



## 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, осуществляется 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 прилавок 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.

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



WhatsApp



Telegram



Max

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