。()
21. 拥有购买权是成为潜在客户的基本条件之一。()
22. 对那些日期较长、数量、金额较大、风险较大的商品,保证条款是洽谈中必须要谈的内容之一。()
23. 打电话不是面对面,可以有些小动作,如边打电话边摆弄桌上的剪刀、订书机等。()
24. 次要重点促成法的主要优点是可以减轻客户成交的心理压力。()
25. 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。()
26. 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。()
27. 如果客户提出的异议明显站不住脚,对此,推销人员可以不回答。()
28. 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。()
29. 在与客户见面之前,推销人员必须充分了解与推销有关的情况和资料。对个体客户和团体客户准备工作的内容是一样的。()
30. 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,销售人员就要尽量向他推荐代用物品。()

得 分	评卷人

四、简述(简要阐述以下各题。每小题 10 分,共 20 分)

31. 请看以下一组对话:

推销人员:“以车身的颜色说,您喜欢白色的还是灰色的?”

客户:“嗯,我比较喜欢白色的。”

推销人员:“选得不错! 那么,汽车是在明天还是后天送来呢?”

客户:“既然要买,就越快越好吧。”

请回答:

这位推销人员采用的是哪种成交方法? 这种成交法的优势是什么?

32. 分别指出以下几种推销人员推销过程中面临的异议的类型,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)我对目前的供应很满意。

得 分	评卷人

五、案例分析(认真阅读以下案例并回答问题。20 分)

33. 有一位推销新型号复印机的推销人员,知道他的推销对象某公司的采购科长急于采购一批复印机,但采购科长思想比较保守,喜欢选购老型号的复印机,对新型号复印机有怀疑。于是推销人员找到这位科长说:“我知道您对采购很有经验,不愿在型号的选择上冒风险,但我想您这样的老行家绝对不会一概排斥新型号的产品,因为现代科技的发展太快了,复印机的更新换代也是很快的,一旦一种新型号产品的质量与功能被大家认可后,价格就会提高,老旧型号也将被淘汰。这样来看,求稳本身不也是一种风险吗? 现在我接触的许多客户都已改变了过去那种片面求稳的思想,不知您是否同意这种观点? 我曾为您设想过,这批新型号复印机会给您带来好运的……”

(资料来源:岳贤平主编《推销:案例、技能与训练》,第 109 页,中国人民大学出版社,2018 年 7 月。)

阅读以上资料,回答以下问题:

(1)这位推销人员采用的是哪种洽谈策略? 这种策略的优势是什么?

(2)结合这个案例,谈谈如何有效运用这个洽谈策略?

试卷代号:2634

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

推销策略与艺术 试题答案及评分标准

(供参考)

2020年7月

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

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. C | 2. B | 3. C | 4. A | 5. B |
| 6. C | 7. B | 8. B | 9. B | 10. C |

二、多项选择(在每小题的4个选项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. ABCD | 12. ACD | 13. BCD | 14. ACD | 15. ABC |
|----------|---------|---------|---------|---------|

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题2分,共30分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 16. √ | 17. × | 18. × | 19. √ | 20. √ |
| 21. √ | 22. √ | 23. × | 24. √ | 25. × |
| 26. √ | 27. √ | 28. × | 29. × | 30. √ |

四、简述(简要阐述以下各题。每小题10分,共20分)

31. 推销人员采用的是积极假设促成法。

这种方法的核心在于用建议和行动向客户表示,问题看上去已经解决,客户非得以极大的努力才能阻止这一进程,因而易于达成交易。(10分)

(此题为开放式试题,学生可以在此基础上有一定发挥,只要理由充分,阐述清楚,即可酌情给分。)

32. (1)属于需求异议。对此,首先要弄清“不需要”的原因。分别不同情况进行处理。要注意的是,如果客户确实不需要,就不要强行推销。

(2)属于时间异议。对此,推销人员要迅速判断原因,有针对性地去解决。如,假如是因为客户一时资金周转有困难,就可以帮助客户想办法解决资金问题。

(3)属于货源异议。货源异议虽然较难解决,但是其本身就说明客户对产品是有需求的。要注意判断导致货源异议的原因,针对不同原因采取不同对策。如,假如原因是对推销人员的委托厂商不了解,缺乏信任,可以邀请客户赴厂考察,请客户试用产品,提出质量保证和赔偿担保证明等。(10分)

五、案例分析(认真阅读以下案例并回答问题。20分)

33. 要点:

(1)这位推销人员采用的是先声夺人的洽谈策略。这个策略的优势在于预先估计到客户可能提出的反对意见,抢在他前面有针对性地作出阐述,有效地解除客户的顾虑。

(2)有效运用这个策略,首先必须对客户、对自己的产品有充分的了解,既对对方有准确充分的判断和估计,又要有充分的理由;其次是要及时把握机会,抢到讲话的优势。

(本题为开放性试题,这两点必须答对,在此基础上可以有不同的阐述。请评阅者根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)

(20分)

试卷代号:2634

座位号

--	--

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

推销策略与艺术 试题

2020年9月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

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

1. 在现代推销中,推销人员应该持有下列哪一种观念?()
 - A. 关注“人”,满足客户需要
 - B. 以高压式手段说服客户购买
 - C. 以达成交易为主旨、说服客户购买
 - D. 关注“物”,使用一切技巧卖出产品
2. 推销人员在与客户确定面谈时间时,最为恰当的询问方式是:()
 - A. 您看什么时间咱们见面谈一下?
 - B. 您什么时间比较方便?
 - C. 我这周四上午有时间,您看怎么样?
 - D. 您看是今天下午方便还是明天上午?
3. “这种酒有两种包装,您要精装的还是简装的?”,这个推销方法是哪类推销方法?()
 - A. 未来事项促成法
 - B. 强迫选择促成法
 - C. 询问与停顿促成法
 - D. 多种接受方案促成法

得 分	评卷人

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. 推销是很多要素相互作用的一种综合性活动。这些要素主要包括下列哪几个方面? ()
- A. 推销人员
 - B. 推销对象
 - C. 推销品
 - D. 推销信息
12. 吉姆模式的三个要素为()。
- A. 产品
 - B. 公司
 - C. 推销人员
 - D. 公众
13. 买卖合同的履行必须共同遵守一些基本原则。这些原则主要有:()
- 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
14. 面对需求异议,推销人员首先应当:()
- A. 努力宣传产品的优点
 - B. 与客户争辩,说服客户
 - C. 弄清客户“不需要”的真正原因
 - D. 降低产品价格

15. 直接否定法的优点有:()

- A. 有利于消除客户疑虑,增强购买信心
- B. 有利于保持良好的人际关系,创造和谐的谈话气氛
- C. 不伤客户自尊,客户比较容易接受
- D. 缩短推销时间,提高推销效率

得 分	评卷人

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 2 分,共 30 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. 人们在接触时,为了显示热情,最好紧挨着对方站立交谈。()

18. 客户导向型的推销人员总是千方百计说服客户购买。()

19. 约见对象必须是对购买行为具有决策权或者对购买决策有重大影响的人。()

20. 探索性提问不包含任何肯定或否定的含义,所以不会引起对方的反感。()

21. 对客户提出的容易造成争辩的话题,推销人员可以不回答。()

22. 数量条款是买卖合同中的核心条款。标的物的数量是指供货方交货的数量。()

23. 成交后推销人员应向客户承诺对自己的推销业务承担责任,以消除客户最后的顾虑。()

24. 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。()

25. 明确主题是推销接近阶段重点要做的工作之一。()

26. 广告开拓法是一种费时费力、成本较高的方法。()

27. 书面语言沟通不利于传达详细的信息。()

28. 推销人员应当按照事情的紧迫性安排工作顺序。()

29. 及时兑现是激励推销人员的重要原则。()

30. 销售额是反映推销人员推销业绩的重要指标之一。()

得 分	评卷人

四、简答(每小题 10 分,共 20 分)

31. 推销洽谈要点是多多益善吗?为什么?

32. “褒贬是买主,喝彩是闲人”是一句广为流传的商业谚语。结合所学的异议处理的相关知识,谈谈你如何理解这个说法。

得 分	评卷人

五、案例分析(20 分)

33. 小李是一家酒业公司的一名业务人员,他经常跟我说起他拜访客户时的苦恼,他说他最担心拜访新客户,特别是初访,新客户往往就是避而不见或者在面谈两三分钟后就表露出不耐烦的表情。听他说了这些,我就向他问了下面这些问题:

- (1)你明确知道初次拜访客户的主要目的吗?
- (2)在见你的客户时你做了哪些细致的准备工作?
- (3)在见你的客户前,你通过别人了解过他的一些情况吗?
- (4)在初次见到你的客户时,你跟他说的前三句话是什么?
- (5)在与客户面谈的时间里,你发现是你说的话多,还是客户说的话多?

结果小李告诉我,他说他明确地知道他初次拜访客户的最主要目的就是了解客户是不是对他们公司的产品有需求,当然他做了一些简单的准备工作,如准备产品资料、名片等。不过,在见客户时他没有通过别人去了解客户的情况,见到客户时的前三句话自然就是开门见山,报公司名称和自己的名字、介绍产品,然后询问客户是否有购买产品的兴趣;在与客户交谈时,小李说应当是自己的话多,因为机不可失嘛。

(资料来源:《现代推销——理论、实务、案例、实训》,胡善珍主编,高等教育出版社,2010.6)

请认真阅读以上资料,回答以下问题:

- (1)造成小李苦恼的原因是什么?
- (2)怎样的接近能够为成交打下良好的基础?

试卷代号:2634

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

推销策略与艺术 试题答案及评分标准

(供参考)

2020年9月

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

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. A | 2. D | 3. B | 4. C | 5. D |
| 6. B | 7. C | 8. C | 9. B | 10. D |

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. ABCD | 12. ABC | 13. ABD | 14. AC | 15. AD |
|----------|---------|---------|--------|--------|

三、判断正误(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题2分,共30分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 16. × | 17. × | 18. × | 19. √ | 20. √ |
| 21. √ | 22. √ | 23. √ | 24. × | 25. √ |
| 26. × | 27. × | 28. × | 29. √ | 30. √ |

四、简答(每小题10分,共20分)

31. 推销洽谈要点是多多益善吗?为什么?

在推销洽谈中,推销要点并不是多多益善,而应该要能够切中对方的“要害”。要点过多,反而会淹没推销品真正的关键要素,影响推销效果。实际上,洽谈中的推销要点是由产品因素和非产品因素两方面组成的。产品因素主要是指产品的特性。一项产品(或服务)通常具备多方面的特性,究竟选择哪些特性作为推销洽谈要点,主要应考虑以下方面:(1)洽谈对象是什么样的人?(2)推销的产品是干什么用的?(3)要能够为客户解决哪些问题、满足哪些要求?在推销要点中,非产品因素主要包括产品价格、付款方式、服务项目等。这些因素在现代推销过程中常常起着决定性的作用。(10分)

(本题的关键点在于推销洽谈要点不是多多益善。对理由的阐述,可以允许学生在基本观点正确的前提下自由发挥。只要理由充分,阐述清楚,即可酌情给分。)

32. “褒贬是买主,喝彩是闲人”是一句广为流传的商业谚语。结合所学的异议处理的相关知识,谈谈你如何理解这个说法。

客户异议在推销过程中是客观存在的,不可避免的。它是成交的障碍,但它也是客户对推销品产生兴趣的信号。推销人员必须认识到推销过程中产生反对问题是正常的,提了问题的客户才是最有可能购买的客户。

推销工作中不怕提异议,而怕没异议,无异议的客户反倒令人担忧,这往往是其不感兴趣的标志,而且也会使推销人员很难窥测到他们内心活动的情况,推销工作将无法进行下去。

只有客户对所推销商品发生兴趣时,才能从正反两方面来考虑问题,权衡得失,发表个人见解。所以,客户异议是推销成功的希望之光。“褒贬是买主,喝彩是闲人。”这句商谚体现的就是这个意思,其对我们认识客户异议有很大的启发意义。(10分)

(本题可根据学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)

五、案例分析(20分)

33. 要点:

约见和接近是推销洽谈的前奏,也是整个推销过程的一个重要环节。在这个环节有许多规范要求和策略技巧,推销人员必须认真学习和领悟,并灵活运用于推销接近过程中,这样才能使整个推销工作有一个精彩的开场,也便于后续的各个推销环节在此基础上顺利地进行下去。

(以上仅提供一个参考。请评卷老师据学生的观点、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)

试卷代号:2634

座位号

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

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

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

得 分	评卷人

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

得 分	评卷人

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。()

得 分	评卷人

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?

得 分	评卷人

五、案例分析(认真阅读以下案例并回答问题。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”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?

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 试题答案及评分标准

(供参考)

2021年1月

一、单项选择(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. B | 2. C | 3. C | 4. B | 5. B |
| 6. B | 7. B | 8. A | 9. A | 10. B |

二、多项选择(每小题2分,共10分)

- | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 11. ABD | 12. ACD | 13. BCD | 14. ABC | 15. ABD |
|---------|---------|---------|---------|---------|

三、判断正误(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 16. × | 17. √ | 18. × | 19. √ | 20. × |
| 21. √ | 22. × | 23. × | 24. √ | 25. √ |

四、简述(每题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。

(1)属于需求异议。对此,首先要弄清“不需要”的原因。分别不同情况进行处理。要注意的是,如果客户确实不需要,就不要强行推销。

(2)属于时间异议。对此,推销人员要迅速判断原因,有针对性地去解决。如,假如是因为客户一时资金周转有困难,就可以帮助客户想办法解决资金问题。

(3)属于货源异议。货源异议虽然较难解决,但是其本身就说明客户对产品是有需求的。要注意判断导致货源异议的原因,针对不同原因采取不同对策。如,假如原因是对推销人员的委托厂商不了解,缺乏信任,可以邀请客户赴厂考察,请客户试用产品,提出质量保证和赔偿担保证明等。(15分)

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?

寻找客户的方法很多,如何选择主要取决于推销品的特征、该产品的需求特点等。保险产品种类丰富,专业性强,具有特定的适应性,比较适合人员推销的方式进行推销。多种寻找客户的方法都可以采用,如资料查阅法、网络搜寻法、无限连锁介绍法、向导协助法等。具体采用哪种方法,还要看保险产品的具体类型、推销人员以及推销环境的具体情况。

具体可以采取以下步骤:

(1)认真研究自己的产品和服务内容,熟悉自己的产品和服务内容,知道自己要为客户和市场提供什么,并且针对自己的产品和服务内容,做好销售目标的设定。

(2)根据所推销产品的特性,确定目标客户群,并认真分析研究客户的需求。具备了这两点,就可以选择适当的方法去寻找自己的目标客户。(15分)

(本题为开放性试题,学生可以根据自己的理解进行回答。只要理由充分,阐述清楚,即可酌情给分。)

五、案例分析(20分)

28. 要点:

在这次拜访中,金先生的主要问题有:

(1)在商务拜访中,应先与对方预约一下,然后再登门拜访,案例中的金先生没有这样做;

(2)金先生在进张经理的办公室前应该先整理一下自己的仪容,把汗擦干净,进门之前应先敲门,等里面的人说“请进”以后,再进入。猛然闯进去吓人一跳是违背尊重他人的原则的,是不礼貌的;

(3)金先生坐在沙发上是不应该跷二郎腿的,因为第一次见面,这样坐的姿势是不礼貌的。何况,金先生是去求人办事的,更不应这样做。也不应在没有经得主人的同意下吸烟;

(4)习惯性地挠头皮的动作既不卫生,又让人感到作为一个推销人员的不自信和对自己的产品方面的业务知识的不熟悉;

(5)随使用别人办公室的电话聊天是不对的。

(本题为开放性试题,请评阅者根据学生的观点、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)(20分)