



نمونه سؤالات:

برقراری ارتباط با

بازدیدکنندگان

کد استاندارد: ۵۱۱۳۱۰۰۰۱۰

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

۱- کدام یک از جملات زیر غلط است ؟

الف- ارتباط نوعی فرآیند است.

ب- برای برقراری ارتباط حداقل سه عنصر فرستنده ، گیرنده و پیام الزامی است.

ج- در تعریف ارتباط مفهوم منبع - پیام، نقش شرکت کنندگان را بهتر توضیح میدهد.

د- در تعاریف جدید ارتباط از کلمه (برقرارکنندگان ارتباط به جای کلمه فرستنده و گیرنده) استفاده می شود.

۲- این جمله تأثیر کدام یک از اجزاء فرآیند ارتباط را نشان می دهد؟ (در پرستاری در پایان یک کشیک صبح و عصر نسبت به یک کشیک صبح ممکن است میزان توجه و دقت کمتر شود)

الف- پیام

ب- کانال

ج- پارازیت

د- بافت

۳- کدام عامل جز عوامل بازدارنده ارتباط است؟

الف- نظرات قالبی و تلاش برای درک نیازهای فرد

ب- توضیح خواستن برای روشن شدن موضوع

ج- لقب دادن و برچسب زدن

د- تعمیم دادن و خلاصه گویی

۴- کدام مشکل ارتباط غیرکلامی منعکس کننده عکس العمل های درونی و حالت گوینده است؟

الف- ارتباط چشمی

ب- تن صدا

ج- لمس

د- وضعیت بدن

۵- برقراری ارتباط به معنی.....

الف- مهارت در ایجاد اعتماد به نفس

ب- توانایی فرستادن پیام به گونه ای که مردم بتواند به آسانی بفهمد و بپذیرد.

ج- توانایی در ارسال پیام کلامی و غیر کلامی

د- هر سه مورد

۶- از بارزترین شیوه های نفوذ کلام.....

الف- رفتارهای عصبی - سمعی و بصری و لمسی

ب- شناخت سیستم روحی افراد و تقلید از آن

ج- تقلید

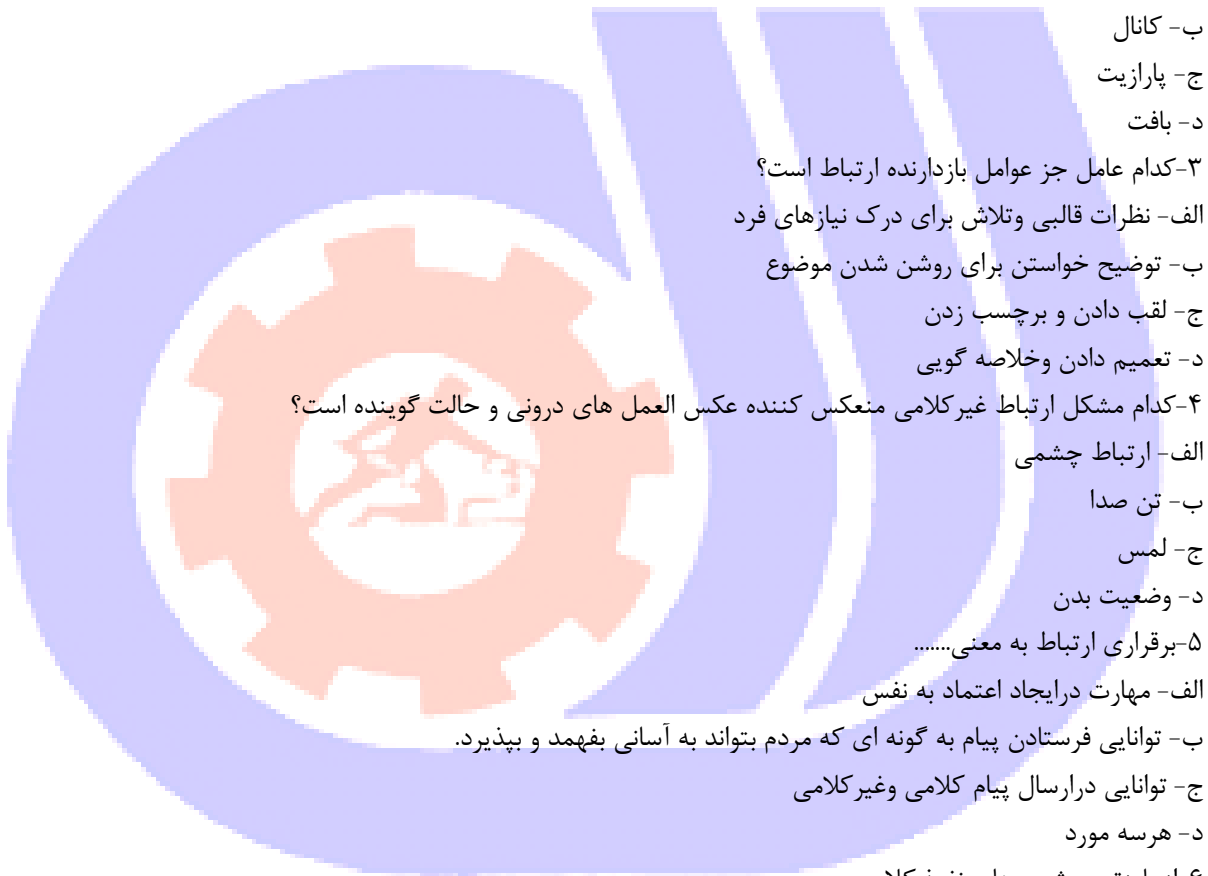
د- توجه به فکر

۷- افراد در ارتباط خود به کدام سیستم عصبی گرایش ندارند؟

الف- افراد سمعی

ب- بصری

ج- افراد لمسی



د- هیچکدام

۸- کدام نوع ارتباط آنچه در درون ماست را به راحتی به دیگران منتقل می کند؟

الف- ارتباط کلامی

ب- ارتباط غیر کلامی

ج- ارتباط چشمی

د- ارتباط حسی

۹- چند درصد اطلاعات ما از طریق کلام منتقل می شود؟

الف- ۹۸/۰

ب- ۸۳/۰

ج- ۰۷/۰

د- ۵۵/۰

۱۰- شیوه ارتباط با افراد با کنش عاطفی.....

الف- ارزش های زندگیتان را مطرح کنید تا از جهت گیری اصلی شما نسبت به زندگی آگاه شوند.

ب- صحبت های خود را با تئوری و اصول آغاز کنید.

ج- از تجسمات ذهنی و اهداف نهایی خود با خبر کنید.

د- با صراحت فقط از نتایج کار باخبرشان کنید.

۱۱- مزیت اصلی و اساسی بازاریابی عملیاتی چیست؟

الف- داشتن مدیران موفق

ب- افزایش بازارهای شرکت

ج- سهولت اداره آن

د- افزایش تعداد محصولات تولیدی

۱۲- کدام یک از موارد زیر جزء وظایف اصلی مؤسسات خدماتی نیست؟

الف- بهره وری

ب- تمایز رقابتی

ج- بازاریابی داخلی

د- خدمات

۱۳- معیاری از احتمال که بیان کننده این است که کالا در طول زمان از کار نمی افتد چیست؟

الف- قابلیت تعمیر

ب- ظاهر

ج- اعتماد پذیری

د- دوام

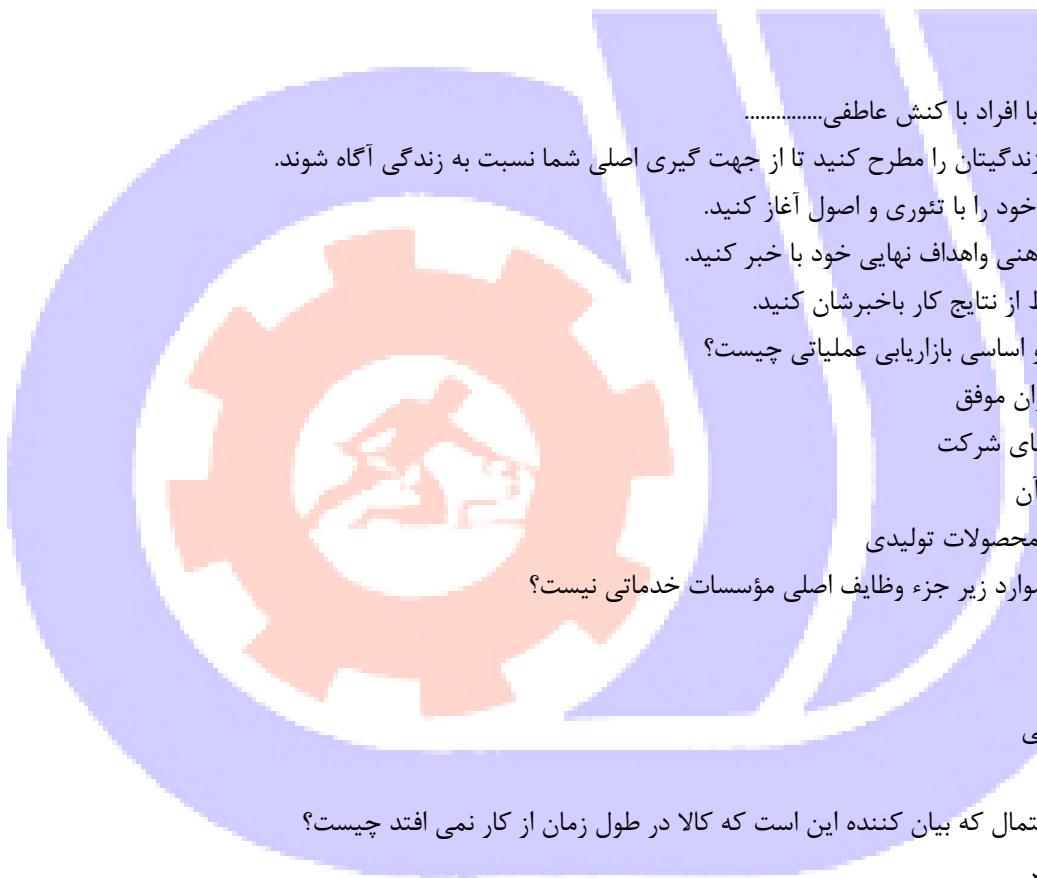
۱۴- داده های مربوط به حوزه های مختلف که خود دارای دیتابیس های جداگانه هستند چه می نامند؟

الف- Data Base

ب- Data Warehouse

ج- CRM

د- Data Mart



۱۵- انبار داده و کاوش داده مربوط به کدام فناوری CRM می باشد؟

الف- مدیریت ارتباط با مشتری عملیاتی

ب- مدیریت ارتباط با مشتری تحلیلی

ج- مدیریت ارتباط با مشتری مشترک

د- مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری

۱۶- هدف کلیایجاد مدل هایی برای تصمیم گیری و پیش بینی رفتارها بر اساس تجزیه و تحلیل فعالیت گذشته است.

الف- انبار داده

ب- کاوش داده

ج- دانش قلمرو کاری

د- تحلیل نیازها

۱۷- شناسایی ریسک ها به منظور گروه بندی آنها رابه دسته های گسترده مفید تقسیم می کنند آنها کدامند؟

الف- ریسک های افراد و فرایندها

ب- ریسک های محصول و فناوری

ج- مدیریت ریسک

د- ریسک های افراد و محصول و فرایند و ریسک های فناوری

۱۸- روش بهینه سازی ارتباط با مشتریان با استفاده از آخرین فناوری های اطلاعات یا مدل های کسب و کار است؟

الف- بازاریابی ارتباط با مشتری

ب- مدیریت ارتباط با مشتری

ج- عملیات ایجاد ارتباط

د- فرایند خرید و فروش

۱۹- مزیت های سرعت استقرار، مقیاس پذیری ، اجازه ی تعامل با سایر سیستم ها مربوط به است.

الف- اینترنت

ب- اینترنت

ج- نرم افزارهای Portal

د- فناوری های CRM

۲۰- کدام یک از گزینه های زیر یکی از هفت مرحله تبدیل (تغییر) مشتری می باشد.

الف- جذب مشتری

ب- حفظ مشتری

ج- مشتری تکراری

د- توسعه مشتری

۲۱- دانش مشتری پیش نیاز تامین نیازهای آینده مشتریان و بهبود است.

الف- کسب و کار

ب- فرایند های تولید

ج- فرآیندهای مدیریت

د- نواقص مدیریت

۲۲- سیستم های تخصیص منابع مربوط به کدام یک از متغیرهای اصلی ساختار سازمانی می باشد؟

الف- سیستم های پاداش

ب- ساختار

ج- فرآیندهای اطلاعات و تصمیم

د- افراد

۲۳- ابتدا باید در کدام یک از موارد زیر در سازمان ایجاد وفاداری را انجام داد؟

الف- کارکنان

ب- تجهیزات کاربری

ج- نرم افزار های سازمانی

د- فروشندگان

۲۴- مرحله شامل نتیجه گیری از دانش به دست آمده می باشد.

الف- کشف دانش

ب- تحلیل و پالایش

ج- برنامه ریزی بازار

د- تعامل با مشتری

۲۵- کدام مورد از تعریف ضعیف فرآیندهای کاری سازمان منصوب می شود؟

الف- فرایندهای فرعی

ب- فرایندهای سازمانی

ج- ایرادهای استراتژیکی

د- ایرادهای کلاسیک

۲۶- کدام یک از روش های ارزیابی برنامه های ایجاد وفاداری نمی باشد؟

الف- شاخص رضایت مشتری

ب- بخش بندی مشتریان

ج- درک مشتری و میل به وفاداری آنها

د- ارزش مدت حیات مشتری

۲۷- این موضوع به کدام قوانین ایجاد وفاداری در مشتریان تأثیر دارد؟ (تحقیقات نشان می دهد پاسخگویی سازمان ها برای ادراک

مشتری از خدمات سازمان اثرات بسیاری دارد)

الف- تقویت پاسخگویی

ب- ذخیره داده ها در یک پایگاه داده

ج- ابتدا خدمت سپس فروش کالا

د- همکاری با شرکا

۲۸- (واحد اندازه گیری بازاریابی) و (هسته مرکزی بازاریابی) به ترتیب در کدام گزینه آمده است؟

الف- مبادله-معامله

ب- کالا-معامله

ج- خواسته-مبادله

د- معامله-مبادله

۲۹- حالتی از تقاضا که کالا یا خدمتی موردنیاز عده ای از مردم است و این نیاز برای مردم به صورت آرزو و آرمان درآمد، اما تا به

حال هیچ فرد یا مؤسسه ای به فکر تولید آنها نبوده است، چیست؟

الف- متزلزل

ب- منفی

ج- پنهان

د- نامنظم

۳۰- در کدام یک از انواع بازارها، خریده‌ها به کندی صورت می‌گیرد؟

الف- واسطه

ب- دولتی

ج- انحصار کامل

د- صنعتی

۳۱- کدام یک از انواع بازارهای اقتصادی صورت غالب بازارهای امروزی است؟

الف- بازار رقابت کامل

ب- بازار انحصاری کامل

ج- بازار رقابت انحصاری

د- بازار انحصاری چندجانبه

۳۲- برای تشکیل بازار بایستی کدام یک از گزینه‌های زیر وجود داشته باشد؟

الف- وجود حداقل دو کالا-شرایط مورد توافق برای مبادله-عرضه کننده-زمان مورد توافق برای مبادله

ب- احتیاج-قدرت خرید-عرضه کننده-شرایط مورد توافق برای مبادله

ج- وجود حداقل دو کالا-قدرت خرید - عرضه کننده - تقاضا کننده

د- قدرت خرید - تقاضا کننده - عرضه کننده - نیاز

۳۳- اکثر شرکت‌های امروزی مثل شرکت کوکاکولا در بدو ورود به بازار از چه شیوه بازاریابی استفاده می‌کنند؟

الف- بازاریابی تفکیکی

ب- بازاریابی متمرکز

ج- بازاریابی انبوه

د- بازاریابی هدف دار

۳۴- به نحوه دریافت پیام‌های موجود در محیط توسط فرد، اطلاق می‌شود؟

الف- باورها و عقاید

ب- ادراک

ج- انگیزش

د- یادگیری

۳۵- مسئولین شرکت به منظور نیل به اهداف اصلی، کدام یک از موارد زیر را باید مشخص نمایند؟

الف- اهداف حقوقی

ب- استراتژی بازاریابی

ج- اهداف بازاریابی

د- اهداف حرفه ای

۳۶- کدام گزینه معیار سنجش و اندازه‌گیری کمی می‌باشد، که وضعیت یک مؤسسه را نسبت به رقبای نشان می‌دهد؟

الف- پیش بینی بازار

ب- سهم بازار

ج- درآمد موسسه

د- تولید موسسه

۳۷- کدام یک از معاونت ها، به عنوان قایم مقام مدیر عامل در شرکت های چند ملیتی که دارای تفکرات جهانی هستند، عمل می نماید؟

الف- معاونت اداری

ب- معاونت بازاریابی

ج- معاونت مالی

د- معاونت فنی

۳۸- در بحث عوامل فردی موثر در رفتار خریداران، کدام گزینه به ترتیب از عوامل اجتماعی و عوامل روانی محسوب می شود؟

الف- باورها و عقاید، سبک زندگی

ب- طبقه اجتماعی، گروههای مرجع

ج- مرحله زندگی، انگیزش

د- گروه های مرجع، یادگیری

۳۹- به تمام یا بخشی از بازار در دسترس واجد شرایط که مؤسسه برای انجام فعالیت های بازاریابی انتخاب می کند، چه می گویند؟

الف- بازار تسخیر شده

ب- بازار بالقوه

ج- بازار در دسترس

د- بازار هدف

۴۰- سومین مرحله از مراحل برنامه ی عملیاتی بازاریابی، کدام گزینه است؟

الف- تحلیل فرصت ها و جریانات

ب- اهداف

ج- استراتژی بازاریابی

د- کنترل

۴۱- اولین مورد مهمی که مدیران در قیمت گذاری کالا در نظر می گیرند، کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

الف- رهبری سهم بازار و نقش محصول به عنوان یکی از عناصر آمیخته بازاریابی

ب- به حداکثر رساندن سود جاری و نقش پیش برد فروش به عنوان یکی از عناصر آمیخته بازاریابی

ج- رهبری کالا از نظر کیفیت و نقش مکان توزیع به عنوان یکی از عناصر آمیخته بازاریابی

د- اهداف کلی بازاریابی و نقش قیمت به عنوان یکی از عناصر آمیخته بازاریابی

۴۲- خط مشی فروش و شمول مشتریان به ترتیب جزء کدام یک از متغیرهای آمیخته بازاریابی برای خدمات می باشد؟

الف- محصول، پیشرفت

ب- پیشرفت، شواهد عینی

ج- محصول، فراگرد

د- پیشرفت، فراگرد
۴۳- مشتری اصلی کسی است که:
الف- در مقابل تعویض عرضه کننده مقاومت کرده و تمایلی قوی دارد.
ب- سازمان را به عنوان عرضه کننده مرجح خود انتخاب می کند.
ج- مبالغ بیشتری صرف می کند.
د- می تواند مدنظر بازار هدف قرار گیرد.
۴۴- ارائه محتویات صحیح به اشخاصی که بتوانند به عنوان بخشی از فرایند وارد شده و داده ها را به صورت پویا تغییر دهند. کدام است؟

الف- هدف

ب- داده

ج- پروژه

د- اطلاعات

۴۵- کدام یک از جملات زیر غلط است ؟

الف- ارتباط نوعی فرآیند است.

ب- برای برقراری ارتباط حداقل سه عنصر فرستنده ، گیرنده و پیام الزامی است.

ج- در تعریف ارتباط مفهوم منبع - پیام، نقش شرکت کنندگان را بهتر توضیح می دهد.

د- در تعاریف جدید ارتباط از کلمه (برقرارکنندگان ارتباط به جای کلمه فرستنده و گیرنده) استفاده می شود.

۴۶- کدام یک از موارد زیر از مهارت های قاطعانه نیست ؟

الف- همدلی

ب- توصیف احساسات

ج- مشخص کردن انتظارات

د- همدردی

۴۷- کدام دسته از بیماران قادر به درک اشارات غیر کلامی ارتباط نیستند؟

الف- دارای مشکلات بینایی

ب- دارای مشکلات شنوایی

ج- دارای موانع فیزیکی

د- دارای اختلال در حیطه شناختی

۴۸- کدام روش ایجاد ارتباط در مواردی که مددجو بینش نسبت به مشکلاتش کامل نیست کاربرد دارد؟

الف- جلوه ظاهری و وضعیت آراستگی

ب- تماس چشمی

ج- استفاده از سئوالات باز

د- همدلی

۴۹- افراد با قدرت تجسم خلاق و ایده های سازنده و بدیع تحت تسلط کدام کنش می باشند؟

الف- کنش اندیشمند

ب- کنش عاطفی

ج- کنش شهودی

د- کنش حسی

۵۰- یکی از ابزارهای محکم که همواره در اختیار مصاحبه کننده است.....می باشد.

الف- ارتباطات غیر کلامی در حین مصاحبه

ب- مصاحبه های غیر خبری

ج- استفاده به جا از حرکات دست، صورت و انواع و اقسام نگاه ها

د- مورد الف و ج

۵۱- ایجاد چشم انداز موثر CRM مستلزم کدام موارد است؟

الف- تعریف معنی CRM برای موسسه ، شناخت ، اتصال

ب- تعامل ، شناخت ، ترسیم تصویر آنچه سازمان می خواهد برای مشتری

ج- تعریف معانی CRM برای موسسه ، اهداف را تعیین کنند ، تصویری را که سازمان برای مشتریان هدفش می باشد، ترسیم کنند.

د- تعامل ، شناخت ، ایجاد ارتباط ، اتصال

۵۲- رمز موفقیت ۹۸٪ از افراد که با دیگران ارتباط خوب برقرار می کنند این است.....

الف- افرادی هستند که با دقت و متانت به سخنان دیگران گوش می دهند.

ب- افرادی که هنگام صحبت کردن از داوری بپرهیزند.

ج- در محیط مناسب گفت و شنود کنند.

د- به سیستم روحی فرد مقابل توجه کنند(بصری- سمعی-لمسی)

۵۳- فلیپ کاتلر صاحب نظر نامی بازاریابی، مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری را بخشی از مفهوم چه می داند؟

الف- کار الکترونیکی

ب- کسب و کار الکترونیکی

ج- سفارش سازی

د- هیچکدام

۵۴- هدف اصلی CRM چیست؟

الف- سودآوری، درآمد و بازاریابی

ب- رضایت مشتری، سودآوری و جذب مشتری

ج- افزایش سودآوری، درآمد و رضایت مشتری

د- رضایت مشتری، درآمد و بازاریابی

۵۵- یکی از عمده ترین مشکلات اجرای CRM :

الف- تغییر فرایندهای کاری موجود و رفتارهای انسانی

ب- استراتژی های جذب، توسعه و حفظ مشتریان

ج- اجرای مرحله ای CRM

د- بازه زمانی اجرای CRM

