



**نمونه سؤالات:**

# **بازاریاب تلفنی**

**کد استاندارد: ۱۰۰۱۱-۴۵۰۰-۵۲۴۲۲**

**معاونت پژوهش، برنامه ریزی و سنجش مهارت**

**دفتر سنجش مهارت و صلاحیت حرفه ای**

۱- چیزهایی که بشر ارضا کننده نیازهای خود می داند ولی خارج از وجود خویش تصور می کند چه نام دارد؟

الف - نیاز

ب - خواسته

ج - محصول

د - خدمت

۲- به مجموعه ای از منافع که مشتریان انتظار دارند در سایه وجود یک کالا یا خدمت به دست آورند، چه می گویند؟

الف - ارزش ارایه شده به مشتری

ب - ارزش مورد نظر مشتری

ج - کل هزینه مشتری

د - ارزش کالاها و خدمات

۳- شرکتها از چه طریقی می توانند مشتریان مورد نظر خود را جذب کنند؟

الف - تبلیغ و جستجوی اینترنتی

ب - تهیه پرسشنامه آزاد

ج - انجام مصاحبه و گزارش

د - تحقیق در بازار

۴- کل ویژگیهای یک کالا یا خدمت که آن را قادر می سازد نیازهای اعلام شده و اعلام نشده را تامین نماید، چه نام دارد؟

الف - کیفیت

ب - فرهنگ

ج - خدمت

د - ارزش

۵- به موارد اضافه شده به محصول که ارزش آن محصول را برای مشتریان بالاتر می برد، چه می گویند؟

الف - ارزش افزوده

ب - ارزش منافع

ج - زنجیره ارزش

د - زنجیره منافع

۶- هنگامی که یک شرکت خدماتی، ظاهری چشم گیر برای نمای شرکت خود بسازد، کدام آمیخته بازاریابی خدمات را رعایت کرده است؟

الف - محصول

ب - فرآیند

ج - توزیع

د - شواهد فیزیکی

۷- مشتریان محصولات خدماتی (قبل از استفاده خدمات)، جهت کاهش ریسک خرید، به چه مواردی توجه می کنند؟

الف - گفته های فروشنده، ظواهر فیزیکی

ب - کیفیت خدمات، نتیجه نهایی

ج - نتیجه نهایی، گفته های مشتریان

د -ظواهر فیزیکی، کیفیت خدمات

۸-به یک نام، عبارت یا اصطلاح، علامت، طرح یا ترکیبی از آنهاکه هدف آن معرفی کالا یا خدمت می باشد، چه می گویند؟

الف -طرح تجاری

ب -عبارت تجاری

ج -علامت تجاری

د -نام و نشان تجاری

۹-به نموداری که( رابطه بین مقدار خرید و قیمت محصول )را نشان می دهد، چه می گویند؟

الف -نمودار عرضه

ب -نمودار تقاضا

ج -نمودار سود

د -نمودار فروش

۱۰-به مجموعه ای از سازمانهای مستقل که درگیر فرآیند عرضه کالا یا خدمات هستند، چه می گویند؟

الف -کانال توزیع

ب -کانال قیمت گذاری

ج -کانال ترفیع

د -کانال خدمات

۱۱-همه فعالیتهای مربوط به فروش مستقیم کالا یا خدمات، به مصرف کننده نهایی چه نام دارد؟

الف -خرده فروشی

ب -عمده فروشی

ج -تولیدکردن

د -توزیع کردن

۱۲-کدام تکنیک در بازاریابی تلفنی به تمرکز بیشتر کمک می کند؟

الف -صحبت روبروی آینه

ب -صحبت با کلمات شمرده

ج -ایستاده صحبت کردن

د -صحبت رودر رو

۱۳-کدام تکنیک روی بهتر شدن تن و لحن صدا در بازاریابی تلفنی تاثیر دارد؟

الف -بلند صحبت کردن

ب -ایستاده صحبت کردن

ج -آماده کردن متن صحبتها از قبل

د -با لبخند صحبت کردن

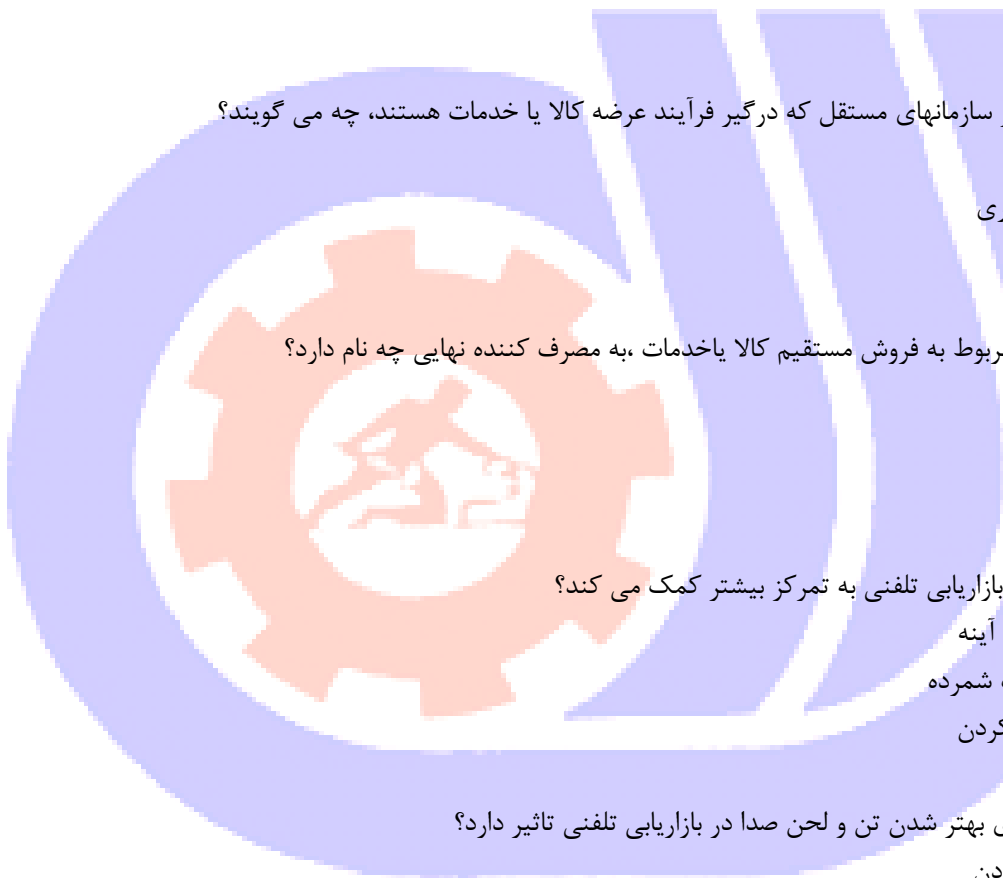
۱۴-کدام گزینه از ویژگی های فرد بازاریاب تلفنی نیست؟

الف -صحبت سریع

ب -پرانرژی

ج -قدرت انتقال بالا

د -بیان مناسب



۱۵- چند درصد از یک ارتباط موثر به زبان بدن تعلق دارد؟

الف - ۳۸ درصد

ب - ۵۵ درصد

ج - ۷ درصد

د - ۹۵ درصد

۱۶- رسیدن به تفاهم متقابل و نتیجه مشخص از طریق گفتگوی دو طرفه به چه معناست؟

الف - فروش تلفنی

ب - بازاریابی مستقیم

ج - مذاکره

د - تبلیغات

۱۷- به فعالیتی انسانی که در جهت ارضای نیازها و خواسته ها از طریق فرایند مبادله انجام می شود چه می گویند؟

الف - حسابداری

ب - مدیریت

ج - بازاریابی

د - سازماندهی

۱۸- به کمبودی که فرد در وجود خویش احساس می کند چه می گویند؟

الف - نیاز

ب - خواسته

ج - محصول

د - خدمت

۱۹- چیزهایی که بشر ارضا کننده نیازهای خود می داند ولی خارج از وجود خویش تصور می کند چه نام دارد؟

الف - نیاز

ب - خواسته

ج - محصول

د - خدمت

۲۰- کدام یک از موارد زیر از اجزای اصلی آمیخته بازاریابی (P4) نمی باشد؟

الف - قیمت

ب - محصول

ج - مکان توزیع

د - کیفیت

۲۱- کدام یک از موارد زیر از عوارض (تقاضای بیش از حد) نمی باشد؟

الف - افزایش تورم

ب - افزایش کیفیت

ج - افزایش خستگی عوامل

د - افزایش قیمت

۲۲- افراد و خانوار که کالاها و خدمات را برای مصارف شخصی خود خریداری می کنند، کدام نوع بازار را تشکیل می دهند؟

الف -بازار دولتی

ب -بازار مصرفی

ج -بازار صنعتی

د -بازار واسطه ای

۲۳- موسساتی که کالاها و خدمات را برای استفاده یا فروش مجدد خریداری می کنند، کدام نوع بازار را تشکیل می دهند؟

الف -بازار دولتی

ب -بازار مصرفی

ج -بازار صنعتی

د -بازار واسطه ای

۲۴- به فاصله زمانی بین نقطه سفارش و دریافت کالا چه می گویند؟

الف -زمان مصرف کل

ب -زمان انتظار

ج -زمان سفارش

د -زمان خرید

۲۵- به بخشی از بازار که بازاریاب مورد توجه قرار می دهد، چه می گویند؟

الف -بازار بالقوه

ب -بازار در دسترس

ج -بازار واجد شرایط

د -بازار هدف

۲۶- به (مجموعه ای از منافع که مشتریان انتظار دارند در سایه وجود یک کالا یا خدمت به دست آورند)، چه می گویند؟

الف -ارزش آرایه شده به مشتری

ب -ارزش مورد نظر مشتری

ج -کل هزینه مشتری

د -ارزش کالاها و خدمات

۲۷- کدام یک از گزینه های زیر نتیجه فرآیند تصمیم گیری خریدار نمی باشد؟

الف -انتخاب محصول

ب -انتخاب نوع بازار

ج -انتخاب نامی خاص

د -انتخاب زمان خرید

۲۸- اولین مرحله از فرآیند تصمیم گیری خرید مصرف کننده، کدام است؟

الف -شناخت مسئله یا نیاز

ب -جمع آوری اطلاعات

ج -ارزیابی اطلاعات

د -رفتار پس از خرید

۲۹- کدام یک از گزینه ها از (انواع رفتارهای پس از خرید مشتریان)، نمی باشد؟

الف -کنار گذاشتن موقتی محصول

ب -کنار گذاشتن دائمی محصول

ج -خرید مجدد به مقدار انبوه

د -نگهداری محصول

۳۰- کدام دسته از منابع، (مفید ترین اطلاعات) را در اختیار مشتریان قرار می دهند؟

الف -منابع بازرگانی

ب -منابع تجربی

ج -منابع عمومی

د -منابع شخصی

۳۱-طبق قاعده ۲۰-۸۰، کدام دسته از مشتریان (بیشترین سود) را نصیب شرکت می کنند؟

الف -مشتریان اصلی

ب -مشتریان در حال رشد

ج -بقیه مردم

د -مشتریان عمده

۳۲-طبق قاعده ۲۰-۸۰، کدام دسته از مشتریان (کمترین سود) را نصیب شرکت می کنند؟

الف -مشتریان اصلی

ب -مشتریان در حال رشد

ج -بقیه مردم

د -مشتریان عمده

۳۳-به (موارد اضافه شده به محصول که ارزش آن محصول را برای مشتریان بالاتر می برد) ، چه می گویند؟

الف -ارزش افزوده

ب -ارزش منافع

ج -زنجیره ارزش

د -زنجیره منافع

۳۴-آمیزه بازاریابی که برای شرکت درآمدزا می باشد ، کدام است؟

الف -محصول

ب -قیمت

ج -مکان

د -ترویج

۳۵-به نموداری که (رابطه بین مقدار خرید و قیمت محصول) را نشان می دهد، چه می گویند؟

الف -نمودار عرضه

ب -نمودار تقاضا

ج -نمودار سود

د -نمودار فروش

۳۶-به مجموعه ای از سازمانهای مستقل که درگیر فرآیند عرضه کالا یا خدمات هستند، چه می گویند؟

الف -کانال توزیع

ب -کانال قیمت گذاری

ج - کانال ترفیع

د - کانال خدمات

۳۷- در سطح کالاهای مصرفی، سطح ۰ (صفر) کانال توزیع، به چه معناست؟

الف - عرضه کالا از تولید کننده به خرده فروش و سپس مصرف کننده

ب - عرضه کالا از تولید کننده به مصرف کننده به صورت مستقیم

ج - عرضه کالا از تولید کننده به عمده فروش و سپس مصرف کننده

د - عرضه کالا از تولید کننده به واسطه و سپس به مصرف کننده

۳۸- به مجموعه ای از فعالیتهای تبلیغاتی، فروش حضوری، پیشبرد فروش و روابط عمومی که برای دستیابی به هدفهای برنامه

فروش مورد استفاده قرار می گیرد، چه می گویند؟

الف - توزیع

ب - ترویج

ج - تبلیغ

د - تشویق

۳۹- رفتاری که مشتری پس از خرید نشان می دهد، به چه عاملی بستگی دارد؟

الف - میزان رضایت او از محصول

ب - قیمت تمام شده محصول

ج - در دسترس بودن محصول

د - میزان خدمات پس از فروش

۴۰- کدام گزینه جزو روشهای دوطرفه بازاریابی می باشد؟

الف - بازاریابی کاتالوگ

ب - بازاریابی تلفنی

ج - بازاریابی تلویزیونی

د - بازاریابی سنتی

۴۱- چه زمانی برای انجام بازاریابی B2B مناسب تر است؟

الف - اول صبح و قبل از شلوغی کار مدیران

ب - هنگام ناهار

ج - بعد از پایان ساعت کاری

د - هر زمان که فرصت شد.

۴۲- کدام تکنیک در رفع ایرادات حرف زدن و تلفظ نا صحیح کلمات موثر است؟

الف - صحبت روبروی آینه

ب - ضبط مکالمات و گوش کردن به آن

ج - آماده کردن متن مکالمه

د - آشنایی قبلی با مشتری

۴۳- چند درصد از یک ارتباط موثر به زبان بدن تعلق دارد؟

الف - ۳۸ درصد

ب - ۵۵ درصد



ج - ۷ درصد

د - ۹۵ درصد

۴۴- امضای توافق نامه و قرار داد مربوط به کدام مرحله مذاکره می شود؟

الف - پس مذاکره

ب - پیش مذاکره

ج - فروش محصول

د - مذاکره

۴۵- در رابطه با بازاریابی تلفنی، کدام گزینه صحیح است؟

الف - در پایان مکالمه ، شما ابتدا گوشی را قطع کنید.

ب - یادداشت برداری کنید.

ج - نام کوچک مشتری را صدا بزنید.

د - تا می توانید مقدمه چینی کنید.

۴۶- کدام گزینه جزو اجزای ارتباط موثر نیست؟

الف - گیرنده

ب - فرستنده

ج - متن پیام

د - عامل مختل کننده ارتباط

۴۷- در بازاریابی تلفنی بازاریاب با استفاده از چه اهرمی پی به بردن نظر ارزشی مشتری می برد؟

الف - اهرمی ندارد

ب - با پرسیدن سوال

ج - حرف زدن

د - ایجاد ابهام در مخاطب

۴۸- چگونه فرد مقابل را برای دریافت پیشنهاد فروش آماده کنیم؟

الف - در همان ابتدای مکالمه

ب - در طول مکالمه به او پیشنهاد دهیم

ج - نخست مزایای محصول را برای او شرح می دهیم سپس وی را برای دریافت پیشنهاد فروش آماده می کنیم

د - در همان ابتدای مکالمه و در طول مکالمه به او پیشنهاد دهیم

۴۹- اگر مشتری در حین صحبت از علائق و نگرانی های خود گفت شما باید چه اقدامی انجام دهید؟

الف- گفته هایش را گوش کرده و یادداشت کرده و در تماسهای بعدی با او استفاده کنید

ب- اجازه ندهید

ج- مکالمه را قطع کنید

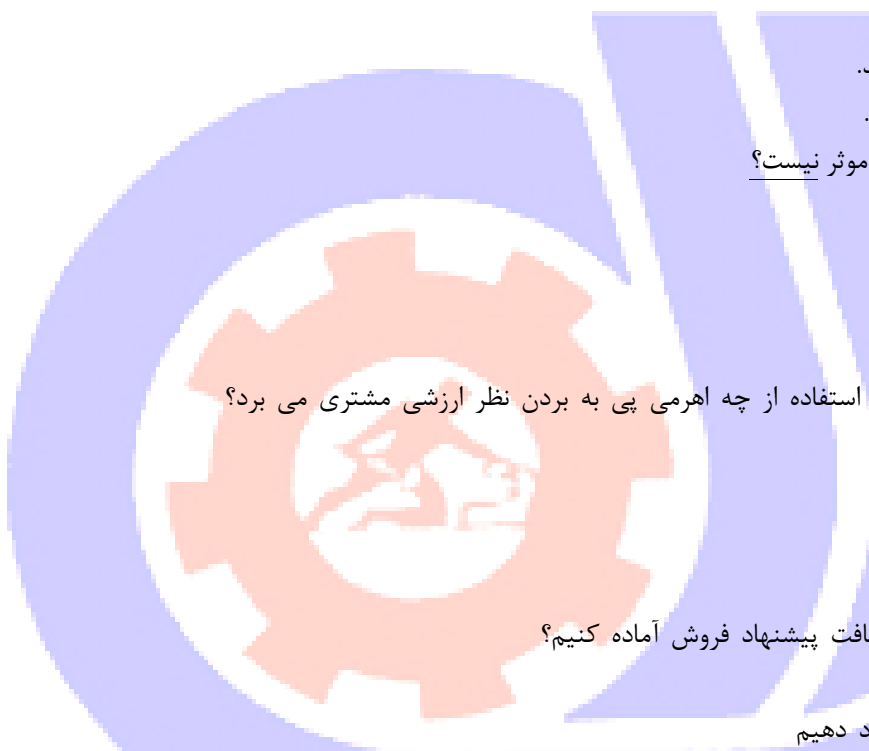
د- تبدیل به مشتری نخواهد شد پس وقت تلف نکنید

۵۰- در فروش حتما بر..... تاکید کنید تا مشتری بداند از این معامله چه منفعتی آیدش خواهد شد؟

الف- قیمت بازار

ب- مزایا

ج- نفوذی





د- سنتی یا کلاسیک

۵۱- بهتراست برای پی بردن به پاسخ به اینکه چرا مشتری از شما خرید میکند؟

الف- از خود مشتریان بپرسید و برای مشتریان جدید بازگو کنید

ب- قیمت گذاری پرمایه

ج- قیمت گذاری خط محصول

د- تخفیف عملیاتی

۵۲- برای تداوم و پیشرفت در بهترین شرایط هم باید.....؟

الف- بازاریابی را کم نکرده و همیشه دنبال مشتری جدید باشید

ب- قیمت گذاری پرمایه رعایت کنید

ج- قیمت گذاری خط محصول رعایت کنید

د- تخفیف عملیاتی انجام دهید

۵۳- وقتی با منشی یک شرکت تماس میگیرید برای جلب اعتماد او بهتراست چه اقدامی صورت پذیرد؟

الف- باید به او نشان دهید که به کارش ارزش قائل اید

ب- قیمت گذاری خط محصول

ج- قیمت گذاری اختیاری محصول

د- قیمت گذاری محصولات فرعی

۵۴- شما در تماس تلفنی چقدر زمان لازم دارید تا سودی از شنیدن مکالمه نصیب مخاطب گردد و به مکالمه ادامه دهد؟

الف- پنج ثانیه

ب- سی ثانیه

ج- سه ثانیه

د- پنجاه ثانیه

۵۵- در تماس با مشتریان سابق که اکنون غیر فعال هستند، بهترین بازخورد کدام است؟

الف- ابراز خشنودی از ارتباط مجدد و اعلان آمادگی برای همکاری جدید و دادن یک پیشنهاد خاص

ب- دادن یک پیشنهاد جدید

ج- ابراز علاقه به آغاز همکاری مجدد

د- ابراز خشنودی از ارتباط مجدد

۵۶- به جملات ..... هر مکالمه تلفنی به اندازه کافی خوب فکر کنید.

الف- آغازین

ب- پایانی

ج- میانی

د- قبل

۵۷- در موارد زیر، کدام جمله صحیح تر است.

الف- ابتدا مضرات هر پیشنهاد را بگویید و مخاطب را بتدریج برای قبول پیشنهاد آماده کنید.

ب- ابتدا مزایای هر پیشنهاد را بگویید و مخاطب را بتدریج برای قبول پیشنهاد آماده کنید.

ج- در آخر مزایای هر پیشنهاد را بگویید و مخاطب را برای قبول پیشنهاد یاری کنید.

د- ابتدا مضرات هر پیشنهاد را بگویید و مخاطب را بتدریج برای قبول پیشنهاد آماده کنید. و در آخر مزایای هر پیشنهاد را بگویید و

مخاطب را برای قبول پیشنهاد یاری کنید.

۵۸- برای مذاکره بهتر و جلوگیری از سوالات اضافه از مخاطب بهتر است؟

الف- بلافاصله خود و هدف از تماس خود را تلفنی بگویید.

ب- قیمت گذاری فریب دهنده

ج- پیشنهادی

د- نفوذی

۵۹- چرا بهتر است قبل از تماس تلفنی اطلاعاتی را به مشتری پست یا ارسال کنید؟

الف- حفظ قیمت فروش

ب- پرمایه

ج- در این صورت مشتری آمادگی بیشتری برای صحبت دارد و احتمال فروش بیشتر خواهد بود

د- جغرافیایی

۶۰- برای صرف جویی در وقت اگر میخواهید صرفاً موضوعی را یادآوری کنید یا اطلاعاتی کوتاه را دهید بهتر است؟

الف- حفظ قیمت فروش

ب- تبعیض قیمت

ج- بعد از ساعات کاری پیغام بگذارید یا تماس بگیرید

د- قیمت گذاری اجباری

