



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

# تولید کنندگان محصولات درختی و بوته ای

**عنوان شغل:**

**تولید درختان میوه و خشکبار**

**کد شغل: ۶۱۱۲۱۱۰۰۰۰**

**نمونه سؤالات شایستگی:**

**بازاریابی و فروش محصولات میوه و خشکبار**

**کد شایستگی: ۶۱۱۲۱۰۰۰۱۰**

معاونت پژوهش، برنامه ریزی و سنجش مهارت

دفتر سنجش مهارت و صلاحیت حرفه ای

۱- منشا و رکن اصلی بازاریابی چیست؟

الف - مبادله

ب - بازار

ج - نیازها و خواسته ها

د - مشتری

2- کدام مورد جز مهمترین اهداف بازاریابی نیست؟

الف - جذب مشتری

ب - بازار گرمی

ج - بازارسازی

د - بازارگردی

3- حضور در بازار و مشاهده بازار یعنی.....

الف - بازارگرایی

ب - بازارگردی

ج - بازار گرمی

د - بازارسازی

4- ساده ترین روش پیش بینی فروش و تقاضا ..... است.

الف - میانگین متحرک ساده

ب - درصد تغییر

ج - پیش بینی بدون تغییر

د - متحرک موزون

5- کدامیک جز مشکلات ناشی از برآورد بیشتر از میزان واقعی تقاضاست؟

الف - تبدیل هزینه ها

ب - عدم تراکم موجودی

ج - تقویت قدرت رقابتی

د - کاهش سرمایه گذاری

6- جستجو به منظور آشنایی با تغییر و تحولات تکنولوژی در کدام بعد بازاریابی انجام میگردد؟

الف - بازارشناسی

ب - بازارگردی

ج - بازارگرایی

د - بازارسنجی

7- در زمان نبود تقاضا وظیفه بازاریابی چه میباشد؟

الف - تبدیل تقاضا

ب - ایجاد تقاضا

ج - پرورش تقاضا

د - احیا و تجدید تقاضا



8- در زمان تقاضای بیش از حد وظیفه بازاریابی چه میباشد؟

الف - تبدیل تقاضا

ب - تعدیل تقاضا

ج - تضعیف تقاضا

د - احیا و تجدید تقاضا

9- به فرآیند جا انداختن محصول جدید در بازار .....میگویند.

الف - بازاریابی

ب - بازار اداری

ج - بازارگردانی

د - بازارشناسی

10- در کدام شیوه نظرخواهی سرعت تند میباشد؟

الف - مکاتبه ای

ب - تلفنی

ج - حضوری

د - پرسشنامه

11- کدامیک از عوامل خارجی تاثیرگذار بر قیمت محصول است؟

الف - دولت

ب - قیمت

ج - استراتژی بازاریابی

د - اهداف بازاریابی

12- آمیخته بازاریابی (P4) را نام ببرید؟

الف - تولید\_ عرضه - تقاضا- قیمت

ب - خرید\_ تحقیقات- مواد اولیه- بازار

ج - محصول\_ قیمت- مکان توزیع- ترفیعات فروش

د - مشتری\_ قیمت\_ عرضه\_ مواد اولیه

13- نام تجاری جز .....است.

الف - تبلیغات پیشبردی

ب - محصول

ج - مکان

د - نرخ

14- در زمان تقاضای ناسالم وظیفه بازاریابی چه میباشد؟

الف - تخریب تقاضا

ب - تعدیل تقاضا

ج - پرورش تقاضا

د - احیا و تجدید تقاضا



15- کدامیک جز تهدیدات بازار به شمار می رود؟

الف - افزایش قدرت چانه زنی خریداران

ب - کاهش موانع قانونی باری

ج - رشد بازار

د - تبلیغات رقبا

16- هدف اساسی کسب و کار در بازاریابی چیست؟

الف - اصول فرهنگی

ب - رقبا

ج - مشتریان

د - واسطه

17- بازاریگردانی به چه معناست؟

الف - مدیریت عرضه

ب - مدیریت تحول

ج - مدیریت تقاضا

د - مدیریت بازار

18- کدام یک از گزینه های زیر از عوامل اصلی تقسیم بندی بازار به شمار نمی رود؟

الف - رفتار

ب - جمعیت

ج - اقتصاد

د - تکنولوژی

19- برای بدست آوردن اطلاعاتی از شرکتی خاص بهتر است با کدام قسمت صحبت کنید؟ چرا؟

الف - بخش فروش / چون عالقمند به فروش و توضیح هستند

ب - فروش محصولات وارداتی با قیمتی بیشتر از بازار داخلی یا کشور مادر

ج - فروش محصولات وارداتی با قیمتی کمتر از بازار داخلی یا کشور مادر

د - عرضه محصول به میزان بیشتر از سطح تقاضای بازار جهت پایین نگاه داشتن قیمت فروش

20- مفهوم بازار انحصار کامل، کدام است؟

الف - از یک فروشنده تشکیل میشود و تولیدکننده قیمت پذیر نمی باشد.

ب - از یک فروشنده تشکیل میشود و تولیدکننده قیمت ساز نمی باشد

ج - از تعداد معدودی فروشنده که در مقابل استراتژیهای قیمت گذاری و بازاریابی یکدیگر فو القاعده حساس هستند، تشکیل میشود

د - از تعداد معدودی فروشنده که در مقابل استراتژیهای قیمت گذاری و بازاریابی یکدیگر بی تفاوت هستند، تشکیل میشود

21- وقتی با منشی یک شرکت تماس میگیرید برای جلب اعتماد او بهتر است 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

22- مردم از فروشندگان ..... متنفر هستند.

الف -گران فروش

ب - پرحرف

ج - چاپلوس

د - دلال

23- تنه‌اراه مناسب برای ارائه محصول ، کدام نادرست است؟

الف - پرسیدن سوال مناسب

ب - دریافت اطلاعات لازم

ج - دادن یک پیشنهاد مناسب

د - برای مشتری گزینه های انتخابی زیادی گذاشتن

24- تفاوت اصلی و کلیدی بنگاهها چیست؟

الف - در نوع فعالیتی که ارائه میکنند

ب - در نوع کارکنان آنها

ج - در میزان سودآوری

د - در نوع هدایا و پاداشهایی که ارائه میکنند

25- کدامیک از موارد زیر، نقاط قوت بنگاههای کوچک می باشد؟

الف - تشریفات اداری کمتر - تک محصوله بودن

ب - انگیزه بیشتر - مشکلات پرسنلی

ج - انعطاف پذیری بیشتر - تماس با افراد

د - تماس با افراد - محدودیت مالی

26- یک ..... ، حتی خوش ، تنها یک وسیله است . و باید بصورت ..... پایدار در بازاریابی تبدیل شود و توسعه یابد .

الف - ایده - فرصتی

ب - فرصت - ایده ای

ج - فرصت - فکری

د - فکر - ایده ای

27- خلق ایده های خوب در بازاریابی ، معمولاً اتفاقی ..... و نتیجه ..... است .

الف - است - شانس

ب - است - سرنوشت

ج - نیست - سخت کوشی

د - نیست - شانس

28- کدامیک از موارد زیر عوامل اصلی انتخاب محل بازاریابی نیست

الف - جمعیت

ب - وسیله نقلیه

ج - رقابت

د - اقتصاد

29- بازاریابی بر پایه ۴ مقوله اصلی معروف به ۴ پی به شرح زیر استوار است کدام گزینه شامل این ۴ مقوله میشود؟

الف - کالا یا خدمات-توزیع-قیمت گذاری-ترویج

ب- Promotion-place-pricing-product -

ج - کالا- قیمت گذاری-عرضه-فروش

د- کالا یا خدمات-توزیع-قیمت گذاری-ترویج - Promotion-place-pricing-product

30- تعیین نوع تبلیغات جز کدام از ۴ پی میشود؟

الف-product -

ب-Promotion -

ج-Pricing -

د-Place

۳۱- بازاریابی مستقیم جز کدام از ۴ پی میشود؟

الف-product -

ب-Promotion -

ج-Pricing -

د-Place

۳۲- تعیین نام تجاری جز کدام از ۴ پی میشود؟

الف-product -

ب-Promotion -

ج-Pricing -

د-Place

۳۳- تعیین طراحی کالا جز کدام از ۴ پی میشود؟

الف-product -

ب-Promotion -

ج-Pricing -

د-Place

۳۴- تعیین شرایط اعتباری در مورد کالا جز کدام از ۴ پی میشود؟

الف-product -

ب-Promotion -

ج-Pricing -

د-Place

۳۵- تعیین پرسنل فروش جز کدام از ۴ پی میشود؟

الف-product -

ب-Promotion -

ج-Pricing -



د- Place

۳۶- تعیین فهرست مجازی کالا جز کدام از ۴ پی میشود؟

الف- product

ب- Promotion

ج- Pricing

د- Place

۳۷- تعیین شرایط و مدت پرداخت جز کدام از ۴ پی میشود؟

الف- product

ب- Promotion

ج- Pricing

د- Place

۳۸- تعیین حجم و اندازه تولید جز کدام از ۴ پی میشود؟

الف- product

ب- Promotion

ج- Pricing

د- Place

۳۹- کدام یک از موارد زیر جز عوامل موثر بر محیط خرد بازاریابی نیستند؟

الف- محیط فرهنگی

ب- رقبا

ج- مشتریان

د- واسطه های بازاریابی

40- کدام یک از موارد زیر جز عوامل موثر بر محیط خرد کلان نیستند؟

الف- محیط فرهنگی

ب- رقبا

ج- مشتریان

د- واسطه های بازاریابی

41- کدام یک از موارد زیر جز عوامل موثر بر محیط خرد بازاریابی نیستند؟

الف- عوامل سیاسی

ب- رقبا

ج- مشتریان

د- تامین کنندگان مواد اولیه

42- کالاهایی که تولیدکنندگان برای تولید کالاهای مختلف دیگر آنها را خریداری کنند و مورد استفاده قرار دهند.....نامیده

میشود.

الف- کالای واسطه ای

ب- کالای مصرفی



ج - کالای ضروری

د - کالای تجملی

43- کالاهایی که در بازار عرضه میشود و به فروش می رسند تا توسط مصرف کنندگان خریداری شوند و به مصرف برسند.....نام دارد.

الف - کالای واسطه ای

ب - کالای مصرفی

ج - کالای ضروری

د - کالای تجملی

44- کالاهایی نیاز اولیه مصرف کنندگان را تامین میکند .....نام دارد

الف - کالای واسطه ای

ب - کالای مصرفی

ج - کالای ضروری

د - کالای تجملی

45- کالاهایی که برای نیازهای کم اهمیت تر مصرف میشود .....نامیده میشود.

الف - کالای واسطه ای

ب - کالای مصرفی

ج - کالای ضروری

د - کالای تجملی

46- انتخاب ..... بر قیمت فروش، سرعت تحویل،کیعیت کالا به هنگام تحویل تاثیر دارد.

الف - نوع وسیله حمل و نقل

ب - خریدار کالا

ج - نوع ارز

د - نوع بیمه

47- اطلاعات اقتصادی صادرکنندگان برای صادر کردن کالا به کشور مقصد شامل چه اطلاعاتی میشود؟

الف - آشنایی با میزان تعرفه وضع شده بر کالاها

ب - اطلاع از نظام گمرکی و بانکی کشورها

ج - اطلاع از اوضاع معیشتی مردم کشور مورد نظر

د - آشنایی با میزان تعرفه وضع شده بر کالاها-اطلاع از نظام گمرکی و بانکی کشورها-اطلاع از اوضاع معیشتی مردم کشور مورد نظر

48- برای نفوز به بازارهای بین المللی چه مواردی نیازاست؟

الف -اطلاعات جامع و کامل

ب - سرمایه اولیه

ج - زیرساخت های تجارت

د -اطلاعات جامع و کامل-سرمایه اولیه-زیرساخت های تجارت

49- عبارت (گاهی ممکن است کالا اول به کشور ثالث حمل شود در آنجا فرآیندی روی کالا انجام شود و سپس به کشور مقصد



حمل شود) کدام نوع زیر میباشد؟

الف - صادرات غیرمستقیم

ب - صادرات مستقیم

ج - مشارکت

د - فرنچایز

50- عبارت(همان شیوه متداول صادرات است که کشور ثالثی در میان نیست) کدام مورد زیر است؟

الف - صادرات غیرمستقیم

ب - صادرات مستقیم

ج - مشارکت

د - فرنچایز

51- عبارت (معمولا شرکتهای چند ملیتی و یا شرکت های که فناوری بالا دارند از این روش استفاده می کنند) کدام مورد زیر است؟

الف - صادرات غیرمستقیم

ب - دادن امتیاز

ج - مشارکت

د - فرنچایز

52- عبارت( صادرکننده با مشارکت طرف خارجی کالا یا خدماتی را به کشور هدف صادر می کنند) کدام است؟

الف - صادرات غیرمستقیم

ب - صادرات مستقیم

ج - مشارکت

د - فرنچایز

53- به کدامیک معامله افسست گفته میشود؟

الف - صادرات غیرمستقیم

ب - صادرات مستقیم

ج - مشارکت

د - فرنچایز

54- یافتن بازار هدف و بخش بندی بازارها تعریف کدامیک از ابعاد مارکتینگ است؟

الف - بازاریابی

ب - بازاریابی

ج - بازارگرایی

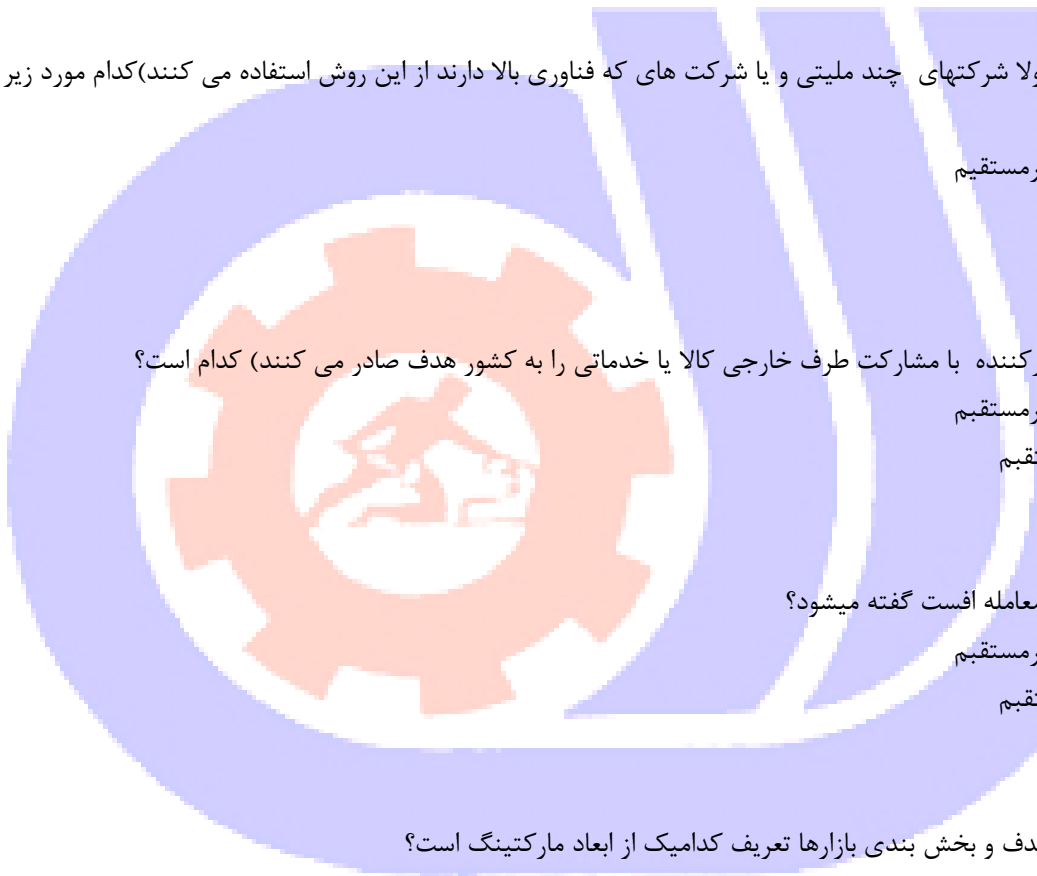
د - بازارشناسی

55- وضعیتی است که هر نوع تقاضا برای محصول، زاید به نظر میرسد:

الف - تقاضای بیش از حد

ب - تقاضای ناسالم

ج - تقاضای مثبت



د - تقاضای منفی

56- چهارمین مرحله از فرآیند تحقیقاتی بازاریابی میباشد:

الف - تنظیم فرضیه

ب - جمع آوری داده

ج - طراحی تحقیق

د - تفسیر یافته ها

57- بازار الکترونیک موانع ..... از بین میبرد.

الف - از بین رفتن موانع جغرافیایی

ب - تفاوت روز و شب

ج - نحوه برقراری ارتباطات

د - از بین رفتن موانع جغرافیایی، تفاوت روز و شب، نحوه برقراری ارتباطات

58- بازاریابی جدید با استفاده از ..... میباشد

الف - الکترونیکی، شبکه ها

ب - الکترونیکی، اینترنت

ج - بازاریاب و حضوری

د - الکترونیکی، شبکه ها و اینترنت

59- مزایای بازاریابی الکترونیک .....

الف - همه جا، همه وقت، همه کس

ب - فروش مستقیم و بدون واسطه

ج - سهولت در ورود به بازارهای کشورهای دیگر

د - همه جا، همه وقت، همه کس - فروش مستقیم و بدون واسطه - سهولت در ورود به بازارهای کشورهای دیگر

60- تاثیرات بازار الکترونیک .....

الف - بهبود بازاریابی مستقیم

ب - تبدیلی و تغییر سازمانها

ج - تعریف مجدد سازمانها

د - بهبود بازاریابی مستقیم - تبدیلی و تغییر سازمانها - تعریف مجدد سازمانها

61- برنامه بازاریابی الکترونیکی:

الف - مشابه بازاریابی سنتی است

ب - به دنبال یکپارچگی در برنامه های بازاریابی برخط و برون خط است

ج - نیاز به تطبیق با برنامه های بازاریابی سنتی دارد.

د - متفاوت از بازاریابی سنتی است

62- کندی رشد بازاریابی الکترونیکی به دلیل کدامیک از عوامل زیر است؟

الف - کندی دربارگزاری صفحات وب سایت

ب - اهداف مبهم

ج - کندی در انجام سفارشات

د - عدم ایجاد ارزش افزوده

63- شیوه غالب در بازاریابی در شرایط کنونی چگونه است؟

الف - بازاریابی سنتی

ب - بازاریابی الکترونیکی

ج - بازاریابی سنتی - الکترونیکی

د - بستگی به زیرساخت فن آوری دارد.

64- طراحی وب سایت حاصل کدامیک از فرمول های زیر است؟

الف - قابلیت استفاده، قابلیت دسترسی، معماری اطلاعات

ب - عملیات محتوا، فرم، سازمان، تعامل

ج - محتوا، فرم، گرافیک، جذابیت،

د - مرورگری، ساختار، صفحه بندی، تعامل

65- تاثیر مهم عوامل جذابیت برای وب سایت عبارتند از:

الف - ایجاد شخصیت

ب - ایجاد برند

ج - ایجاد گرافیک

د - ایجاد اهمیت

66- برنامه بازاریابی الکترونیکی:

الف - مشابه برنامه بازاریابی سنتی است.

ب - متفاوت از برنامه بازاریابی سنتی است.

ج - نیاز به تطبیق با برنامه های بازاریابی سنتی دارد.

د - به دنبال یکپارچگی در برنامه های بازاریابی برخط و برون خط است.

67- فرآیند خرید بر خط دربرگیرنده:

الف - کالاهایی با درگیری ذهنی پایین است

ب - کالاهایی با درگیری ذهنی بالا است

ج - وابسته به نوع درگیری ذهنی خریدار نیست

د - فرآیندهای اطلاعاتی خریدار و فروشنده است.

68- کدامیک از موارد زیر در فرآیند خرید از اهمیت بیشتری برخوردار است؟

الف - تشخیص مساله/نیاز

ب - جستجوی اطلاعات و ارزیابی

ج - خرید

د - خدمات پس از فروش

69- بیشترین حجم تجارت در محیط وب به کدامیک از موارد زیر اختصاص دارد؟

الف B2C -

ب B2B -

ج C2C -



د- C2B

۷۰- در ارتباط با کسب و کار الکترونیکی، تجارت الکترونیکی و بازاریابی الکترونیکی میتوان ادعا کرد که:

الف- کسب و کار الکترونیکی، تجارت الکترونیکی و بازاریابی الکترونیکی مفاهیم یکسانی هستند.

ب- کسب و کار الکترونیکی، تجارت الکترونیکی و بازاریابی الکترونیکی دارای هم پوشانی هستند.

ج- کسب و کار الکترونیکی دربرگیرنده تجارت الکترونیکی و بازاریابی الکترونیکی است.

د- دیدگاههای متفاوت درباره مفاهیم فوق قابل بحث است.

71- تامین رضایت مشتری جز کدام دسته از فلسفه های بازار است؟

الف - فلسفه تولید

ب - فلسفه بازاریابی

ج - فلسفه بازاریابی اجتماعی

د - کالا

72- به مجموعه ای از خریداران و فروشندگان بالقوه .....می گویند.

الف - تقاضاها

ب - محصولات

ج - بازار

د - مباله

73- به مبالغی که در جهت رفع نیاز به پرداخت می شود.....می گویند.

الف - خدمت

ب - محصول

ج - خواسته

د - تقاضا

74- تمرکز بازاریابی ..... بر این اساس که در نیازهای مشتریان چه چیزهایی مشترک است تا این که چه چیزهایی متمایز است.

الف - متمایز

ب - غیر تفکیکی

ج - تمرکزی

د - تفکیکی

75- عواملی که در تعیین بازار هدف (مشتریان) به ما کمک می کنند عبارتند از:

الف - عوامل درآمدی، جمعیتی و شناخت ابعادی رفتاری مصرف کننده

ب - شناخت عوامل رفتار فردی

ج - درآمد سرانه و پس انداز

د- GNP و رفتار گروهی

76- گروه مورد نظر (Target Group) همان.....

الف- گروههای مرجع هستند.

ب - گروهی هستند که تولید برای آنها انجام میشود

ج - گروههای سیاسی هستند.

د - گروههای فرهنگی، اجتماعی هستند

77- به فرآیند دسته بندی مشتریان به گروههایی با نیازها، خواسته ها و ویژگی های یکسان می گویند؟

الف - تقسیم بازار

ب - تجزیه و تحلیل بازار

ج - تمرکز بر بازار

د - انتخاب بازار

78- .....یک محصول جایگاهی است که آن در فکر مشتریان نسبت به مارکهای رقیب دلرد.

الف - قسمت

ب - خصیصه

ج - وضعیت استفاده

د - موضع

79- به فرآیند شناخت مشتری و بازار ..... می گویند.

الف - بازارسنجی

ب - بازاریابی

ج - بازارشناسی

د - بازاراداری

80- کدام مورد جز نقطه تفاهم مشتریان باشد؟

الف - رسالت

ب - بیانیه ماموریت

ج - چشم انداز

د - خط مشی ها و ماموریت ها

81- هدف اساسی کسب و کار در بازاریابی چیست؟

الف - مشتریان

ب - رقبا

ج - واسطه

د - اصول فرهنگی

82- تشویق و ترغیب مشتریان جدید به خرید محصول در کدام بعد از بازاریابی انجام می گردد؟

الف - بازارشناسی

ب - بازارگرایی

ج - بازارگرایی

د - بازارسازی

83- زمانی که مشتریان ، خود تبدیل به بازاریابان محصولات ما می شوند ما به کدام مرحله رسیده ایم؟

الف - نگهداری مشتری

ب - جذب مشتری

ج - رشد دادن مشتری



د - ارتقای شرکت

84- هدف اصلی مدیریت ارتباط با مشتری عبارتند از:

الف - شناخت مشتریان

ب - جذب مشتریان

ج - حفظ مشتریان

د - کسب وفاداری مشتریان

85- کدامیک از عوامل زیر برای وفادارسازی مشتریان برخط مهمتر است؟

الف - تحویل به موقع کالا

ب - قیمت منطقی

ج - شخصی سازی

د - کیفیت کالا

86- اصل پارتو بیانگر کدامیک از موارد زیر است

الف - ۲۰ درصد مشتریان ۸۰ درصد محصولات شرکت را خریداری می کنند

ب - مشتریان د وفادار خرید از محصولات شرکت را به دیگران توصیه میکنند

ج - ۸۰ درصد مشتریان ۲۰ درصد محصولات شرکت را خریداری می کنند

د - یک مشتری خوب ۲۰ برابر مشتری بد ارزش دارد

87- کدامیک از موارد زیر در فرآیند خرید اهمیت بیشتری دارد؟

الف - نیاز

ب - خدمات پس از فروش

ج - خرید

د - جستجوی اطلاعات

88- در تماسهای تلفنی ..... به اندازه تعداد تماس ها اهمیت دارد چراکه نرخ تبدیل نشان میدهد که چند درصد از مخاطبان به

مشتری تبدیل می شود؟

الف - افزایش نرخ تبدیل

ب - تماس تلفنی مشتری

ج - کاهش نرخ تبدیل

د - تماس تلفنی بازاریاب

89- اگر از روی فهرستی بامشتریان تماس میگیرید که دیگر بازاریابان هم از آن لیست تماس میگیرند بهتر است کار خود را از

..... شروع کنید؟

الف - تثبیتی

ب - اول فهرست

ج - انتهای فهرست

د - مشتریان وفادار

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

الف - گفته هایش را 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

91- وقتی مشتری می خواهد شما را با رقیبان مقایسه کند بهترین ریکشن چیست؟

الف - نقاط قوت و برتری شرکت خودتان را بیان کنید

ب - قطع کنید

ج - بگذارید خودش انتخاب کند

د - قیمت گذاری

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

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

ب - قیمت گذاری پرمایه

ج - قیمت گذاری خط محصول

د - تخفیف عملیاتی

93- چرا بهتراست 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

94- 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 عاقله به آغاز همکاری مجدد

د - ابراز خشنودی از ارتباط مجدد

95- مشتری برچه اساسی خرید میکند؟

الف - براساس ظاهر

ب - براساس ارزش

ج - براساس تخفیف ویژه

د - براساس نام شرکت

96- 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

97- شکایات و نا امیدي تعدادی از مشتریان از محصولات و خدمات شرکت میتواند ..... .

الف - باعث خلق ایده گردد

ب - باعث نا امیدی بخش تولید گردد

ج - باعث بحران شرکت گردد

د - باعث کاهش خلاقیت گردد

98- وقتی می بینیم چرخه عمر محصولات و خدمات محدود است برای تداوم چرخه و حفظ مشتریان بازار بایستی .....

الف - رقبای خود را در بازار خراب کنیم

ب - کسب و کار خود را محدود و کوچک کنیم

ج - فقط خدمات ارائه داد

د - ایده های کسب و کار ارائه داد

99- پایه و اصول خواست دایمی مصرف کنندگان شامل چه مواردی میشود؟

الف - قیمت کمتر و کیفیت پایین تر

ب - قیمت بالاتر و کیفیت پایین تر

ج - قیمت کمتر و کیفیت بالاتر

د - قیمت بالاتر و کیفیت بالاتر

100- مشتریان در توزیع کالا خواستار چه چیزی هستند؟

الف - تحویل به موقع

ب - تامین نیازهای فوری

ج - خدمات پس از فروش

د - تحویل به موقع - تامین نیازهای فوری - خدمات پس از فروش

101- رفتار پس از خرید مصرف کنندگان از کدام زاویه اهمیت دارد؟

الف - بازارگرایی

ب - بازارگرمی

ج - بازارسنجی

د - بازارداری

