



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور



جمهوری اسلامی ایران
وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

نمونه سؤالات:

بازاریاب تلفنی خدمات

کد استاندارد: ۵۲۴۴۱۰۰۰۲۲

معاونت پژوهش، برنامه ریزی و سنجش مهارت
دفتر سنجش مهارت و صلاحیت حرفه ای

۱-..... جنسی محسوس که در بازار برای مالکیت، توجه یا مصرف عرضه می شود.

الف - کالا

ب - خدمات

ج - خدمت

د - کالای مجازی

2- خدمات، است.

الف - محسوس

ب - نامحسوس

ج - قابل لمس

د - کالا

3-..... مواردی ملموس و محسوس است که از طریق بازاری مشخص و با هدف مصرف، تملک یا جلب توجه دیگران به مشتریان عرضه می شود.

الف - کالا

ب - خدمات عمومی

ج - خدمت

د - کالای مجازی

4- قیمت گذاری خدمات به شدت است.

الف - نامتغیر

ب - متغیر

ج - محسوس

د - ملموس

(5- خدمت) و (کالا) وجه تمایز اصلی آن دو و بودن است.

الف - ملموس - محسوس

ب - ناملموس - نامحسوس

ج - ملموس - نامحسوس

د - ناملموس - محسوس

6-..... کالا در هنگام خرید قابل ارزیابی است.

الف - کمیت

ب - خدمات

ج - کیفیت

د - ارزش

7- کدام گزینه صحیح است؟

الف - بازاریابی خدمات اغلب نیازمند رابطه‌ای قوی بین مشتری و کسب و کار است

ب - بازاریابی کالا اغلب نیازمند رابطه‌ای قوی بین مشتری و کسب و کار است

ج - بازاریابی خدمات اغلب نیازمند رابطه‌ای قوی بین مشتری و کسب و کار نیست

د -بازاریابی کالا اغلب نیازمند رابطه‌ای قوی بین کالا و کارفرما است
8- کدام گزینه صحیح است؟

الف -بازاریابی یک کالا فقط باید خواسته‌ی مشتری در همان موقع و نسبت به همان مورد خاص برآورده شود

ب -بازاریابی یک کالا فقط باید خواسته‌ی مشتری در همان موقع و نسبت به همان مورد خاص برآورده نشود

ج -بازاریابی یک خدمات فقط باید خواسته‌ی مشتری در همان موقع و نسبت به همان مورد خاص برآورده شود

د -بازاریابی یک کالا فقط باید خواسته‌ی مشتری در همان موقع و نسبت به همان مورد عمومی برآورده شود

9-تمام مبادلات کالاها، خدمات یا درآمد شامل تمام معاملات که دربرگیرنده‌ی قراردادهای فاکتورها، رسید درخواست‌ها، تأییدیه‌ها و پرداخت‌ها، به عنوان در نظر گرفته می‌شوند.

الف -ارزش نامحسوس

ب -ارزش ناملموس

ج -ارزش محسوس

د -ارزش

10-کالاها و خدماتی که ایجاد درآمد می‌کنند یا در قسمتی از خدمتی به کارگرفته می‌شوند شامل می‌شوند.

الف -ارزش نامحسوس

ب -ارزش ناملموس

ج -ارزش

د -ارزش محسوس

11-..... رفع نیاز مشتری است که در قبال آن دستمزد دریافت می‌شود.

الف -ارزش نامحسوس

ب -ارزش

ج -ارزش ناملموس

د -ارزش محسوس

12-یکی از مهمترین دغدغه‌های اولیه هر کسب و کاری خلق، ارائه و حفظ است.

الف -کالا

ب -ارزش

ج -خدمات

د -مشتری

13-نوآوری چیست؟

الف -ایجاد تغییر محصولات یا خدمات و یا روش خلق و عرضه آن‌ها، با هدف پاسخگویی به بازارهای جدید و نیازهای ثابت مشتریان است

ب -ایجاد تغییر در محصولات یا خدمات و یا روش خلق و عرضه آن‌ها، با هدف پاسخگویی به بازارهای جدید و نیازهای غیرمتغیر مشتریان است

ج -ایجاد تغییر در محصولات یا خدمات و یا روش خلق و عرضه آن‌ها، با هدف پاسخگویی به بازارهای جدید و نیازهای متغیر مشتریان است

د -ایجاد ثبات در محصولات یا خدمات و یا روش خلق و عرضه آن‌ها، با هدف پاسخگویی به بازارهای جدید و نیازهای متغیر

مشتریان است

14-..... عبارت است از مطابقت کالا یا خدمت با کاربرد آن.

الف -خدمت

ب -ارزش

ج -کمیت

د -کیفیت

15-..... ترکیبی از ویژگی‌های درونی و بیرونی یک محصول است که به محصول هویت می‌دهد.

الف -ارزش

ب -کمیت

ج -نام تجاری

د -کیفیت

16-..... در واقع عنصر ایجاد تمایز برای آن محصول یا خدمات است.

الف -خدمت

ب -ارزش

ج -کمیت

د -نام تجاری

17-..... یکی از مراحل است که برخی از شرکت‌ها و سازمان‌ها برای تحکیم مالکیت معنوی خود روی نام، علامت و طراحی محصولات خود انجام می‌دهند.

الف -ارزش

ب -کمیت

ج -ثبت برند

د -خدمت

18-برنامه ریزی چیست؟

الف -برنامه‌ریزی شامل تعیین کسب و کار، شکل‌گیری برنامه‌ها و دوره‌های عملیاتی است

ب -برنامه ریزی شامل تعیین کسب و کار، شکل‌گیری برنامه‌ها و دوره‌های عملیاتی برای دستیابی به اهداف، تدوین برنامه‌ها، اقدامات و تعیین وظایف برای اجرای آنهاست

ج -برنامه ریزی شامل دوره‌های عملیاتی برای دستیابی و تدوین برنامه‌ها

د -برنامه‌ریزی شامل تعیین اهداف کسب و کار، شکل‌گیری برنامه‌ها و دوره‌های عملیاتی برای دستیابی به اهداف، تدوین برنامه‌ها، زمان‌بندی اقدامات و تعیین وظایف برای اجرای آنهاست

19-خدمات عمومی چیست؟

الف -این خدمات ممکن است به شکل مستقیم توسط مردم ارائه شود یا با پشتیبانی مردم از بخش خصوصی به منظور ارائه خدمات به شهروندان انجام پذیرد

ب -این خدمات ممکن است به شکل مستقیم توسط دولت به مردم ارائه شود یا با پشتیبانی دولت از بخش خصوصی به منظور ارائه خدمات به شهروندان انجام پذیرد

ج -این خدمات ممکن است به شکل مستقیم توسط کارفرما به مردم ارائه شود یا با پشتیبانی کارفرما از بخش خصوصی به منظور

ارائه خدمات به شهروندان انجام پذیرد
د - این خدمات ممکن است به شکل غیرمستقیم توسط کارفرما به مردم ارائه شود یا با پشتیبانی کارگر از بخش خصوصی به منظور ارائه خدمات به شهروندان انجام پذیرد

20- خدمات اصلی:

- الف - به خدماتی گفته می‌شود که محور معامله قرار می‌گیرند
- ب - به خدماتی گفته می‌شود که پیرامون معامله قرار می‌گیرند
- ج - به خدماتی گفته می‌شود که مورد معامله قرار می‌گیرند
- د - به خدماتی گفته می‌شود که حول معامله قرار می‌گیرند

21- خدمات تکمیلی:

- الف - خدماتی است که برای فروش یک محصول عرضه می‌شوند و ارزش آن محصول را نشان می‌دهد
 - ب - خدماتی هستند که به شکل جانبی و در کنار فروش یک محصول عرضه می‌شوند و ارزش آن محصول را بالا می‌برند
 - ج - خدماتی است که به شکل اصلی و در کنار فروش یک محصول عرضه می‌شوند و ارزش آن محصول را بالا می‌برند
 - د - خدماتی است که به شکل جانبی و در کنار فروش یک محصول عرضه می‌شوند و ارزش آن محصول را پایین می‌برند
- 22- امروزه رقابتی ماندن، به معنای گرفتن بهترین مزیت از انواع است.

الف - استراتژی‌ها

- ب - خدمات
- ج - کیفیت
- د - کمیت

23- هدف از ارائه خدمات عمومی در میان شهروندان جامعه آن است

- الف - که نیازهای همه شهروندان تامین شده و منافع و مصالح عموم مردم تامین گردد
- ب - که نیازهای همه سازمانها تامین شده و منافع و مصالح عموم مردم تامین گردد
- ج - که نیازهای همه شرکتها تامین شده و منافع و مصالح عموم مردم تامین گردد
- د - که نیازهای همه کارگران تامین شده و منافع و مصالح عموم مردم تامین گردد

24- فرآیند مدیریت دانش است.

الف - غیرمداوم و غیر منظم

- ب - مداوم و منظم
- ج - غیر مداوم و منظم
- د - مداوم و غیر منظم

25- در کدام گزینه زیر اهمیت استفاده از فرآیند مدیریت دانش آورده نشده است؟

- الف - یک سازمان باید استفاده و اشتراک دانش را در ذهن کارکنان، تشویق کند. این کار باعث ایجاد یک نیروی کار هوشمند و با انگیزه می‌شود
- ب - تعامل بیشتر بین افراد، فرآیند کار سازمان را تسهیل داده و روابط انسانی را بهبود می‌بخشد. روابط خوب انسانی سرمایه ارزشمند یک سازمان است
- ج - افزایش ایده‌ها باعث بهبود کارآیی تصمیم‌گیری در یک سازمان می‌شود که این مهم منجر به کاهش هزینه‌ها و افزایش سود خواهد شد

د - انگیزش کارکنان برای ارتقاء مهارت های خود و افزایش سرمایه فکری است. این مهم ذخیره دانش ارزشمند را برای کارمندان آینده امکان پذیر نمی کند

26- کدام گزینه تعریفی ساده و دقیق از مفهوم ارزش است؟

الف - منفعت (منافع) = ارزش تقسیم بر هزینه

ب - هزینه = منفعت (منافع) تقسیم بر ارزش

ج - ارزش = منفعت (منافع) تقسیم بر هزینه

د - ارزش = هزینه تقسیم بر منفعت (منافع)

27- روابط با مشتری روش های

الف - ایجاد تعامل یک شرکت با مشتریانش برای بهبود تجربه مشتری را توصیف می کند

ب - ایجاد تعامل مشتریان با یک شرکت برای بهبود تجربه مشتری را توصیف می کند

ج - ایجاد تعامل یک شرکت با شرکت برای بهبود تجربه سازمانی را توصیف می کند

د - ایجاد تعامل یک کارفرما با کارگر برای بهبود تجربه مشتری را توصیف می کند

28- کدام گزینه صحیح است؟

الف - روابط با مشتریان بر اقدامات پیشگیرانه ای که برای جذب مشتریان و بهبود تجربه مشتری انجام می دهید، متمرکز است

ب - روابط با کارکنان بر اقدامات پیشگیرانه ای که برای جذب کارکنان و بهبود تجربه کارکنان انجام می دهید، متمرکز است

ج - روابط با مشتریان بر اقدامات پیشگیرانه ای که برای جذب مشتریان و بهبود تجربه مشتری انجام می دهید، متمرکز نیست

د - روابط با مشتریان بر اقدامات پیشگیرانه ای که برای جذب مشتریان و بهبود تجربه مشتری انجام نمی دهید، متمرکز است

29- کدام گزینه صحیح است؟

الف - روابط معکوس با مشتری شامل کیفیت ثابت آنچه که کسب و کار شما ارائه می دهد و همچنین نحوه ارائه آن به مشتری است

ب - روابط مثبت با مشتری شامل کیفیت غیرثابت آنچه که کسب و کار شما ارائه می دهد و همچنین نحوه ارائه آن به مشتری است

ج - روابط مثبت با مشتری شامل کیفیت ثابت آنچه که کسب و کار شما ارائه می دهد و همچنین نحوه ارائه آن به غیر مشتری است

د - روابط مثبت با مشتری شامل کیفیت ثابت آنچه که کسب و کار شما ارائه می دهد و همچنین نحوه ارائه آن به مشتری است

30- یک شکل بسیار متداول از بازاریابی است که شرکت ها برای جذب مشتریان احتمالی محصولات یا خدمات خود

استفاده می کند.

الف - بازاریابی

ب - بازاریابی تلفنی

ج - بازاریابی مشتری

د - بازاریابی شفاهی

31- عمدتاً برای جذب مشتری جدید استفاده می شود.

الف - بازاریابی مشتری

ب - بازاریابی شفاهی

ج - بازاریابی تلفنی

د -بازاریابی

32- کدام گزینه صحیح است؟

الف -روابط مثبت با مشتری شامل کیفیت غیرثابت آنچه که کسب وکار شما ارائه می دهد و همچنین نحوه ارائه آن به مشتری است

ب -ارزش = هزینه تقسیم بر منفعت (منافع)

ج -برنامه ریزی شامل دوره های عملیاتی برای دستیابی و تدوین برنامه ها

د -دلیل موفقیت های کم فروشندگان در بازاریابی تلفنی این است که رویکرد جذابی برای فروش تلفنی نداشته

33- کدام گزینه صحیح است؟

الف -در بسیاری از موارد شرکت ها لیستی از مشتریان بالفعل خود را خریداری می کنند

ب -شرکت ها برای جذب مشتریان احتمالی از محصولات یا خدمات خود استفاده می کند

ج -بازاریابی تلفنی یک شکل بسیار متداول از بازاریابی نیست

د -هر چقدر شرکت از کارشناسان توانمند تری استفاده کند احتمال موفقیت بازاریابی تلفنی افزایش می یابد

34- کدام گزینه در مورد بازاریابی برون مرزی صحیح است؟

الف -بازاریاب از فهرست تهیه شده توسط بخش بازاریابی که به عنوان سر نخ نیز شناخته می شود، استفاده می کند

ب -به همه شماره ها به صورت رندم زنگ زده نمی شود

ج -در یک تماس سرد بازاریاب باید انتظار سریع به نتیجه رسیدن داشته باشد

د -بازاریابی تلفنی بسیار طولانی و مقرون به صرفه است

35- کدام گزینه در مورد بازاریابی درون مرزی صحیح است؟

الف -به همه شماره ها به صورت رندم زنگ زده نمی شود

ب -در یک تماس سرد بازاریاب باید انتظار سریع به نتیجه رسیدن داشته باشد

ج -ساختن لیست تماس های تلفنی از طریق تبلیغات یا وب سایت در این روش کمک کننده خواهد بود

د -بازاریابی تلفنی بسیار طولانی و مقرون به صرفه است

36- در کدام نوع بازاریابی تلفنی تعداد تماس های تلفنی به مراتب کمتر است؟

الف -بازاریابی درون مرزی

ب -بازاریابی تلفنی مشاغل با مشتری

ج -بازاریابی تلفنی مشاغل با مشاغل

د -بازاریابی برون مرزی

37- منظور از ، یعنی متن و جملاتی خاصی است که شما باید پشت تلفن برای دست یابی به فروش بیشتر استفاده کنید

الف -متن بازاریابی تلفنی

ب -متن بازاریابی تلفنی درون مرزی

ج -متن بازاریابی تلفنی برون مرزی

د -متن دستورالعمل بازاریابی تلفنی

38- مهم ترین دلیل شکست بازاریابان تلفنی در فروش محصولات و خدمات خود، نداشتن است.

الف -هدف

ب -استراتژی

ج - کمیت

د - کیفیت

39- با توجه به جمله مقابل کدام گزینه صحیح است؟ نوشتن متن بازاریابی می تواند باعث:

الف - انسجام فکری شما در هنگام صحبت کردن با مشتری شود.

ب - تلفن شما را هدفمندتر نمی کند

ج - نرخ فروش شما را افزایش نخواهد داد

د - باعث هزینه زایی می شود

40- قدم اول برای آغاز مکالمه جذاب هنگام بازاریابی تلفنی کدام گزینه زیر است؟

الف - خودتان را معرفی کنید

ب - نکات جذاب و حاوی ارزش را به مکالمه‌ی خود با مخاطب اضافه کنید

ج - یک گفتگوی طبیعی بر پایه پرسش های مناسب و با کیفیت را ترتیب دهید

د - سلام و احوال پرسی کردن

