



Тактика продвижения товаров.

- 1 Налаживание эффективных маркетинговых коммуникаций осуществляется в следующей последовательности: идентифицируется целевая аудитория; выбираются коммуникационные каналы; ...
- 2 Неличное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность посредством помещения коммерчески важных новостей в периодических изданиях – это ...
- 3 Представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляющееся в процессе непосредственного общения и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами – это ...
- 4 Единовременные побудительные меры, стимулирующие покупки потребителей и отличные от рекламы, – это ...
- 5 Такая методика, как ..., подходит для увеличения первичных покупок
- 6 Такая методика, как ..., подходит для увеличения повторных покупок
- 7 Любая форма информирования потребителей о товарах, услугах и деятельности фирмы – это ...
- 8 Общая и конкретная коммуникационная программа фирмы, состоящая из сочетания рекламы, общественного мнения, персональных продаж и стимулирования сбыта, – это ...
- 9 Неверно, что ... относится к основным способам правовой защиты потребителей и конкурирующих фирм от неудовлетворительных методов продвижения
- 10 Идея развития сенсорного маркетинга принадлежит ...
- 11 Неверно, что ... относится к основным целям рекламы
- 12 ... реклама применяется для сообщения потребителям о новом товаре или о новой особенности товара
- 13 ... реклама применяется для формирования избирательного спроса на конкретную марку
- 14 ... реклама воздействует через ассоциацию идей и представлений



- (15) ... реклама направлена на создание благоприятного образа фирмы и товара у партнеров и покупателей
- (16) Основная цель ... рекламы – убедить покупателя купить именно этот товар или услугу
- (17) В рекламном видеоряде персонажи располагаются так (по убывающей): женщины, дети, ...
- (18) По рекомендации психологов продолжительность рекламного ролика не должна превышать ...
- (19) Наиболее броские сочетания цветов, используемые в рекламных текстах (в порядке убывания), – черный шрифт на желтом фоне, зеленый на красном и ...
- (20) ... цвета при использовании в рекламе придают предметам больший размер
- (21) Раздачу образцов, промышленные выставки и ярмарки, а также демонстрации относят к такому типу маркетинговых коммуникаций, как ...
- (22) Цели стимулирования, обращенные к потребителю, могут быть ...
- (23) Задачей стратегических целей стимулирования продаж, обращенной к потребителю, является ...
- (24) Задачей разовых целей стимулирования продаж, обращенной к потребителю, является ...
- (25) Задачей специфических целей стимулирования продаж, обращенной к потребителю является ...
- (26) Предложение бесплатного товара или услуги – это ...
- (27) Ценовые скидки, реализуемые после совершения покупки, – это ...
- (28) Товары, предлагаемые по довольно низкой цене или бесплатно в качестве поощрения за покупку другого товара, – это ...
- (29) Когда две или более марки или компании объединяются, предлагая купоны, компенсации или конкурсы, имеет место ... стимулирование
- (30) К льготам в натуральном выражении относится ...
- (31) Преимущества личных продаж заключается ...



- (32) Отсчетной точкой для дальнейших продаж является этап ...
- (33) Если клиент любит узнавать что-то новое, даже если речь идет о каком-нибудь незначительном пустяке, то его тип – «...»
- (34) ... почтовую рассылку писем, рекламных материалов, буклетов и др.
- (35) Непосредственное взаимодействие с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью организации презентаций, ответа на вопросы и получение заказов – это ...
- (36) Прямой маркетинг, осуществляемый посредством интерактивных услуг компьютерной связи в реальном масштабе времени, – это ...
- (37) Преимущества и возможности прямого маркетинга для потребителей заключаются ...
- (38) Преимущества и возможности прямого маркетинга для маркетологов заключаются ...
- (39) Используя ... продажу, торговый агент реагирует на покупательский спрос
- (40) Если в процессе деловых переговоров клиент держится эмоционально и доброжелательно, то его тип – «...»
- (41) Если вся деятельность клиента направлена на получение результата, то его тип – «...»
- (42) Если главная обязанность торгового агента состоит в том, чтобы рассказывать о новом товаре до того, как последний станет доступен широкой публике, то это ... продажа
- (43) Если клиент держится спокойно и сдержанно, сохраняя невозмутимость даже в сложных ситуациях, то он относится к ... типу
- (44) ... функция отражает действительность происходящего, наиболее острые и яркие проблемы общества
- (45) Функция предсказания изменения мнения в будущем – это ... функция
- (46) Мнение, являющееся формой массового возбуждения, сопровождаемое деятельностью людей по избавлению от возможной опасности, формируется под воздействием ...
- (47) ... функция общественного мнения определяет позиции по отношению к фактам, событиям, силу их выразительности и проявления



- 48) Вид продажи, как правило, относящийся к новым товарам или к уже имеющимся продуктам, которые выводятся на новый рынок, – это ...
- 49) Оценочные суждения большинства членов больших общностей людей, выражающие их отношения к фактам, явлениям, процессам действительности, – это ...

Самый быстрый способ связи — мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max

Help@disynergy.ru | +7 (924) 305-23-08