



Технологии оптовых и розничных продаж.dor

- 1) Федеральный закон №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» был принят в ...
- 2) Согласно Федеральному закону №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», ... – это вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием
- 3) В 2009 г. в Российской Федерации был ...
- 4) Оптовая торговля предлагает товары ...
- 5) Оптовые торговые предприятия классифицируются по масштабу и характеру деятельности, в частности, в целях бесперебойного снабжения товарами в связи с географическими особенностями страны предприятия ... осуществляют досрочный завоз товаров в районы Крайнего Севера, Дальнего Востока
- 6) Оптовые торговые предприятия классифицируются по количеству сотрудников, в частности, малые торговые предприятия отличаются тем, что в них работают до ... работников
- 7) Если оптовое торговое предприятие специализируется на торговле определенным товаром, то его называют ...
- 8) Если оптовое торговое предприятие специализируется на торговле товарами определенного производителя, то его называют ... дилером
- 9) Установите последовательность шагов процесса закупки товара оптовыми предприятиями:
- 10) Если при отборе поставщиков компания останавливается на одном из них, то это принцип ... заказов
- 11) Если при отборе поставщиков компания выбирает нескольких поставщиков, то это принцип ... заказов
- 12) Основным показателем эффективности деятельности оптового предприятия считается ...





- 13 В Российской Федерации выставочно-ярмарочная деятельность регулируется государственным стандартом ... – «Деятельность выставочно-ярмарочная»
- 14 ... – это мероприятие с ограниченным временем проведения, проходящее в четко установленные сроки и повторяющиеся через определенные промежутки времени в рамках которого фирмы – участники выставки демонстрирует образцы своей продукции и услуги, показывают достижения науки и техники, делятся передовым опытом
- 15 Говоря о таких понятиях, как «выставка» и «ярмарка», можно утверждать, что ...
- 16 ... – это мероприятие с ограниченным временем проведения, проходящее в четко установленные сроки и повторяющееся через определенные промежутки времени, на котором фирмы-участники демонстрируют образцы своей продукции одной или нескольких отраслей народного хозяйства с целью заключения договора о поставке с новыми деловыми партнерами
- 17 К стратегическим целям участия в выставке относят ...
- 18 Показ своего оборудования, поиск новых поставщиков, поиск новых партнеров относятся к ... целям участия в выставке
- 19 Решение об участии конкретных участников в выставке принимается в сроки, которые ...
- 20 Установите соответствие отделов выставки и полномочий специалистов этих отделов:
- 21 На выставке работает «правило 1:4», которое означает, что ...
- 22 При выборе места, которое будет занимать стенд, следует учитывать, что лучшими местами считаются места ...
- 23 Установите последовательность этапов процесса подготовки выставки:
- 24 ... эффективность заключается в обработке анкет: берутся данные анкеты, потом определяется количество людей, обратившихся в саму компанию для заключения договора – определяется прирост клиентской базы
- 25 В течение одного выставочного дня у менеджера, в среднем, ... контактов
- 26 ... деятельность – это вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров





- (27) Вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, – это ...
- (28) Выделяют такие организационно-правовые формы розничных торговых предприятий, как ...
- (29) Наиболее распространенной организационно-правовой формой розничного торгового предприятия в РФ являются ...
- (30) Наименее распространенной организационно-правовой формой розничного торгового предприятия в РФ являются ...
- (31) Годовой доход микропредприятия составляет не более ...
- (32) Годовой доход среднего предприятия составляет не более ...
- (33) Численность сотрудников среднего предприятия составляет ...
- (34) Предприятие с численностью сотрудников до 100 чел. относится к категории «...»
- (35) ... диверсификация – это объединение функционально независимых организаций различных отраслей деятельности в рамках торговой организации
- (36) Классические торговые сети являются примером внутриотраслевой ...
- (37) ... – это совокупность торговых предприятий и предприятий по оказанию услуг, которые реализуют универсальный ассортимент товаров и услуг, расположены на определенной территории, управляются как единое целое, представляют в границах своей территории обязательную стоянку для автомобилей
- (38) В торговом центре оптимальным соотношением считается 70 % на 30 %, где ...
- (39) В торговом центре оптимальным соотношением торговой площади и зоны развлечений считается ...
- (40) ... продаж – это краткосрочные побудительные меры к немедленному совершению покупки, а также длительные программы, направленные на повторное совершение покупок
- (41) Установите последовательность основных этапов разработки программ стимулирования продаж торгового предприятия:





- 42) Длительность краткосрочных программ стимулирования продаж составляет от нескольких ...
- 43) К стратегическим целям стимулирования продаж относят: ...
- 44) К специфическим целям стимулирования продаж относят: ...
- 45) К ... целям стимулирования продаж относят: извлечение выгоды из ежегодных событий, извлечение выгоды из сложившейся благоприятной возможности, поддержку рекламной компании
- 46) К неценовым методам сплошного стимулирования продаж, в частности, относят ...
- 47) Установите соответствие методов стимулирования продаж и примеров использования каждого метода:
- 48) Говоря о таких понятиях, как «промоакции» и «маркетинговые акции», можно утверждать, что ...
- 49) У агрессивных промоакций доля продаж от оборота акций составляет ...
- 50) К рекламным носителям регулярных промоакций, в частности, относят ...
- 51) Промоакции «...» – это акции, направленные на рост продаж за счет совместного использования одной и той же аудитории различными брендами
- 52) В случае если наценка на товар составляет 70 %, а предоставляемая к ней скидка 15 %, необходимое увеличение продаж для получения той же составит ...
- 53) Установите последовательность этапов персональной продажи:
- 54) Установите соответствие этапов персональной продажи и психологических аспектов ролевой позиции продавца:
- 55) Самопрезентация продавца и его товара зависит от первых ... восприятия, после чего изменить эти впечатления практически невозможно
- 56) Непосредственно перед встречей с лицом, принимающим решение (ЛПР), требуется вести диалог с секретарем компании, в частности, метод «напролом» подойдет для беседы с секретарем, который соответствует типу «...»





- 57) Для успешного диалога с лицом, принимающим решение (ЛПР), следует учесть цели каждого этапа встречи, в частности, при приветствии основная цель – ...
- 58) ... – это четкий профиль идеального клиента вашей компании; под ней подразумевается клиент, который испытывает острую необходимость в вашем продукте и проявляет симпатию к вашей компании
- 59) В числе стоп-слов в диалоге с секретарем – «...»
- 60) Установите последовательность уровней потребностей пирамиды Маслоу, начиная с нижнего уровня:
- 61) Верхним уровнем потребностей пирамиды Маслоу является потребность в ...
- 62) При разработке профиля байер-персоны следует учитывать психографические характеристики, которые напрямую связаны с ...
- 63) Предприятию оптовой торговли необходимо принять решение по выбору (из трех альтернатив) канала распределения товара. В основе решения лежит критерий эффективности. На каком варианте следует остановиться менеджеру по продаже?
- 64) За год оптовая компания «Опт-сервис» исполнило 88 136 заявок розничных магазинов на поставку товаров. Количество удовлетворенных заявок (по оценкам заказчиков) составило 48 340. Определите уровень сервиса оптовой компании.
- 65) Договоры на выставках и ярмарках подписываются в трех экземплярах. Два экземпляра получают стороны, подписавшие договор. Для чего нужен третий экземпляр договора?
- 66) Компания-производитель верхней женской одежды «Ева» первый раз участвует в крупной международной выставке товаров легкой промышленности с новыми коллекциями. Сотрудникам, работающим на экспозиции, необходимо провести первичную оценку эффективности выставки непосредственно во время ее проведения. Среди поставленных задач – выявление интереса к продукции компании у посетителей, изучение их поведения, сбор другой информации о посетителях стенда. Какие количественные данные должны собрать сотрудники компании, работающие на экспозиции? Предложите методы оценки эффективности участия в выставке для данной организации.





- 67) Оборот магазина в месяц – 1 млн руб., средний чек – 500 руб., коэффициент полезного действия (КПД) – 20 %. Сколько покупателей посещают этот магазин ежедневно и какое количество чеков в месяц пробивается?
- 68) Продажи товара А резко пошли на спад, а на складе остались его большие запасы. Что может сделать мерчандайзер для решения этой проблемы?
- 69) После проведения промоакции, которая заключалась в предоставлении скидки с цены всем покупателям курток на 15 % в магазине «Времена года» выяснилось, что выручка от продажи курток увеличилась на 30 %. Можно ли считать промоакцию эффективной?
- 70) Менеджеры по продажам в процессе общения с клиентом используют демонстрационные материалы. В чем причина этого? Для чего нужны демонстрационные материалы?
- 71) На улице Куприна открылось новое торговое предприятие «Купец». Площадь его торгового зала была примерно 800 м². На этой торговой территории осуществлялась продажа продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса преимущественно по методу самообслуживания. Какого типа торговое предприятие открылось на улице Куприна?
- 72) Менеджер компании «Пегас» Бондарев К. пришел на первые деловые переговоры в компанию «Стиль». У Бондарева К. была первостепенная задача – попасть на прием к лицу, принимающему решения в компании «Стиль», Марченкову К., чтобы предложить продукцию компании «Пегас» и заинтересовать в дальнейшем сотрудничестве. Но перед этим нужно было встретиться с его секретарем Степановой Е. Требовалось определиться с поведением при встрече с секретарем и выбрать метод приветствия. Бондарев К. подошел к столу Степановой Е., у них начался диалог: – Здравствуйте! Компания «Стиль», слушаю Вас. – Здравствуйте! Мне нужно связаться с отделом снабжения вашей компании. – Как Вас представить? – Бондарев Константин. – По какому вопросу обращаетесь? – По рабочим вопросам наших компаний. На неформальной встрече мы начали переговоры и сегодня нужно встретиться лично. Какой метод приветствия применил Бондарев К. при первой встрече с секретарем Степановой Е.?
- 73) При централизованном методе товароснабжения магазинов доставка осуществляется силами и средствами ...





- 74 В числе наиболее распространенных видов оптовых продаж со склада – ...
- 75 Такая складская операция, как ..., включает все виды деятельности с момента, когда склад получает заказ на отгрузку товара, и до момента, когда товар грузится на транспортное средство
- 76 При использовании метода холодных звонков необходимо уделить особое внимание ...
- 77 Маршрут, при котором путь следования транспортного средства между двумя грузопунктами неоднократно повторяется, называется ... маршрутом
- 78 Фаза принятия решения об участии в выставке включает в себя ...
- 79 Процедура подготовки к выставке занимает от ...
- 80 Наиболее значительные статьи расходов при участии в выставке – это ... и изготовление выставочного стенда
- 81 Существуют такие способы участия в выставке, как ... участие
- 82 Фаза работы выставки включает ...
- 83 Установите последовательность действий стендиста в ситуации, когда посетитель стенда проявляет интерес к экспозиции:
- 84 Договоры на поставку товаров на оптовых ярмарках заключаются по предоставленным предприятием-изготовителем образцам и ... товаров, которые иногда заменяются каталогами или проспектами
- 85 Для розничных продаж ...
- 86 свойственно осуществление продажи конечным покупателям
- 87 Установите соответствие торговых зон магазина и их характеристик:
- 88 Услуги розничной торговли включают в себя ...
- 89 Установите последовательность этапов процесса реализации товаров:
- 90 Наиболее рациональной для магазинов самообслуживания является ... планировка торгового зала





- 91) К достоинствам продажи товаров через прилавков относят ...
- 92) Метод продажи, описанный ниже, – это продажа товаров ...
Продажа предусматривает выкладку образцов в торговом зале и самостоятельное (или с помощью продавца) ознакомление с ними покупателей. После выбора товаров и оплаты покупки продавец вручает покупателю товары, соответствующие образцам. При этом методе продажи рабочие запасы размещают отдельно от образцов. Данный метод удобен тем, что на сравнительно небольшой площади торгового зала можно выставить образцы достаточно широкого ассортимента товаров. Как правило, этот метод применяется при продаже технически сложных и крупногабаритных товаров, а также тех товаров, которые требуют перед их отпуском покупателю отмеривания и нарезки.
- 93) В розничной торговле стимулирование продаж направлено на ...
- 94) Цель снижения цены на товары может заключаться в том, чтобы ...
- 95) Снижение цен на ассортимент Нового года в последние дни уходящего года или на летний ассортимент в конце августа – это примеры ... снижения цен
- 96) В числе примеров снижения цен в магазине в определенные часы – ...
- 97) К недостаткам использования купонов при стимулировании продаж можно отнести ...
- 98) Неверно, что к мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на собственный торговый персонал, относят ...
- 99) Установите соответствие между уровнем снижения цены и требующимся для этого увеличением товарооборота:
- 100) Для проведения грамотной презентации необходимо ...
- 101) Для выявления потребностей клиента менеджер по продажам использует метод ...
- 102) Техники ... включают положения о том, что не надо спорить с клиентом и перебивать клиента, следует всегда находить приемы его убеждения
- 103) Основное понимание концепции ... состоит в превращении преимущества товара в выгоду для потребителя
- 104) При работе с возражениями покупателя лучше всего использовать ...





- 105) Установите последовательность элементов технологии взаимодействия с покупателями:
- 106) Если представитель фирмы оптовой продажи чая требует поставить на полку среди упаковок чая красивый фирменный чайник со своим логотипом, то в данной ситуации ...
- 107) Федеральный закон №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» был принят в ...
- 108) Согласно Федеральному закону №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», ... – это вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием
- 109) В 2009 г. в Российской Федерации был ...
- 110) Оптовая торговля предлагает товары ...
- 111) Оптовые торговые предприятия классифицируются по масштабу и характеру деятельности, в частности, в целях бесперебойного снабжения товарами в связи с географическими особенностями страны предприятия ... осуществляют досрочный завоз товаров в районы Крайнего Севера, Дальнего Востока
- 112) Оптовые торговые предприятия классифицируются по количеству сотрудников, в частности, малые торговые предприятия отличаются тем, что в них работают до ... работников
- 113) Если оптовое торговое предприятие специализируется на торговле определенным товаром, то его называют ...
- 114) Если оптовое торговое предприятие специализируется на торговле товарами определенного производителя, то его называют ... дилером
- 115) Если при отборе поставщиков компания останавливается на одном из них, то это принцип ... заказов
- 116) Если при отборе поставщиков компания выбирает нескольких поставщиков, то это принцип ... заказов
- 117) Основным показателем эффективности деятельности оптового предприятия считается ...





- 118 В Российской Федерации выставочно-ярмарочная деятельность регулируется государственным стандартом ... – «Деятельность выставочно-ярмарочная»
- 119 ... – это мероприятие с ограниченным временем проведения, проходящее в четко установленные сроки и повторяющиеся через определенные промежутки времени в рамках которого фирмы – участники выставки демонстрирует образцы своей продукции и услуги, показывают достижения науки и техники, делятся передовым опытом
- 120 Говоря о таких понятиях, как «выставка» и «ярмарка», можно утверждать, что ...
- 121 ... – это мероприятие с ограниченным временем проведения, проходящее в четко установленные сроки и повторяющееся через определенные промежутки времени, на котором фирмы-участники демонстрируют образцы своей продукции одной или нескольких отраслей народного хозяйства с целью заключения договора о поставке с новыми деловыми партнерами
- 122 К стратегическим целям участия в выставке относят ...
- 123 Показ своего оборудования, поиск новых поставщиков, поиск новых партнеров относятся к ... целям участия в выставке
- 124 Решение об участии конкретных участников в выставке принимается в сроки, которые ...
- 125 Установите соответствие отделов выставки и полномочий специалистов этих отделов:
- 126 На выставке работает «правило 1:4», которое означает, что ...
- 127 При выборе места, которое будет занимать стенд, следует учитывать, что лучшими местами считаются места ...
- 128 Установите последовательность этапов процесса подготовки выставки:
- 129 ... эффективность заключается в обработке анкет: берутся данные анкеты, потом определяется количество людей, обратившихся в саму компанию для заключения договора – определяется прирост клиентской базы
- 130 В течение одного выставочного дня у менеджера, в среднем, ... контактов
- 131 ... деятельность – это вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров





- 132 Вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, – это ...
- 133 Выделяют такие организационно-правовые формы розничных торговых предприятий, как ...
- 134 Наиболее распространенной организационно-правовой формой розничного торгового предприятия в РФ являются ...
- 135 Наименее распространенной организационно-правовой формой розничного торгового предприятия в РФ являются ...
- 136 Годовой доход микропредприятия составляет не более ...
- 137 Годовой доход среднего предприятия составляет не более ...
- 138 Численность сотрудников среднего предприятия составляет ...
- 139 Предприятие с численностью сотрудников до 100 чел. относится к категории «...»
- 140 ... диверсификация – это объединение функционально независимых организаций различных отраслей деятельности в рамках торговой организации
- 141 Классические торговые сети являются примером внутриотраслевой ...
- 142 ... – это совокупность торговых предприятий и предприятий по оказанию услуг, которые реализуют универсальный ассортимент товаров и услуг, расположены на определенной территории, управляются как единое целое, представляют в границах своей территории обязательную стоянку для автомобилей
- 143 Предприятие с численностью сотрудников до 100 чел. относится к категории «...»
- 144 В торговом центре оптимальным соотношением считается 70 % на 30 %, где ...
- 145 В торговом центре оптимальным соотношением торговой площади и зоны развлечений считается ...
- 146 Длительность краткосрочных программ стимулирования продаж составляет от нескольких ...

