



نمونه سؤالات:

بازاریاب و فروشنده حضوری

(ویزیتور)

کد استاندارد: ۵۲۴۲۲۰۴۵۰۰۱۰۰۰۱

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

۱- بازاریابی چیست؟

الف - دست یابی به اهداف سازمانی، نیاز و خواسته بازار هدف و تامین رضایت مشتریان

ب - فروش مستقیم

ج - ترکیبی از فروش و نیاز و خواسته مشتریان

د - به دست آوردن سود ناشی از فروش به مشتریان بالقوه

۲- مدیریت بازاریابی به چه معنی است؟

الف - علم انتخاب بازارهای سودآور

ب - جذب، حفظ و افزایش مشتریان

ج - علم انتخاب بازارهای هدف سودآور و جذب و حفظ و افزایش مشتریان از طریق خلق و مبادله و ارائه ارزش به آنان

د - مدیریت بر فروش و بازار ارزش

۳- از نظر کاتلر فرضیه های کاربردی بازاریابی است.

الف - بازاریابی کالاها، تجربه، اموال، خدمات و ایده ها

ب - بازاریابی رویدادها، خدمات، سازمان و ایده ها

ج - بازاریابی تجربه، رویدادها، خدمات، اطلاعات و ایده ها

د - بازاریابی کالاها، رویدادها، تجربه، خدمات، اموال، سازمان، خدمات، اطلاعات و ایده ها

۴- چگونه می توان بازار هدف را شناسایی کرد؟

الف - محدود کردن حوزه بازار هدف

ب - شناخت بهتر مخاطبان

ج - با محدود کردن بازار هدف و شناخت بهتر مخاطبان و همخوانی محتوا با شخصیت مخاطبان

د - اعتماد سازی مخاطبان و محدود کردن حوزه بازار هدف

۵- روش تعیین بازار هدف چیست؟

الف - شناسایی نیاز و خواسته، تحقیق و بررسی محصول یا خدمت جهت حل مشکل و شناسایی خریداران

ب - شناسایی خریداران و نیاز و خواسته آن ها

ج - شناسایی خریداران و نیاز و خواسته آن ها جهت حل مشکل

د - نیاز و خواسته در اولویت می باشد

۶- منظور از P4 چیست؟

الف - آمیخته های بازاریابی است.

ب - قیمت، تولید، مکان توزیع، ترفیع

ج - تولید، قیمت گذاری، مکان های توزیع و ترفیع در آمیخته های بازاریابی است.

د - محیط، قیمت، تولید، توزیع در حوزه آمیخته های بازاریابی است.

۷- Promotion به چه معنی است؟

الف - تولید

ب - ترفیع و تبلیغات

ج - استخدام

د - بسته بندی صنایع

۸- در آمیخته های بازاریابی تولید شامل کدام یک از موارد زیر است؟

- الف -طراحی، تکنولوژی، سودبندی، ارزش و هوشمندی
ب -طراحی، تکنولوژی، راحتی، ارزش، تبلیغات
ج -نام تجاری، بسته بندی، کیفیت، راحتی، خرده فروشی
د -طراحی، تکنولوژی، سودمندی، راحتی، ارزش، کیفیت، بسته بندی، نام تجاری
۹-کانال های توزیع شامل

الف -خرده فروشی

ب -عمده فروشی

ج -چند کاناله است و خرده فروشی و عمده فروشی را هم شامل می شود.

د -فقط فروش مستقیم است.

۱۰-تحقیقات بازار شامل است.

الف -تعریف مسئله و جمع آوری اطلاعات

ب -تجزیه و تحلیل محیط و جمع آوری اطلاعات در بازار هدف

ج -تعریف مسئله، طرح تحقیق، شناسایی تکنیک ها، جمع آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل

د -طرح تحقیق، تعریف مسئله و جمع آوری اطلاعات جهت تجزیه و تحلیل

۱۱-کدامیک از گزینه های زیر صحیح می باشد؟

الف -روش های تحقیقات بازار مشاهده مستقیم، آزمایش، گردآوری و تجزیه و تحلیل است.

ب -روش های تحقیقات میدانی است.

ج -مصاحبه با مشتریان ناراضی و از دست رفته راه حل مشکل نیست.

د -آزمایش کردن در روش های تحقیق وقت گیر و زمانبر است.

۱۲-کدام جمله صحیح است؟

الف -بازاریابی فروش مستقیم جهت سودآوری شرکت است.

ب -مدیریت بازاریابی علم انتخاب بازارهای هدف و جذب مشتریان سودآور است.

ج -بازاریابی به معنای فروش و عرضه کالا است.

د -مصاحبه با مشتریان راضی از مصاحبه با مشتریان ناراضی در تحقیقات بازار مهم تر است.

۱۳-نحوه ارتباط با مشتری:

الف -هوشیاری، تمرکز، انتقال حس مثبت به مشتری، مهارت خوب سخن گفتن و خوب گوش دادن

ب -مهارت خوب سخن گفتن، مهارت خوب گوش دادن، مهارت انتقال درست اطلاعات و مهارت همراهی با مشتری

ج -مهارت ایجاز در کلام، استفاده از واژگان دلنشین و مهارت همراهی با مشتری

د -مهارت خوب سخن گفتن به همراه شنیدن و مهارت انتقال حس مثبت

۱۴-کدام جمله در مورد "شنیدن" درست است؟

الف -یک فرآیند غیرارادی است.

ب -یک فرآیند غیر ارادی که قصد و هدفی پشت آن نیست.

ج -یک فرآیند غیر ارادی که به خودی خود اتفاق می افتد.

د -یک فرآیند غیر ارادی که قصد و هدفی پشت آن نیست و ناخودآگاه اتفاق می افتد.

۱۵-کدام جمله در مورد "گوش دادن" درست است؟

الف -ارادی است.

ب - غیرارادی است.

ج - فرآیند ارادی که با هدف قبلی انجام می شود.

د - هم ارادی و هم غیر ارادی است.

۱۶- الزامات گوش دادن خوب در ارتباط موثر چیست؟

الف - هوشیاری و همراهی

ب - تمرکز و قوی بودن

ج - انتقال حس خوب به دیگری

د - هوشیاری، تمرکز و انتقال حس خوب به دیگری

۱۷- چگونه می توان در ارتباط موثر حس مثبت را به مشتری منتقل نمود؟

الف - استفاده از مهارت حرکات بدن

ب - طرح پرسش های درست و به موقع و محتوای درست

ج - لبخند زدن و مهارت حرکات بدن

د - لبخند زدن همراه با تمرکز، طرح پرسش های درست و مهارت حرکات بدن

۱۸- عوامل موثر در ارتباط در هنگام خوب سخن گفتن چیست؟

الف - صداقت در بیان

ب - صداقت لحظه ای و به هنگام در بیان

ج - استفاده از واژگان دلنشین، صداقت در بیان و ایجاز در کلام

د - استفاده از واژگان دلنشین، صداقت در بیان و ایجاز در کلام

۱۹- مهارت انتقال درست اطلاعات به چه معنی است؟

الف - انتقال بخشی از اطلاعات به مشتری

ب - انتقال کامل اطلاعات به مشتری

ج - انتقال اطلاعات کامل در صورت سوال توسط مشتری

د - انتقال اطلاعات مورد نیاز مشتری تا قصد فروش محصول ما را درک کند.

۲۰- مهارت همراهی با مشتری به چه معنی است؟

الف - همراه مشتری بودن از ابتدا تا انتها بدون توجه به نیاز مشتری

ب - همراهی مشتری فقط در بدو ورود

ج - همراهی مشتری به همراه ارائه اطلاعات مورد نیاز مشتری و توضیحات ابعاد مختلف محصول تا حصول نتیجه

د - همراهی مشتری برپا خوش آمد گویی و جلوگیری از احساس بد در مشتری

۲۱- انواع مشتری از نظر CRM به چند دسته تقسیم می شوند؟

الف - ۷

ب - ۵

ج - ۸

د - ۴

۲۲- کدام گزینه تعریف "مشتری مظنون" را شامل می شود؟

الف - به کیفیت محصول شک کند

ب - محصول را انتخاب نکرده اند و تردید دارند

ج - کیفیت محصول را با محصول رقبا می‌سنجند و عدم انتخاب برای دریافت محصول دارند.
د - به تمامی ابعاد محصول شک دارند.

۲۳- کدام گزینه تعریف "مشتری احتمالی" را شامل می‌شود؟

الف - مشتری که برای اولین بار با وی تماس برقرار کرده ایم.

ب - برپا بار دوم با وی تماس برقرار کرده ایم.

ج - پس از تماس با وی، انتخاب محصول انجام شده است.

د - احتمال خرید وی ضعیف است.

۲۴- کدام گزینه تعریف "مشتری تکراری" را شامل می‌شود؟

الف - مشتری که همواره خرید می‌کند.

ب - مشتری که خرید های بیشتری نسبت به دیگر مشتریان انجام می‌دهد.

ج - خرید او تکراری است.

د - تکرار خرید او نشان وفاداری است.

۲۵- "مشتری اصلی" چگونه مشتری است؟

الف - بیشتر نیاز های خود را از طریق سازمان شما انجام می‌دهد.

ب - شما را به عنوان تامین کننده خواسته و نیاز خود انتخاب می‌کند.

ج - شما را به دیگران معرفی می‌کند.

د - مشتری وفادار شماست.

۲۶- مشتری وفادار چه خصوصیتی دارد؟

الف - مقاوم در برابر تغییر تامین کننده است.

ب - نگرش مشتری به سازمان شما قوی است.

ج - مقاوم در برابر تغییر تامین کننده، و عدم خرید تا تامین نیاز وی توسط سازمان شماست.

د - مبلغ سازمان شما، خریدار مداوم از شرکت یا سازمان شماست.

۲۷- "مشتری حامی یا طرفدار" کیست؟

الف - بازاریاب خوبی برای سازمان شماست.

ب - منابع مالی شرکت را تامین می‌کند و بازاریاب خوبی برای سازمان شما است.

ج - به دریافت پاداش امید وار است.

د - بعد از مدتی تقاضای همکاری با وی را می‌کنید.

۲۸- کدام گزینه صحیح نمی باشد؟

الف - مشتری خشمگین خواستار محو شما از صحنه است.

ب - مشتری خشمگین همه را بر علیه شما می‌شوراند.

ج - مشتری خشمگین در پی اخذ خسارت است و تا دریافت نکند آرام نمی‌گیرد.

د - مشتری خشمگین در پی انتقام است.

۲۹- علت ناراضی شدن مشتری از یک سازمان چیست؟

الف - به دلیل عدم برآورد نیازهایش

ب - بدلیل کیفیت نامطلوب محصول

ج - رفتار مناسب رقبا و عدم مطلوبیت کیفیت برخورد سازمان و محصول

د - اخذ مبلغ اضافه تر از قیمت محصول
۳۰- حدود چند درصد از مشتریان ناراضی بدون شکایت سازمان را ترک می کنند؟

الف - ۱۰۰ درصد

ب - ۹۸ درصد

ج - ۹۵ درصد

د - ۶۰ درصد

۳۱- کدام مشتری بعد از مدتی استفاده از محصولات سازمان به مشتری وفادار تبدیل می شود؟

الف - مشتری متعصب

ب - مشتری به وجد آمده

ج - مشتری رضایتمند

د - مشتری مشتری که بعد از ناراضی، راضی می شود.

۳۲- رابطه بین وفاداری و رضایتمندی در کدام گزینه بیان شده است؟

الف - متعادل است

ب - مثبت است

ج - منفی است

د - گاهی مثبت و گاهی منفی است.

۳۳- عوامل روانشناختی تصمیم گیری در خرید مشتری توسط مشتری به چند عامل تقسیم می شود؟

الف - ۵ عامل

ب - ۳ عامل

ج - ۴ عامل

د - ۶ عامل

۳۴- شناسایی یک مشکل یا نیاز کدام مرحله از عوامل روانشناختی است؟

الف - مرحله اول

ب - مرحله دوم

ج - مرحله سوم

د - مرحله چهارم و پنجم

۳۵- کدام گزینه در مورد عوامل روانشناختی تصمیم مشتری صحیح است؟

الف - ارزیابی پس از جستجوی اطلاعات است.

ب - جستجوی اطلاعات پس از ارزیابی است.

ج - ارزیابی و جستجوی اطلاعات همزمان صورت می پذیرد.

د - ارزیابی و جستجوی اطلاعات جزء عوامل روانشناختی نیستند.

۳۶- عوامل روانشناختی تصمیم گیری توسط مشتری در خرید را نام ببرید.

الف - شناسایی مشکل، ارزیابی خرید و مشکل، جستجوی مشکل و اطلاعات

ب - شناسایی مشکل، جستجوی اطلاعات، ارزیابی پیشنهادات، انجام خرید و ارزیابی خرید

ج - جستجوی اطلاعات، شناسایی مشکل و ارزیابی و انجام خرید

د - شناسایی مشکل و جستجوی اطلاعات، خرید، ارزیابی پیشنهادات و اتمام خرید

۳۷- چند راه جذب مشتری را نام ببرید.

- الف -انتخاب محل مناسب، تبلیغات درست، قیمت‌های معقول و بالا
- ب -رفتار دوستانه، انتخاب محل مناسب، قیمت‌های معقول و متوسط
- ج -انتخاب محل مناسب، رفتار دوستانه، قیمت‌های معقول متناسب با کالا و رقبا
- د -فقط رفتار دوستانه و قیمت کافی است.

۳۸- برد دو جانبه در فروش به چه معنی است؟

- الف -رضایت مشتری و رابطه خوب با مشتری
- ب -فروش به مشتری و رضایت مشتری
- ج -حمایت از مشتری و فروش به مشتری
- د -رضایت مشتری و فروشنده از یکدیگر

۳۹-ارتباط موثر به چه معنی است؟

- الف -فروش بیشتر
- ب -فروش رضایت بخش
- ج -برقرار ارتباط صادقانه و رضایت بخش با مشتری
- د -فروش حاصل از رضایت برای فروشنده و مشتری

۴۰-مفهوم قاعده "AIDCA" چیست؟

- الف -توجه، علاقه، خواسته، اعتقاد و اقدام
- ب -نیاز، شانس، اعتقاد و اقدام
- ج -خواسته، اعتقاد، اقدام و شانس
- د -نیاز، خواسته، علاقه، اعتقاد و اقدام

۴۱- کدام گزینه تعریف "قدرت چانه زنی" را شامل می شود؟

- الف -تعداد راهکارهای هر طرف و کیفیت و کمیت اطلاعات هر طرف
- ب -فشار وارده بر هر طرف

ج -فشار وارده، تعداد راهکارهای هر طرف، کیفیت و کمیت اطلاعات هر طرف به همراه شناخت نیاز و ارضاء آن

د -رضایت طرفین در به دست آوردن راهکارهای متعدد به همراه کیفیت و کمیت اطلاعات

۴۲- کدام یک از موارد زیر جزء استراتژی های مذاکره است؟

الف -برنده -برنده

ب -برنده -بازنده

ج -برنده، بازنده - بازنده، برنده

د -برنده - برنده، برنده - بازنده، بازنده، بازنده - برنده

۴۳- چهار محور اصلی مذاکره کدام اند؟

الف -اشخاص، منافع، حق انتخاب و معیار های غیرعینی

ب -اشخاص خاص، منافع، حق انتخاب و معیار های واقعی

ج -اشخاص، منافع، حق انتخاب و معیار های عینی

د -اشخاص، منافع ملی و اصلاحی، حق انتخاب یک طرفه و معیار های عینی و غیرعینی

۴۴-هدف از مذاکره در کدام گزینه بیان شده است؟

- الف - نیل به تغییر مواضع و ناملایمات ایجاد شده
 ب - عقب نشینی دو طرفه، اصرار بر انجام خواسته ای طرفین
 ج - توافق، اعتماد و انعطاف پذیری
 د - دوستانه عمل کردن
 ۴۵- ارکان مذاکره منطقی چند رکن می باشد؟

الف - ۴

ب - ۲

ج - ۳

د - ۱

۴۶- انجام کدامیک جزء ویژگی های مذاکره کننده قوی نیست؟

الف - تلقی کردن طرف مقابل به دشمن

ب - عدم تناقض گوئی و ندادن وعده

ج - تناقض گوئی و دروغ مصلحتی

د - دروغ مصلحتی و تناقض رفتار

۴۷- کدامیک جزء ویژگی های مذاکره کننده قوی نیست؟

الف - قدرت بیان

ب - بردباری

ج - احترام به فرهنگ ها

د - تسلط به زبان های مختلف

۴۸- برنامه ریزی قبلی در مذاکره موجب چه می گردد؟

الف - ضعیف شدن عملکرد

ب - ایجاد توقعات

ج - قوی تر شدن عملکرد

د - توقف فروش

۴۹- در مذاکره چه اطلاعاتی مور نیاز است؟

الف - مشخصات افراد و سبک زندگی

ب - علائق افراد و توانایی ها

ج - ویژگی های شخصی و سن و تحصیلات و علائق

د - نحوه خرید مشتری توسط مشتری

۵۰- کدامیک از موارد زیر جزء تکنیک های بازاریابی تلفنی است؟

الف - ارائه اطلاعات کامل از کسب و کار

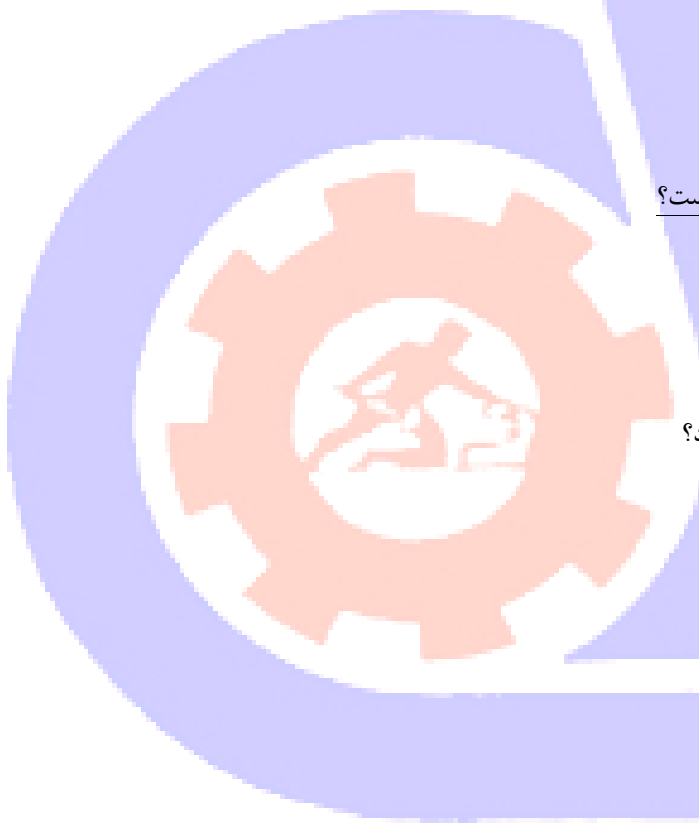
ب - ارتباط تلفنی به صورت مستمر جهت فروش

ج - پیش بینی اهداف واقعی و غیر واقعی

د - تماس به صورت مستمر

۵۱- مراحل فروش تلفنی کدامیک از موارد زیر نیست؟

الف - دریافت اطلاعات مخاطب



ب - قطعی کردن فروش

ج - ملاقات حضوری

د - ارسال محصول با پیک

۵۲- مراحل فروش تلفنی کدامیک از موارد زیر نیست؟

الف - دریافت اطلاعات مخاطب

ب - قطعی کردن فروش

ج - ملاقات حضوری

د - ارسال محصول با پیک

۵۳- کدامیک از موارد ذیل جزء روش های بازاریابی اینترنتی نیست؟

الف - روییت مشتری الزامی است

ب - راه اندازی وبلاگ

ج - ارسال خبرنامه ایمیلی

د - بازاریابی ویدئویی

۵۴- آیا بلیبورد های تبلیغاتی ابزار بازاریابی برای فروش غیر لحظه ای می باشد؟

الف - خیر

ب - بله

ج - ارتباطی ندارد

د - فقط با ملاقت غیر حضوری

۵۵- کدامیک از موارد ذیل جزء قوانین تبلیغاتی روی بلیبورد ها نیستند؟

الف - بلیبورد ها برای دریافت مستقیم است

ب - بلیبورد باید هوشمند باشد

ج - یک رسانه برای تبلیغات انبوه است

د - در بلیبورد باید نوشتاری و تصویری باشد

۵۶- کدامیک از موارد ذیل جز راهکارهای نوشتن آگهی تبلیغات موثر نیست؟

الف - مشخص بودن حروف

ب - پیگیری آگهی های رقابتی

ج - مزیت رقابتی رقبا

د - انتخاب تیتربلند

۵۷- کدامیک از موارد ذیل جز اجزای اصلی اجرای تبلیغ در تلویزیون نیست؟

الف - موزیک

ب - ارائه تاییدیه

ج - عدم مقایسه محصول

د - شایستگی فنی

۵۸- حالت یا ذهنیت پردازی جز کدامیک از روش های تبلیغاتی نیست؟

الف - رادیو

ب - تلویزیون

ج - سینما سه بعدی

د - بیلیبورد

۵۹- در زبان بدن نشان دادن کف دست های باز و ابروهای بالا انداخته نشانه چیست؟

الف - مطالب شما را درک نمی کند

ب - نشان از آدم خجالتی است

ج - گشوده رویی است

د - یک کلام همگانی نیست

۶۰- حالت حلقه انگشتان در مذاکره رو در رو نشانه چیست؟

الف - درک گفتمان

ب - تایید گفتمان

ج - مخالفت با گفتمان

د - یک مذاکره خوب

۶۱- فاصله حوزه صمیمی چه مقداری است؟

الف - ۴۹-۱۲۲ سانتی متر

ب - ۱۵-۳۰ سانتی متر

ج - ۱۵-۴۵ سانتی متر

د - ۴۰- سانتی متر

۶۲- فاصله حوزه اجتماعی چه مقداری است؟

الف - یک تا دو متر

ب - دو تا سه متر

ج - ۱,۵۶ تا ۲,۵۶ متر

د - ۱,۲۲ تا ۲,۶۰ متر

۶۳- فاصله حوزه عمومی در زبان بدن است؟

الف - بیش از ۳ متر

ب - بیش از ۳,۵ متر

ج - بیش از ۳,۶ متر

د - بیش از ۲,۵ متر

۶۴- نشان دادن دو کف دست نشانه است.

الف - صداقت و راستی است

ب - کلام مثبت است.

ج - عدم درک گفتمان است

د - زرنگی است

۶۵- دست های در هم گره خورده در حالت نشستن نشانه است؟

الف - پرخاشگری

ب - اعتماد به نفس

ج - شادی



د - غم

۶۶- دست های در جیب عقب برای زنان نشان از چیست؟

الف - مسالمت آمیزی

ب - هیجان

ج - پرخاشگری

د - انعطاف پذیری

۶۷- استفاده از دست بعنوان حفاظت از دهان نشانه چیست؟

الف - راستگویی

ب - دروغگویی

ج - تعادل

د - بی توجهی

۶۸- کدامیک از موارد زیر از اشتباهات بازاریابی است؟

الف - ساختن روابط دوستانه

ب - شناسایی نیازها

ج - ارائه سخنرانی موثر

د - نادیده گرفتن ایرادات

۶۹- هزینه جذب یک مشتری جدید حدود چند برابر هزینه مشتری فعلی است؟

الف - ۵ تا ۱۰ برابر

ب - ۲ تا ۳ برابر

ج - ۵ برابر

د - ۱۱ تا ۱۵ برابر

۷۰- پیش فروش به مشتری است.

الف - خلاف اصول بازاریابی است

ب - هیچ منافاتی با اصول بازاریابی و فروش ندارد

ج - دارای اشکال است

د - بسیار مورد پسند مشتری و فروشنده است

۷۱- به جای تخفیف های نقدی چه راهکاری را پیشنهاد می دهید؟

الف - از روش های جایگزین استفاده کنید

ب - تخفیف ده درصدی بدهید

ج - مشتری را راضی نگه دارید

د - به مشتری احترام بگذارید

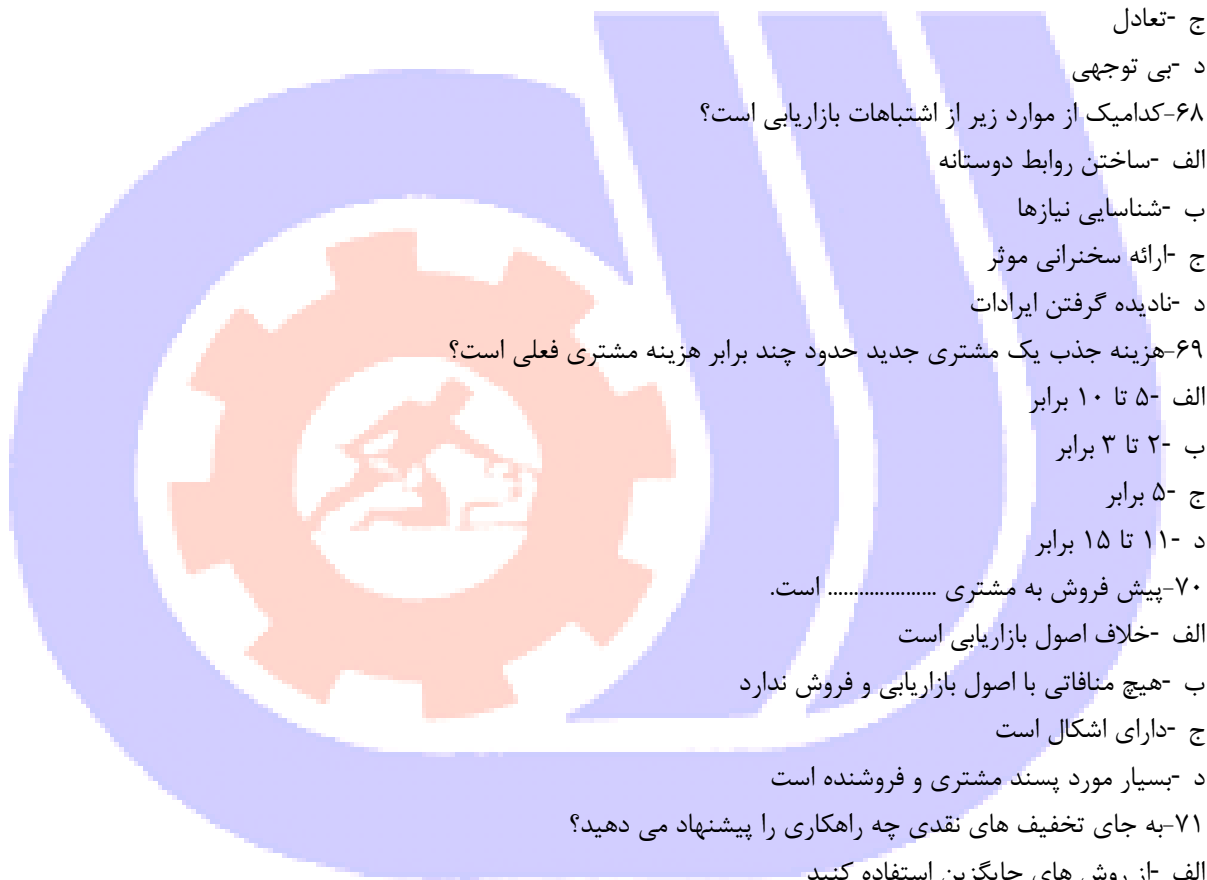
۷۲- کدام یک از موارد ذیل جزء گام های هفتگانه فروش نیست؟

الف - ساختن روابط دوستانه

ب - شناسایی نیازها

ج - ارائه سخنرانی موثر

د - نادیده گرفتن ایرادات



۷۳- کدام گزینه در مورد همکاری با رقبا درست است؟

الف - یک اصل در بازار یابی و فروش است

ب - فروش را دچار مشکل می کند

ج - ارزش رقابتی را از بین می برد

د - هیچ اهمیتی ندارد

۷۴- یکی از روش های معمول و غیر متمایز بر معرفی و فروش است

الف - سمینار است

ب - مقاله نویسی است

ج - تحقیق میدانی است

د - یک روش پژوهشی است

۷۵- فرآیند کامل فروش چند گام دارد؟

الف - ۶ گام

ب - ۴ گام

ج - ۵ گام

د - ۷ گام

۷۶- پیگیری در فرآیند فروش موجب است

الف - افزایش خرید در آینده می شود

ب - تاثیری در فروش ندارد

ج - نارضایتی مشتری را به همراه دارد

د - خوشحالی مشتری را به همراه دارد

۷۷- پیش تماس جزء است

الف - فرآیند خرید است

ب - فرآیند فروش است

ج - فرآیند تبلیغات است

د - فرآیند توزیع است

۷۸- غلبه بر ایرادات موجب کدام گزینه می گردد؟

الف - چرخه خرید کامل می شود

ب - چرخه فروش کامل می شود

ج - چرخه خرید و فروش کامل می شود

د - بی تاثیر در خرید و فروش است

۷۹- مهمترین گام در چرخه فروش کدام است؟

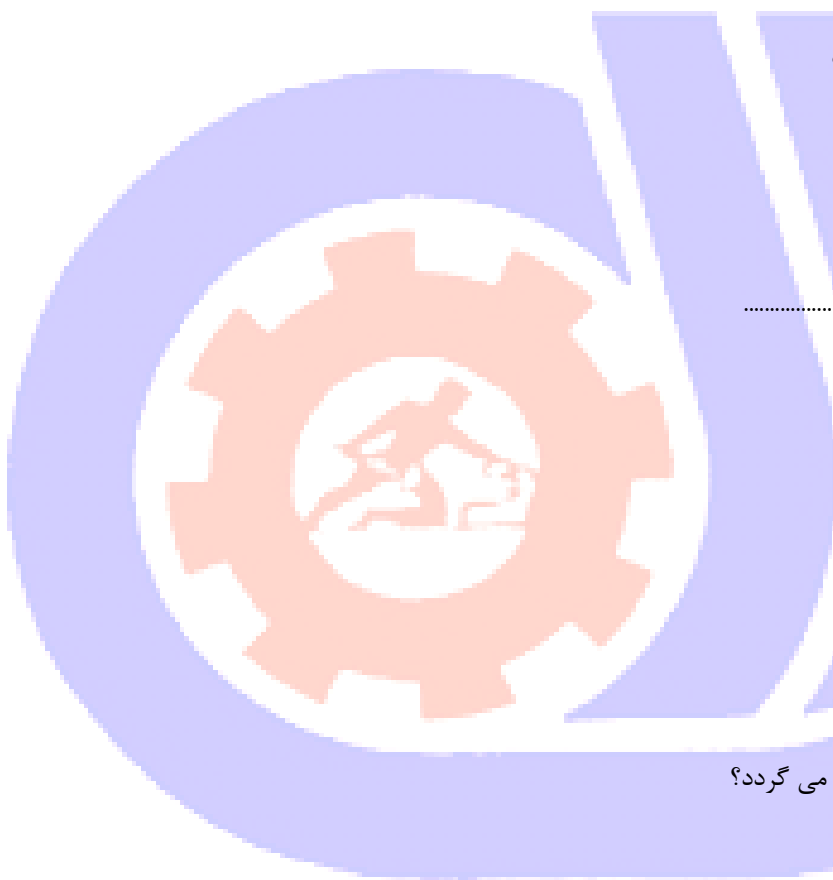
الف - انعقاد قرارداد

ب - انجام فروش

ج - مشتری یابی

د - تکرار فروش

۸۰- هدف از فروش چیست؟



الف - سود

ب - فروش مستقیم

ج - رضایت مشتری و سود آوری

د - ایجاد رابطه دوستانه با مشتری

