

**Disynergy.ru – Сдача тестов без предоплаты**

**Email: help@disynergy.ru**

**Whatsapp/Telegram/Viber: +7(924) 305-23-08**

1. «Золотое правило» контакта с клиентом предписывает продавцу ...
2. Алгоритм продаж состоит из ... шагов
3. В алгоритме продаж между шагами «подготовка к продаже» и «выяснение потребностей клиента» находится шаг
4. В отделе продаж отеля ведется ... работа по привлечению новых корпоративных заказчиков
5. В системе обработки возражений между шагами «выслушать возражение» и «поставить выдвинутое возражение под вопрос» стоит шаг
6. Весь персонал компании ... общие положения стратегии продаж
7. К социальным компетенциям продавца относится умение ...
8. Клиент, имея определенный набор продуктов в выбранном для себя ценовом диапазоне, выбирает среди них те которые, по его мнению, наилучшим способом удовлетворяют его ...
9. Клиенты при возражении чаще всего используют такие критерии, как...
10. Коммуникация - это...
11. Краткосрочный, общедоступный наем домов, помещений, номеров, мест для ночлега, а также мест для установки палаток или автофургонов и оказание в границах объекта связанных с этим услуг,— это ...
12. Неверно, что в пять главных приоритетов клиента, согласно стандартам сервисного обслуживания, входит ...
13. Неверно, что вопрос относится к основным принципам стратегии продаж
14. Неверно, что к коммуникативным компетенциям продавца относится умение ... сформулировать и донести мысль
15. Неверно, что к профессиональным компетенциям продавца относится умение ...
16. Неверно, что тезис «...» входит в общие положения стратегии продаж гостиницы
17. Неверно, что характеристика «...» подходит под описание основных особенностей гостиничной услуги
18. Необходимым условием обмена продукта на деньги является ... данного продукта
19. Один гость с полностью удовлетворенными потребностями «приведет» в гостиницу ... потенциальных новых гостей
20. Основную роль в принятии решения играет ... человека
21. Плохая информация о заведении распространится почти в ... раз быстрее, чем хорошая
22. Под конкурентоспособностью следует понимать ...
23. Пользование гостиничной услугой ... самоцелью гостя
24. Понятие ... определяется как движение покупателя и продавца навстречу друг к другу в целях удовлетворения интересов обеих сторон
25. Преднамеренно подготовленная ложная информационная модель субъекта, распространяемая среди общественности для формирования его ложного имиджа в соответствии с интересами ее создателя, - это ...
26. При встрече с новым клиентом ...
27. При контакте с группой закупки нужно обратить свое внимание на всех членов этой группы, чтобы ...
28. При контакте с клиентом к нему нужно обращаться по ...
29. При личном общении первое впечатление о человеке, как правило, складывается в течение первых ...

30. При общении с клиентом продавцу ...
31. При поставленной цели «развить гостиницу и получить максимум прибыли» на первое место стоит поставить задачу...
32. Продаваемый товар или предоставляемая услуга ... удовлетворить потребности людей с разными финансовыми предпочтениями
33. Продажи в сфере индустрии гостеприимства представляют собой реализацию ...
34. Процесс популяризации бренда и закрепления его позитивного облика в сознании целевых аудиторий - это ...
35. Рекламация ... единственным способом научиться у клиентов тому, к чему следует стремиться в развитии бизнеса
36. С точки зрения крупного гостиничного предприятия продуктом ...
37. Сегментация рынка - это ...
38. Совокупность продуктов и услуг, необходимых потребителю для обеспечения его воспроизводства, функционирования и развития, - это ...
39. Согласно «Пирамиде потребностей» Маслоу, гостиничное предприятие, в первую очередь, удовлетворяет ...
40. Специалист по продажам ... на покупателя
41. Специалист по продажам извлекает пользу из ..., аргументируя выгодные моменты сделки
42. Услуги, которые предоставляет гостиница....

Тесты синергия

**DISYNERGY.RU**