



Управление процессами обслуживания.фип_БАК_Менеджмент_н/с

- 1 Event-услуги играют важную роль в современной экономике, способствуя повышению качества жизни, созданию рабочих мест и развитию ...
- 2 Какую роль играет event-индустрия в экономике?
- 3 Установите соответствие между видами event-услуг и их функциями:
- 4 Что представляет собой услуга в контексте event-индустрии?
- 5 Установите соответствие между особенностями рынка услуг и их описанием.
- 6 Какой фактор является ключевым для успеха в сфере услуг?
- 7 Какой инструмент маркетинга является мощным для event-индустрии и позволяет взаимодействовать с аудиторией?
- 8 В маркетинге услуг в event-индустрии важно учитывать, что мероприятия должны вызывать у аудитории положительные эмоции и впечатления. Это связано с аспектом
- 9 Установите соответствие между типами классификации услуг в event-индустрии и их примерами:
- 10 Укажите, какая из следующих характеристик не относится к услугам в event-индустрии:
- 11 Установите соответствие между методами сегментации услуг и их описаниями:
- 12 Услуга, связанная с планированием и организацией питания на мероприятиях, называется:
- 13 Психографический признак сегментации в ивент-индустрии не учитывает ...
- 14 В ивент-индустрии услуги можно сегментировать по различным признакам, таким как географический, фирмографический, демографический, психографический и ...
- 15 Жизненный цикл услуги включает в себя следующие стадии, за исключением ...





- 16) Установите соответствие между стадиями жизненного цикла услуги и их описанием.
- 17) Фактор динамичности рыночных процессов в сфере услуг который позволяет организовывать виртуальные и гибридные мероприятия, расширяя аудиторию и снижая затраты - это
- 18) Какой из следующих факторов не влияет на динамику рыночных процессов в сфере ивент-индустрии?
- 19) Какой из следующих элементов не входит в комплекс маркетинга в сфере услуг?
- 20) Один из ключевых элементов маркетинга в ивент-индустрии, который включает в себя все виды рекламы и PR-активности, направленные на привлечение внимания к мероприятию- это ...
- 21) Компания планирует внедрить новую услугу в сфере ивент-индустрии. Услуга включает организацию корпоративных мероприятий с применением виртуальной реальности и дополненной реальности. Какие шаги необходимо предпринять на стадии внедрения услуги?
- 22) Что из перечисленного не является основным аспектом маркетингового исследования рынка услуг?
- 23) Процесс, при котором компании собирают, анализируют и интерпретируют информацию о рынке - это ...
- 24) Расположите этапы анализа рынка услуг в правильной последовательности, начиная с первого этапа и заканчивая последним.
- 25) Сопоставьте этапы подготовки к анализу рынка услуг с соответствующими описаниями:
- 26) Какой этап не относится к анализу ассортимента предоставляемых услуг?
- 27) В процессе анализа конкурентов для выявления их сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз компании необходимо провести ...
- 28) Соотнесите этапы анализа конкурентов с их описанием:
- 29) Один из ключевых этапов анализа целевой аудитории, который включает в себя разделение потребителей по различным признакам, таким как возраст, пол, уровень дохода - это...





- 30) Какая из моделей поведения потребителей предполагает, что они анализируют все доступные информации, включая цены, качество услуг, отзывы и т.д., и принимают решение на основе точного сравнения всех альтернатив?
- 31) Установите соответствие между моделями поведения потребителей и их описаниями:
- 32) Упорядочите этапы исследования потребителей на рынке услуг в правильной последовательности. Расположите этапы от первого к последнему в соответствии с логическим порядком проведения исследования.
- 33) Установите соответствие между этапами схемы проведения анализа для сегментирования и их описаниями.
- 34) Процесс оценки различных рыночных сегментов для определения того, какие из них являются наиболее привлекательными и выгодными для целевого маркетинга, называется ...
- 35) Процесс выбора наиболее значимых критериев для оценки сегментов в контексте конкретного рынка и компании включает в себя ...
- 36) Упорядочите шаги процесса принятия решения о приобретении услуг в правильной последовательности:
- 37) Этап, который включает оценку удовлетворенности или неудовлетворенности после использования товара или услуги – это ...
- 38) Сопоставьте этапы процесса выделения потенциальных клиентов и определения целевой аудитории с их описанием:
- 39) Какой метод визуализации целевой аудитории помогает создать вымышленные, но реалистичные представления о типичных клиентах компании?
- 40) Сопоставьте элементы макросреды индустрии сервиса с их описанием:
- 41) В макросреду индустрии сервиса входят такие факторы, как политические и правовые, экономические, социокультурные, технологические, экологические и ...
- 42) Компания "Эффективные услуги" находится на этапе определения целей исследования потребителей на рынке услуг. Какие методы сбора данных будут наиболее эффективными для компании?





- 43) Особенность маркетинга услуг, связанная с тем, что услуги не могут быть сохранены для последующего использования или продажи - это ...
- 44) Какая из перечисленных стратегий не является специфической для маркетинга услуг?
- 45) Сопоставьте аспекты принципа сопротивления в ценообразовании с их описанием:
- 46) Метод, при котором постепенное повышение цены позволяет потребителям адаптироваться и уменьшает их сопротивление - это ...
- 47) Установите соответствие между описанием особенностей восприятия цены на рынке услуг и соответствующими аспектами.
- 48) Индивидуализация услуг позволяет удовлетворять ...
- 49) Ценность услуги определяется как соотношение между преимуществами для клиента и затратами, включая функциональную, эмоциональную, социальную и ...
- 50) Стратегия формирования ценности, включающая использование различных каналов для донесения информации о преимуществах услуги, называется ...
- 51) Процесс прогнозирования и управления потребностью в услугах для обеспечения их наличия и оптимального уровня качества - это ...
- 52) Определение цены, которое обеспечивает максимизацию прибыли и удовлетворение потребностей потребителей, является критическим элементом ...
- 53) Установите соответствие между факторами, влияющими на определение оптимальной цены, и их описанием:
- 54) Метод анализа ценовой эластичности, включающий изменение цены на ограниченный период и наблюдение за реакцией потребителей - это ...
- 55) Ценовой мониторинг является частью метода ...
- 56) Метод ценообразования, который включает объединение нескольких услуг в один пакет и установку общей цены - это ...
- 57) Упорядочьте методы ценообразования в сфере услуг в соответствии с их описанием:





- 58) Какой из следующих методов ценообразования устанавливает цену на основе полной себестоимости услуги плюс надбавка для обеспечения прибыли?
- 59) Затраты, не зависящие от объема предоставляемых услуг, которые включают такие расходы, как аренда помещения и зарплаты менеджеров - это
- 60) Установите соответствие между методами ценообразования и их описанием:
- 61) Какой метод исследования ценового порога включает опрос потребителей о том, при каких ценах они считают продукт слишком дешевым, дешевым, дорогим и слишком дорогим?
- 62) Какой метод исследования ценового порога предполагает разделение аудитории на группы, которым предлагаются разные цены на один и тот же продукт?
- 63) Компания "Иннова Про" разработала новый продукт и хочет определить оптимальную цену для его выхода на рынок. Ваша задача — выбрать наиболее подходящий метод расчета оптимальной цены для максимизации прибыли. Какой метод расчета оптимальной цены наиболее подходит для нового продукта компании, если основной целью является максимизация прибыли и обеспечение конкурентоспособности?
- 64) Процесс, направленный на создание уникального образа услуги в сознании потребителей, с целью выделить её среди конкурентов и сделать привлекательной для целевой аудитории- это ...
- 65) Установите соответствие между этапами позиционирования услуги и их описаниями:
- 66) Стратегия фокусирования на дифференциации предполагает создание уникальных предложений для ...
- 67) Упорядочите этапы позиционирования услуги в правильной последовательности:
- 68) Неверно, что карта-схема позиционирования...
- 69) Установите соответствие между особенностями брендинга в сфере услуг и их описаниями.
- 70) В отличие от товарного брендинга, где важное внимание уделяется упаковке и внешнему виду продукта, в брендинге услуг основное внимание уделяется ...
- 71) Определите, какой из приведённых факторов влияет на формирование репутации бренда.





- 72) Установите соответствие между элементами глубины бренда и их описанием:
- 73) Процесс создания названия для компании, продукта или услуги, который играет ключевую роль в восприятии бренда - это...
- 74) Сопоставьте этапы разработки названия с их описанием:
- 75) Методика оценки бренда «53» включает ...
- 76) Упорядочите следующие шаги создания названия для бренда услуги в правильной последовательности:
- 77) Завершающим этапом процесса создания названия для бренда услуги является...
- 78) Фаза, в которой происходит проверка звучания и написания потенциальных названий для бренда - это ...
- 79) Сопоставьте ключевые аспекты методики создания названия для коммерческих целей с их описаниями.
- 80) Этап процедуры нейминга, который заключается в исследовании рынка и конкурентов и помогает определить, какие тенденции присутствуют на рынке - это ...
- 81) Упорядочьте этапы процедуры нейминга в правильной последовательности:
- 82) Какой из следующих этапов не является частью процедуры создания маркетингового плана?
- 83) Этап, в рамках которого проводится генерация различных вариантов названий с использованием методов брейнсторминга и майндмаппинга - это ...
- 84) Компания "ЭкоЧист" планирует выпустить новую линейку экологически чистых моющих средств. Какой этап является первым в процессе нейминга, и какие задачи он включает?
- 85) Установите соответствие между характеристикой и её описанием в контексте продвижения услуг и товаров:
- 86) Какое из следующих утверждений является отличительной особенностью продвижения услуг по сравнению с продвижением товаров?
- 87) В продвижении услуг особое внимание уделяется продаже ..., который помогает удовлетворить потребности клиента и решить его проблему.





- 88) Какой аспект является наиболее важным при продвижении услуг по сравнению с продвижением товаров?
- 89) В продвижении услуг особое внимание уделяется ..., поскольку услугу невозможно продемонстрировать заранее.
- 90) Установите соответствие между аспектами продвижения услуг и товаров и их описаниями:
- 91) Установите соответствие между аспектами формирования имиджа компании в сфере услуг и их описаниями:
- 92) Для формирования имиджа компании в сфере услуг ключевым аспектом является ..., поскольку услуги сложно оценить до их предоставления и важно создать доверие к компании.
- 93) Выберите правильное утверждение о стратегиях формирования имиджа компании в сфере услуг:
- 94) Что из следующего является ключевым аспектом формирования имиджа компании в сфере услуг?
- 95) Установите соответствие между этапами разработки маркетинговой стратегии и их описаниями.
- 96) Что из перечисленного играет ключевую роль в укреплении доверия и лояльности клиентов к компании в сфере услуг?
- 97) Какой инструмент чаще всего используется для увеличения взаимодействия с целевой аудиторией и повышения узнаваемости бренда?
- 98) Установите соответствие между аспектами позиционирования и их описаниями.
- 99) Правильное позиционирование компании помогает создать ... на рынке и привлечь целевую аудиторию.
- 100) Выберите правильное определение термина "позиционирование":
- 101) Установите соответствие между методами продвижения услуг в Интернете и их ключевыми аспектами:
- 102) Метод, используемый для увеличения видимости и привлечения потенциальных клиентов через рекламу, которая отображается пользователям, уже интересовавшимся вашими услугами - это ...
- 103) Контент-маркетинг включает:





- 104) Метод продвижения, включающий использование рекламы в социальных сетях для достижения целевой аудитории, называется:
- 105) Компания "Виртуальные Туристы" предоставляет услуги виртуальных туров по разным городам и туристическим достопримечательностям. Она сталкивается с сильной конкуренцией и хочет улучшить свои маркетинговые стратегии, чтобы привлечь новых клиентов и удержать существующих. Какие ключевые шаги должны быть предприняты компанией для улучшения своей маркетинговой стратегии в сфере услуг?
- 106) Ожидания клиентов формируются на основе...
- 107) Качество услуг не включает в себя...
- 108) Установите соответствие между аспектами качества услуг и их описанием:
- 109) Качество услуг определяется как степень, в которой услуги соответствуют или превосходят ...
- 110) Для повышения качества услуг компании следует ...
- 111) Потребительская ценность, связанная с новизной и инновациями - это...
- 112) Какой из следующих факторов не влияет напрямую на удовлетворение клиентов?
- 113) Стратегия, направленная на установление, поддержание и укрепление долгосрочных взаимоотношений с клиентами - это ...
- 114) Установите соответствие между методами анализа качества обслуживания и их описанием:
- 115) Какой из следующих аспектов анализа качества обслуживания включает в себя сбор данных через опросы и анкетирование?
- 116) Установите соответствие между методами анализа качества обслуживания и их описанием:
- 117) Одной из ключевых стратегий удержания потребителей является ..., которая включает награждение постоянных клиентов за их лояльность с помощью бонусов, скидок и специальных предложений.





- 118 Какой метод оценки удовлетворенности потребителей предполагает анонимные проверки качества обслуживания с целью оценки работы персонала?
- 119 Метрика, которая оценивает готовность клиентов рекомендовать компанию своим друзьям и коллегам, рассчитывается как разница между процентом промоутеров и процентом детракторов, называется ...
- 120 Установите соответствие между методами измерения лояльности клиентов и их описаниями.
- 121 Какой из следующих показателей используется для оценки усилий, которые клиент должен приложить для решения своей проблемы или выполнения запроса?
- 122 Для успешного сбора данных об удовлетворенности и лояльности клиентов важно обеспечить ... при сборе и обработке данных, чтобы клиенты чувствовали себя комфортно при выражении своих мнений.
- 123 Установите соответствие между типами жалоб и их описаниями:
- 124 Упорядочите шаги процесса работы с претензиями клиентов в правильной последовательности:
- 125 Внедрение современных технологий и инноваций в процессы обслуживания клиентов позволяет улучшить
- 126 Компания "Сервис Плюс" проводит регулярный анализ качества обслуживания для повышения удовлетворенности клиентов и улучшения уровня предоставляемых услуг. Какие методы и показатели наиболее эффективны для анализа удовлетворенности клиентов и выявления проблемных областей в процессе обслуживания?
- 127 Event-услуги включают в себя ...
- 128 Event-услуги играют важную роль в современной экономике, способствуя повышению качества жизни, созданию рабочих мест и развитию ...
- 129 Event-индустрия способствует развитию экономики за счёт ...
- 130 Установите соответствие между особенностями рынка услуг и их описанием.





- 131 Услуги в сфере образования, здравоохранения и культуры способствуют ..., что является основой для устойчивого экономического роста.
- 132 Какой инструмент маркетинга является мощным для event-индустрии и позволяет взаимодействовать с аудиторией?
- 133 Какое из перечисленных утверждений отражает особенность рынка услуг, отличающую его от рынка товаров?
- 134 Какой фактор характерен для event-индустрии?
- 135 В маркетинге услуг в event-индустрии важно учитывать, что мероприятия должны вызывать у аудитории положительные эмоции и впечатления. Это связано с аспектом
- 136 Соотнесите особенности маркетинга услуг с их соответствующими характеристиками в event-индустрии:
- 137 Укажите, какая из следующих характеристик не относится к услугам в event-индустрии:
- 138 Какая характеристика event-индустрии указывает на необходимость быстрой адаптации к изменяющимся условиям и требованиям клиентов?
- 139 Установите соответствие между методами сегментации услуг и их описаниями:
- 140 К какому типу мероприятий относятся концерты и фестивали?
- 141 Психографический признак сегментации в ивент-индустрии не учитывает ...
- 142 Какой из признаков сегментации применяется для B2B мероприятий?
- 143 Фактор динамичности рыночных процессов в сфере услуг который позволяет организовывать виртуальные и гибридные мероприятия, расширяя аудиторию и снижая затраты - это
- 144 В какой ситуации в ивент-индустрии наиболее критично применение услуги, включающей в себя разработку детализированного бюджета и выбор подходящих площадок для мероприятий?
- 145 Упорядочите стадии жизненного цикла услуги в правильной последовательности.





- 146) На стадии жизненного цикла услуги, когда услуга начинает привлекать внимание потребителей и её осведомленность на рынке растет, происходит ...
- 147) Что включает в себя определение целевой аудитории в маркетинговом исследовании рынка услуг?
- 148) Расположите этапы анализа рынка услуг в правильной последовательности:
- 149) Расположите этапы подготовки к анализу рынка услуг в правильном порядке:
- 150) Какое из следующих утверждений о вторичных данных является правильным?
- 151) Что включает в себя этап "Подготовка к анализу данных"?
- 152) В процессе анализа конкурентов для выявления их сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз компании необходимо провести ...
- 153) Установите соответствие между процессами анализа рынка услуг и их описаниями:
- 154) Один из ключевых этапов анализа целевой аудитории, который включает в себя разделение потребителей по различным признакам, таким как возраст, пол, уровень дохода - это....
- 155) Какой этап анализа ассортимента предоставляемых услуг включает создание полного списка всех услуг, предлагаемых компанией?
- 156) Что включает в себя анализ спроса и популярности услуг?
- 157) Какая из моделей поведения потребителей предполагает, что они анализируют все доступные информации, включая цены, качество услуг, отзывы и т.д., и принимают решение на основе точного сравнения всех альтернатив?
- 158) Какой из следующих инструментов используется для анализа внешней среды в анализе ассортимента предоставляемых услуг?
- 159) Упорядочите этапы исследования потребителей на рынке услуг в правильной последовательности. Расположите этапы от первого к последнему в соответствии с логическим порядком проведения исследования.
- 160) Какой этап анализа конкурентов включает изучение общего состояния рынка и выявление основных игроков?





- 161) Что включает в себя мониторинг и обновление анализа конкурентов?
- 162) Что включает в себя анализ поведения целевой аудитории в интернете?
- 163) Процесс оценки различных рыночных сегментов для определения того, какие из них являются наиболее привлекательными и выгодными для целевого маркетинга, называется ...
- 164) Анализ пути клиента (customer journey) включает изучение всех этапов взаимодействия клиента с компанией, от первого контакта до
- 165) Модель, которая исследует влияние социальных, психологических и культурных факторов на поведение потребителей, называется:
- 166) Соотнесите элементы модели "стимул-реакция" с их описанием:
- 167) Какая из особенностей маркетинга услуг требует акцентирования внимания на преимуществах услуги и использования отзывов клиентов?
- 168) Особенность маркетинга услуг, связанная с тем, что услуги не могут быть сохранены для последующего использования или продажи - это
- 169) Установите соответствие между аспектами маркетинговых стратегий для услуг и их описанием.
- 170) Какая из перечисленных стратегий не является специфической для маркетинга услуг?
- 171) Восприятие справедливости цены зависит от:
- 172) Метод, при котором постепенное повышение цены позволяет потребителям адаптироваться и уменьшает их сопротивление - это ...
- 173) Психологическое ценообразование включает в себя:
- 174) Эффект контекста и бренда подразумевает:
- 175) Ценность услуги определяется как соотношение между преимуществами для клиента и затратами, включая функциональную, эмоциональную, социальную и ...
- 176) Коммуникация ценности включает в себя:





- 177 Упорядочьте этапы процесса планирования спроса на услуги в правильной последовательности.
- 178 Установите соответствие между факторами, влияющими на определение оптимальной цены, и их описанием:
- 179 В методе оценки ценности для потребителя цена определяется на основе ... продукта потребителями.
- 180 Ценовой мониторинг является частью метода ...
- 181 Метод анализа ценовой эластичности, включающий изменение цены на ограниченный период и наблюдение за реакцией потребителей - это ...
- 182 Сопоставьте методы ценовых исследований с их описаниями.
- 183 Основной недостаток затратного метода ценообразования — это:
- 184 Какой метод исследования ценового порога включает опрос потребителей о том, при каких ценах они считают продукт слишком дешевым, дешевым, дорогим и слишком дорогим?
- 185 Установите правильную последовательность этапов определения цены на услугу:
- 186 Какой метод ценообразования основывается на расчетах затрат и добавлении определенной маржи?
- 187 Упорядочьте этапы процесса позиционирования услуги в правильной последовательности:
- 188 Процесс, направленный на создание уникального образа услуги в сознании потребителей, с целью выделить ее среди конкурентов и сделать привлекательной для целевой аудитории - это ...
- 189 Что предполагает стратегия фокусирования на дифференциации?
- 190 Какое из следующих преимуществ связано со стратегией фокусирования на затратах?
- 191 Неверно, что карта-схема позиционирования...
- 192 Что является критически важным для доступности услуг?
- 193 В отличие от товарного брендинга, где важное внимание уделяется упаковке и внешнему виду продукта, в брендинге услуг основное внимание уделяется ...





- 194 Какой из следующих компонентов глубины бренда описывает степень эмоциональной привязанности к бренду?
- 195 Какое из следующих утверждений является фактором формирования репутации бренда?
- 196 Установите соответствие между элементами глубины бренда и их описанием:
- 197 Что подразумевает этап "Фильтрация и оценка" в процессе разработки названия?
- 198 Что включает в себя оценка "Знания свойств бренда"?
- 199 Процесс создания названия для компании, продукта или услуги, который играет ключевую роль в восприятии бренда - это....
- 200 Какой шаг в создании названия для бренда связан с генерацией большого количества идей с использованием методов мозгового штурма?
- 201 Сопоставьте этапы разработки названия с их описанием:
- 202 Один из ключевых аспектов при выборе названия для бренда — это проверка его Это позволяет избежать схожести с конкурентами и защитить права на название.
- 203 Упорядочите этапы процедуры нейминга в правильной последовательности:
- 204 При разработке названия для бренда важно провести ..., чтобы оценить реакцию и запоминаемость названия среди целевой аудитории.
- 205 Этап, в рамках которого проводится генерация различных вариантов названий с использованием методов брейнсторминга и майндмаппинга - это
- 206 Какой из следующих этапов не является частью процедуры создания маркетингового плана?
- 207 Установите соответствие между характеристикой и её описанием в контексте продвижения услуг и товаров:
- 208 Какое из следующих утверждений является отличительной особенностью продвижения услуг по сравнению с продвижением товаров?
- 209 Какой аспект является наиболее важным при продвижении услуг по сравнению с продвижением товаров?





- (210) В продвижении услуг особое внимание уделяется ..., поскольку услугу невозможно продемонстрировать заранее.
- (211) Установите соответствие между аспектами формирования имиджа компании в сфере услуг и их описаниями:
- (212) Для формирования имиджа компании в сфере услуг ключевым аспектом является ..., поскольку услуги сложно оценить до их предоставления и важно создать доверие к компании.
- (213) Какой инструмент чаще всего используется для увеличения взаимодействия с целевой аудиторией и повышения узнаваемости бренда?
- (214) Установите соответствие между аспектами позиционирования и их описаниями.
- (215) Установите соответствие между методами продвижения услуг в Интернете и их ключевыми аспектами:
- (216) Метод, используемый для увеличения видимости и привлечения потенциальных клиентов через рекламу, которая отображается пользователям, уже интересовавшимся вашими услугами - это ...
- (217) Метод продвижения, включающий использование рекламы в социальных сетях для достижения целевой аудитории, называется:
- (218) Установите соответствие между методами управления спросом в сфере услуг и их описаниями:
- (219) Метод управления спросом, включающий использование маркетинговых акций и специальных предложений для стимулирования интереса клиентов в периоды пониженного спроса, - это...
- (220) Для уменьшения зависимости от сезонных колебаний спроса компания может использовать метод диверсификации услуг, который включает в себя расширение спектра услуг и ...
- (221) Установите соответствие между стратегиями маркетинга в сфере услуг и их описаниями:
- (222) Метод, который включает использование различных каналов коммуникации, таких как социальные сети и контекстная реклама, для продвижения услуг и поддержания единого сообщения с клиентами, называется:
- (223) Метод, включающий расширение спектра услуг и введение дополнительных предложений для поддержания стабильного потока клиентов - это ..





- 224) Метод продвижения, включающий использование персонализированных маркетинговых кампаний, направленных на определенные группы клиентов - это ...
- 225) Стратегия, направленная на создание уникального предложения, которое отличает компанию от конкурентов - это ...
- 226) Стратегия маркетинга, которая фокусируется на персонализации услуг и индивидуальном подходе к потребностям клиентов - это ...
- 227) Ожидания клиентов формируются на основе...
- 228) Установите соответствие между аспектами качества услуг и их описанием:
- 229) Какой фактор НЕ влияет на уровень удовлетворения клиентов?
- 230) Что формирует общее восприятие качества у клиентов?
- 231) Персонализация услуг позволяет учитывать ... и предпочтения каждого клиента.
- 232) Какой компонент потребительских ценностей связан с основным использованием продукта или услуги?
- 233) Какой из следующих факторов не влияет напрямую на удовлетворение клиентов?
- 234) Стратегия, направленная на установление, поддержание и укрепление долговременных взаимоотношений с клиентами - это ...
- 235) Какой метод используется для управления взаимодействиями с клиентами и анализа данных о них?
- 236) Какая из следующих стратегий относится к маркетингу отношений с потребителями?
- 237) Какое из следующих утверждений наиболее точно описывает связь между повышением качества обслуживания и конкурентным преимуществом?
- 238) Установите соответствие между методами анализа качества обслуживания и их описанием:
- 239) Какой метод оценки удовлетворенности потребителей предполагает анонимные проверки качества обслуживания с целью оценки работы персонала?





- (240) Какой из следующих методов анализа данных позволяет прогнозировать поведение клиентов на основе исторических данных?
- (241) Какой метрика измеряет процент клиентов, которые совершили повторную покупку?
- (242) Индекс лояльности клиентов, который оценивает готовность клиентов рекомендовать компанию другим - это ...
- (243) Процент клиентов, которые совершают повторные покупки в течение заданного периода времени, определяется с помощью метрики ...
- (244) Метод, при котором проводятся модераторские групповые обсуждения для понимания мнений клиентов, называется ...
- (245) Упорядочите шаги процесса работы с претензиями клиентов в правильной последовательности:
- (246) Жалобы, которые требуют немедленного и высокоприоритетного вмешательства из-за их серьезных последствий для бизнеса и возможного влияния на репутацию компании, называются ...
- (247) Компания «Креатив.Тур» планирует провести новый фестиваль, посвященный инновационным технологиям. Чтобы эффективно организовать мероприятие, необходимо выбрать наиболее подходящую стратегию продвижения. Какой способ продвижения следует использовать для привлечения участников?
- (248) Компания планирует внедрить новую услугу в сфере ивент-индустрии. Услуга включает организацию корпоративных мероприятий с применением виртуальной реальности и дополненной реальности. Какие шаги необходимо предпринять на стадии внедрения услуги?
- (249) Компания "Эффективные услуги" находится на этапе определения целей исследования потребителей на рынке услуг. Какие методы сбора данных будут наиболее эффективными для компании?
- (250) Компания "Анализ Плюс" проводит исследование рынка для нового сервиса по анализу потребительского поведения. Вам необходимо выбрать наиболее эффективные методы анализа для получения детальной информации о рынке и разработать план действий для внедрения результатов. Какие процессы анализа рынка услуг следует применить для проведения всестороннего исследования и разработки стратегий?





- (251) Салон красоты "Эстетика" хочет улучшить восприятие ценности своих услуг для разных категорий клиентов, чтобы повысить конкурентоспособность и удовлетворенность клиентов. Какую стратегию формирования ценности следует использовать для премиальных услуг салона, чтобы повысить их привлекательность и репутацию?
- (252) Компания "Иннова Про" разработала новый продукт и хочет определить оптимальную цену для его выхода на рынок. Ваша задача — выбрать наиболее подходящий метод расчета оптимальной цены для максимизации прибыли. Какой метод расчета оптимальной цены наиболее подходит для нового продукта компании, если основной целью является максимизация прибыли и обеспечение конкурентоспособности?
- (253) Компания "ЭкоЧист" планирует выпустить новую линейку экологически чистых моющих средств. Какой этап является первым в процессе нейминга, и какие задачи он включает?
- (254) Компания "ЭкоТех" сталкивается с негативными отзывами о качестве своих продуктов и недостаточной видимостью в медиа, что негативно сказывается на доверии потребителей и лояльности к бренду. Какие ключевые шаги следует предпринять компании для улучшения репутации бренда и увеличения его глубины?
- (255) Компания "Виртуальные Туристы" предоставляет услуги виртуальных туров по разным городам и туристическим достопримечательностям. Она сталкивается с сильной конкуренцией и хочет улучшить свои маркетинговые стратегии, чтобы привлечь новых клиентов и удержать существующих. Какие ключевые шаги должны быть предприняты компанией для улучшения своей маркетинговой стратегии в сфере услуг?
- (256) Компания "Онлайн-Сервис" хочет улучшить свое продвижение в Интернете. Какие из следующих методов наиболее эффективны для этого?
- (257) Компания "Сервис Плюс" проводит регулярный анализ качества обслуживания для повышения удовлетворенности клиентов и улучшения уровня предоставляемых услуг. Какие методы и показатели наиболее эффективны для анализа удовлетворенности клиентов и выявления проблемных областей в процессе обслуживания?





258

Компания "Лояльность и Успех" хочет улучшить свои маркетинговые стратегии и повысить уровень удовлетворенности клиентов. Для этого они планируют анализировать данные о повторных покупках и уровне удержания клиентов. Какой метод и метрика наиболее эффективны для оценки частоты повторных покупок и уровня удержания клиентов?

