



Трилогия продаж.кс_СПО

- 1 Для оптовой торговли не свойственно:
- 2 Выберите верные ответы. Наиболее распространенными видами оптовой продажи со склада являются
- 3 При подготовке к продажам используется:
- 4 Выберите верные ответы. При использовании метода «холодных звонков» необходимо уделить особое внимание:
- 5 Единый комплекс площади (кв. м), которую организатор ярмарки или выставки предоставляет в аренду заинтересованному участнику, а также элементы конструкции (оформления), с помощью которых последний достигает осуществления своего участия в этом мероприятии, называется _____.
- 6 Совокупность лиц, наделенных основными и вспомогательными функциями, на которых лежит ответственность по организации и осуществлению участия в ярмарке/выставке называется _____.
- 7 Восстановите последовательность выполнения заказа розничного магазина оптовой организацией.
- 8 Ключевой клиент – это:
- 9 Для розничных продаж свойственно:
- 10 _____ — это совокупность приемов и способов реализации товаров покупателям.
- 11 Услуги розничной торговли включают в себя:
- 12 _____ - розничная торговля, осуществляемая в стационарной торговой сети, расположенной в специально оборудованных и предназначенных для ведения торговли зданиях и строениях.
- 13 Определите последовательность действий. Процесс услуги реализации товаров состоит из следующих основных этапов:
- 14 К достоинствам продажи товаров через прилавки относятся:
- 15 Установите соответствие уровней воздействия на покупателя и его реакции:





- 16) Установите соответствие между принципом формирования ассортимента и товарами, к которым он применяется:
- 17) _____ - единовременные побудительные меры по привлечению внимания покупателей к товару (услуге) и его убеждению совершить покупку в установленный срок.
- 18) Выберите несколько ответов. В розничной торговле стимулирование продаж направлено на....
- 19) Установите соответствие между средствами воздействия на покупателя и их определениями:
- 20) Цель снижения цены на товары – это...
- 21) Определите последовательность продвижения товара от производителя к потребителю по стратегии «проталкивания»:
- 22) Определите последовательность продвижения товара от производителя к потребителю по стратегии «протягивания»:
- 23) _____ - часть продвижения товаров и услуг, включающая их устное представление в беседе с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью продажи.
- 24) ООО «Урожай» продавало яблоки с начала года по цене 40 рублей за килограмм. В августе, в связи с сезонным снижением спроса на товар, общество объявило о предоставлении покупателям скидки в 15%. Определите стоимость фруктов с учетом скидки.
- 25) Установите соответствие между элементами коммуникации с клиентом и их содержанием:
- 26) _____ — это способ коммуникации с потенциальными клиентами, при котором инициатива исходит от продавца, а не от покупателя.
- 27) Установите последовательность этапов разработки коммуникационных стратегий:
- 28) Для выявления потребностей клиента менеджер по продажам использует метод_.. - продаж.
- 29) Установите последовательность движения покупателей по «воронке продаж»:
- 30) Отметьте правильную последовательность воздействия на покупателя с помощью формулы AIDA:
- 31) Чувствительных к цене покупателей можно стимулировать с помощью...





- 32 Восстановите последовательность технологии взаимодействия с покупателями.
- 33 Установите соответствие, каким типам покупок соответствуют следующие определения:
- 34 Задача. Условие: Рассчитайте эффективность проведения рекламной коммуникации с потребителями при следующих условиях: Среднедневной объем выручки до рекламного периода 675,3 тыс. руб Относительный процент прироста среднедневной выручки 1,7% Количество дней учета объема выручки в рекламный период 140 дн. Прибыль на один рубль реализации продукции 0,18 руб. Затраты на рекламу 86,9 тыс.руб.

