

营销工作测试题(一)		
电子文件编码	CP - B07 - 001	共 8 页 第 1 页
测试说明	为提高你的销售管理业绩,以下的基础知识是你所应该掌握和了解的,请作答。	
测 试 题	1.销售费用的项目构成有哪些? 	
	2.销售费用的预算方法有哪些? 	
	3.销售费用预算的编制方法有哪几种? 	
	4.构成企业所要追求的市场策略要素有哪些? 	
	5.市场范畴策略包括哪些内容? 其各自的优缺点是什么? 	
	6.市场的地理涵盖策略包括哪些? 	
	7.企业有哪几种市场进入策略的选择? 其目标和适用条件分别是什么? 	

全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式：全国招生 函授学习 权威双证 国际互认
- 认证项目：注册职业经理、人力资源总监、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、企业管理咨询师、企业总经理、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、采购经理、IE工业工程师、医院管理、行政总监、市场总监等高级资格认证。
- 颁发双证：高级注册 经理资格证+MBA研修证+人才测评证+全套学籍档案
- 收费标准：仅收取1280元 招生网址：www.mhjy.net
- 报名电话：13684609885 0451—88342620
- 咨询邮箱：xchy007@163.com 咨询教师：王海涛
- 学校地址：哈尔滨市道外区南马路120号职工大学（美华教育）



美华论坛
www.mhjy.net

- 颁证单位：中国经济管理大学
- 主办单位：美华管理人才学校

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: www.mhjy.net

营销工作测试题(一)		
电子文件编码	CP - B07 - 001	共 8 页 第 2 页
测 试 题	<div>8.企业在哪种情况下适合选择早期进入策略?</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div>9.什么是网络营销?</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div>10.网络营销的内容有哪些?</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div>11.网络营销定价策略有哪些?</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div>12.销售计划应包含的内容有哪些?</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div>13.怎样编制年度销售总额计划?</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div>14.怎样进行促销计划的编制?</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div>15.绿色产品标志评定的主要原则有哪些?</div> <div></div> <div></div> <div></div>	

营销工作测试题(一)		
电子文件编码	CP-B07-001	共 8 页 第 3 页
测 试 题	16.怎样塑造绿色企业形象? _____ _____	
	17.销售人员培训的目标有哪些? _____ _____	
	18.对销售人员的激励方法有哪几种? _____ _____	
	19.销售人员的报酬制度有几种类型? _____ _____	
	20.管理部属的方法有哪些? _____ _____	
参 考 答 案	1.项目构成有: (1)销售条件费。 (2)佣金费用。 (3)促销费。 (4)运输费。 (5)人事费。 (6)折旧费。 (7)其他包括交际费、交通费、水电费、租金、保险费、销售资料费、培训费等。 2.方法有3种:自上而下式、自下而上式和两种方式对照。	

营销工作管理测试题(一)

电子文件编码

CP - B07 - 001

共 8 页 第 4 页

参
考
答
案

3.方法有:

- (1)以过去的实绩为准的方法。
- (2)依靠销售毛利或销售收入目标值的方法。
- (3)从纯利目标倒算的方法。
- (4)依是否随销售收入而变化的方法。
- (5)根据单位数量求算的方法。

4.要素有:

- (1)市场范围策略。
- (2)市场地理涵盖策略。
- (3)市场进入策略。
- (4)市场承诺策略。
- (5)市场稀释策略。

5.包括:

- (1)单一市场策略。
 - (2)多市场策略。
 - (3)全市场策略。
 - (5)在市场范围中寻求改变。
- 优缺点(略)

6.包括:

- (1)本地市场策略。
- (2)区域市场策略。
- (3)全国市场策略。
- (4)国际市场策略。

7.有三种:

(1)领先者,即在他人之前进入市场。

目标是:创造一个领先地位,使其他人难以望其项背。

条件是:a.承担风险的意愿及能力。b.技术能力。c.奋力保持领先。d.强度促售。e.创造主要的需求。f.小心地衡量实力。

(2)早期的进入者,即在领先者之后进入市场。

目标是:避免领先者在市场中建立碉堡。

条件是:a.卓越的营销策略。b.充足的资源。c.挑战市场领

营销工作管理测试题(一)

电子文件编码

CP-B07-001

共 8 页 第 5 页

参
考
答
案

导者的强力承诺。

(3)落后者,即在市场成长期尾端或成熟期进入市场。

目标是:捕捉无品牌忠诚度的市场或达到市场需求能力优于现有的公司。

条件是:a.市场研究能力。b.市场生产能力。C.具创造力的营销策略的能力。

8.(1)当公司可以以产品品质建立高度客户忠诚度,同时能在市场演进过程中继续维持时。

(2)当公司可以发展广大的产品线以打消其它公司进入市场的意图,或是与选择单一市场利基的竞争者争斗时。

(3)当现今的投资不重要或是技术变化并不快速,以致产生产品过时的问题时。

(4)当早期进入者有其经验曲线,同时学习的程度与累积的经验密切相关,且无法马上被后来的进入者取得时。

(5)当绝对成本优势可以由早期对于原料、零件制造、通路等的投资而取得时。

(6)当产品提供较现有产品较高价值而使早期的体系结构偏高。

(7)当潜在竞争者因为市场信息并不具策略重要性而不积极进入,或是现有竞争者愿意失去市场占有率时。

9.网络营销是以互联网络为媒体,以新的方式、方法和理念实施的营销活动,更有效地促成个人和组织交易活动的实现。

10.内容有:

(1)网上市场调查。

(2)网上消费者行为分析。

(3)网络营销决策的制定。

(4)网上产品和服务策略。

(5)网上价格营销策略。

(6)网上渠道选择与直销。

(7)网上促销与网络广告。

(8)网络营销管理与控制。

11.策略有:

(1)直接低价定价。即定价时大都采用成本加一定利润,有的

营销工作管理测试题(一)

电子文件编码

CP - B07 - 001

共 8 页 第 6 页

参
考
答
案

甚至是零利润。

(2)定制生产定价。

(3)使用定价。即顾客通过互联网注册后可以直接使用某企业产品,顾客只需要根据使用次数付费,而不需要将产品完全购买。

(4)拍卖竞价。即消费者通过互联网轮流公开竞价,在规定时间内价高者赢得。

12.应包含的内容有:

(1)商品计划(制作什么产品?)

(2)渠道计划(透过何种渠道?)

(3)成本计划(用多少钱?)

(4)销售单位组织计划(谁来销售?)

(5)销售总额(销售到哪里? 比重如何?)

(6)促销计划(如何销售?)

13.(1)参考过去年度自己本身和竞争对手的销售实绩。

(2)损益平衡点等基准。

(3)综合许多政治、经济、社会变迁资料拟出事业发展计划的销售总额。

(4)召开会议做最后的检查改进及最终决定。

14.分四种情况:

(1)与商品相关的促销计划

a.销售系统化。

b.商品的质量管理。

c.商品的新鲜、卫生及安全性。

d.专利权。

e.样本促销。

f.展示会促销。

g.商品特卖会。

(2)与销售方法相关的促销计划

a.确定销售点。

b.销售赠品及奖金的支付。

c.招待促销会。

营销工作管理测试题(一)

电子文件编码

CP-B07-001

共 8 页 第 7 页

参
考
答
案

d.掌握节日人口聚集处促销。

e.建立连锁店。

f.销售退货制度。

g.分期付款促销。

(3)与销售人员相关的促销计划

a.业绩奖赏。

b.行动管理及教育强化。

c.销售竞赛。

d.团队合作的销售。

(4)广告宣传等促销计划着眼点

a.POP(销售点展示)。

b.宣传单随报夹入。

c.模特儿展示。

d.目录、海报宣传。

e.报纸、杂志广告。

15.评定的原则有:

(1)产品的制造给环境的负担要少。

(2)产品使用中与使用后,对改善环境的贡献要大。

(3)产品废弃后对环境造成的负担要少。

16.按以下的步骤:

(1)导入企业形象识别系统 CIS。

(2)制定绿色企业形象战略。

(3)统一绿色产品标志形象识别。

(4)加强绿色产品标志管理。

17.目标有:

(1)使销售代表了解公司的历史、目标、组织机构设置和权限。

(2)使销售代表了解公司的产品。

(3)使销售代表了解消费者、竞争对手的特点。

(4)使销售代表了解如何进行有效的推销展示。

(5)使销售代表需要理解实地工作的程序和责任。

18.激励的方法有:

(1)荣誉激励法。

营销工作管理测试题(一)

电子文件编码	CP - B07 - 001	共 8 页 第 8 页
参 考 答 案	<p>(2)责备激励法。</p> <p>(3)竞赛激励法。</p> <p>19.报酬制度有：</p> <p>(1)纯粹薪水制度。</p> <p>(2)纯粹佣金制度。</p> <p>(3)薪水加佣金制度。</p> <p>(4)薪水加奖金制度。</p> <p>(5)薪水加佣金再加奖金制度。</p> <p>(6)特别奖励制度。</p> <p>20.(略)</p>	

营销工作测试题(二)		
电子文件编码	CP - B07 - 002	共 7 页 第 1 页
测试说明	为提高你的销售管理业绩,以下的基础知识是你所应该掌握和了解的,请作答。	
测 试 题	1.企业为什么要进行促销策划? <div></div> <div></div> <div></div>	
	2.促销策略具有什么样的特点? <div></div> <div></div> <div></div>	
	3.促销策划应注意的事项有哪些? <div></div> <div></div> <div></div>	
	4.促销活动的过程管理包括哪几个时段? <div></div> <div></div> <div></div>	
	5.促销管理的原则有哪些? <div></div> <div></div> <div></div>	
	6.怎样进行促销活动管理? <div></div> <div></div> <div></div>	
	7.定价策略包括哪些方面? <div></div> <div></div> <div></div>	

营销工作测试题(二)

电子文件编码

CP - B07 - 002

共 7 页 第 2 页

测
试
题

8.为什么要进行商品价格管理?

9.根据国家规定,企业各商场在价格方面应当履行的义务有哪些?

10.怎样管理好物价方面的工作?

11.商品有哪几种定价方法?

12.定价策略与定价方法相比较其不同点在哪里?它包括哪些内容?

13.什么叫电子商务?它包括哪些范围?

14.电子商务与传统的处理商务活动方式相比有什么优点?

15.营销物流中心配送工作的主要任务是什么?

营销工作测试题(二)		
电子文件编码	CP - B07 - 002	共 7 页 第 3 页
测 试 题	<div>16.怎样制订情报管理制度?</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div>17.获取竞争对手情报的主要途径有哪些?</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div>18.怎样进行市场调查?</div> <div></div> <div></div> <div></div>	
参 考 答 案	<div>1.这是因为:</div> <div>(1)促销策划的实施及成效对企业营销、甚至经营都是极大的促进,同时也往往带动企业文化和企业形象的提升。</div> <div>(2)促销策划促使各项促销工作健康有序地发展,其中计划、组织、协调、检查、控制都是策划需要考虑和规划的。所以促销策划使整个促销工作有重点、出成效。</div> <div>(3)促销策划能使促销活动更加有效。消费者要求的提高,对促销策略、方式的要求也相应提高。</div> <div>(4)促销策划能使促销的投入更有效,减少不必要的费用支出,由于策划要充分考虑费用投入、利润、促销活动的效果,所以能使促销预算具有科学性,也使促销工作得到科学的预算保证,从而使促销工作不断开展下去。</div> <div>2.具有以下特点:</div> <div>(1)在不同的促销方式进行比较的基础上进行决策促销。</div> <div>(2)策划者要善于进行协调组织工作,促销是企业的一项整体性工作,协调、组织是促销工作的组织保证。</div>	

营销工作测试题(二)

电子文件编码

CP - B07 - 002

共 7 页 第 4 页

参
考
答
案

- (3)促销策划协调组织是关于市场情报分析、竞争者对策分析、促销实施情况的分析,并将这些分析同策划要求进行组织协调。
- (4)充分了解竞争者的促销动态,在进行促销策划时,必须首先掌握竞争者的动向,特别是竞争者的促销手法、规模和影响。
- 3.应注意的事项有:
- (1)以激励促销对象为出发点。
- a. 由于促销的激励是通过一定的刺激促使某种思想、愿望和行为产生的过程,因此在促销中,促使销售人员以满足购买者和促进购买者适应促销人员,始终是促销的全部内容。
- b. 激励可以使促销人员产生实现目标的动力和使用者、购买者产生购买的意愿。同时,在实现这一目标和意愿过程中体验到各种满足。
- (2)以遵纪守法、公平竞争为立足点。
- (3)新颖独特,以创新为突破点。
- (4)实战高效,以有效对抗竞争者为着眼点。
- 4.包括三个时段:
- (1)促销前进行的工作,包括计划的审订、手册的制订、制度的制订。
- (2)促销执行期间进行的监督管理工作。
- (3)促销后进行的工作,分析、评估、总结。
- 5.原则有:
- (1)认识个人职责与公司目标的相互关系。
- (2)限制衡量尺度的数量以便决定管理的标准。
- (3)避免使用“最大”和“最小”的管理标准。
- (4)根据各级管理人员的领导形式设计管理系统。
- (5)促进自我管理。
- (6)联系沟通。
- 6.促销活动管理包括:
- (1)确立促销宗旨。
- (2)促销产品、对象、方式、形象定位。
- (3)促销计划的制订。

营销工作测试题(二)

电子文件编码

CP-B07-002

共 7 页 第 5 页

参
考
答
案

- (4)促销对象细分。
- (5)选择促销活动时机。
- 7.定价策略包括：
- (1)“薄利多销”定价策略。
- (2)阶段定价策略。
- (3)心理定价策略。
- (4)差别定价策略。
- 8.为了保证国家的物价方针、政策更好地贯彻执行,为了有效地促进国民经济有计划按比例协调发展,为了保障人民生活的安定,必须加强对商品价格的管理。
- 9.义务有：
- (1)遵照执行国家的价格方针、政策和法规,执行国家定价、国家指导价。
- (2)如实上报实行国家定价、国家指导价的商品和收费项目的有关定价资料。
- (3)服从物价部门的价格管理,接受价格监督检查,如实提供价格检查所必需的成本、账簿等有关资料。
- (4)执行物价部门规定的商品价格和收费标准的申报、备案制度。
- (5)零售商业、饮食行业、服务行业等,必须按照规定明码标价。
- 10.要管理好物价,必须建立健全相应的规章制度,这些规章制度主要有：
- (1)明码标价制度。
- (2)价格登记制度。
- (3)价格通知制度。
- (4)物价工作联系制度。
- (5)物价监督和检查制度。
- 11.定价方法有：
- (1)需求导向定价法。
- (2)成本导向定价法。
- (3)竞争导向定价法。
- 12.不同点在:定价方法侧重于从量的方面对商品的基础价格作出

营销工作测试题(二)

电子文件编码

CP - B07 - 002

共 7 页 第 6 页

参
考
答
案

科学的计算,而定价策略则是运用定价艺术和技艺,根据市场的具体情况制定出灵活机动的价格。内容包括:

- (1)心理定价,即根据顾客在售货现场的心理制定价格。
- (2)奇零定价,即保留价格尾数,采用零头定价。
- (3)整数定价,即它与尾数定价相反,一律不保留零头。
- (4)声望定价,即利用商场的名声、威望和名牌商品的市场地位,把价格定得高于同类商品。
- (5)招徕定价。
- (6)习惯定价,即按照消费者的习惯价格心理制定价格,或叫例行定价。
- (7)自动降价,也就是针对消费者心理的一种促销技巧。
- (8)折扣定价,即商场在大量购买时给予一定比例折扣的一种策略。
- (9)分档定价,就是把商品分为不同的档次,每个档次确定一个价格。
- (10)综合定价,指商场从追求整体效益最大和动态最优出发,对所经营的各种商品及细分的目标市场进行最佳的价格组合。

13. 电子商务就是利用网络和电子信息来处理 and 完成交易、商务活动,也可以说通过网络连接的企业计算机系统与客户的PC机之间的一系列交互式处理,把查阅商品、选购订货和联机结算,一气呵成,这种计算机网络空间,超越时间和空间的限制,以极快的速度实现电子式的商品交换、商务作业,也称光速商务。

电子商务包括:电子邮件,电子数据交换,电子转账,交易事务处理,智能卡等等。

14. 电子商务的优点:具有快捷、方便、高效等特点,更重要的是一种时髦但并不贵的处理商务活动的新方式。

15. 主要任务是:做好消费者或各分店所需商品的采购、加工、分装、配组、仓储、调运等售前准备工作,最大限度地满足消费者或分店的需要。

16. (1)销售员对“顾客情报报告书”的各项目应不断地注意并向上

营销工作测试题(二)		
电子文件编码	CP - B07 - 002	共 7 页 第 7 页
参 考 答 案	<p>司报告。</p> <p>(2)把顾客的级别可分为 A、B、C 三个等级。</p> <p>(3)定期报告制度。</p> <p>(4)日常报告制度。</p> <p>(5)紧急报告制度。</p> <p>17.主要途径有：</p> <p>(1) 从经营者的动向来获取情报。</p> <p>(2) 从营业状态中获取情报。</p> <p>(3) 从会计方面来获取情报。</p> <p>(4) 分析资产状态来获取情报。</p> <p>18.(1)抽样调查。</p> <p>(2)组织领导、设计人员、销售人员进行用户访问,每年进行一次,每次一个月左右,访问结束,填好用户访问登记表并写出书面报告。</p> <p>(3)销售人员应利用各种订货会与用户接触的机会,征询用户意见,收集市场信息,写出书面汇报。</p> <p>(4)收集日常用户来函来电,进行分类整理,需要处理的问题应及时反馈。</p> <p>(5)不定期召开重点用户座谈会,交流市场信息,反映质量意见及用户需求等情况,巩固供需关系,发展互利协作,增加本企业产品竞争能力。</p> <p>(6)建立并逐步完善重点用户档案,掌握重点用户需要的重大变化及各种意见与要求。</p>	

营销工作测试题(三)		
电子文件编码	CP - B07 - 003	共 8 页 第 1 页
测试说明	<p>为提高你的销售管理业绩,以下的基础知识是你所应该掌握和了解的,请作答。</p>	
测 试 题	<p>1. 营业部怎样进行业务接洽和追踪?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	
	<p>2. 怎样辅导地区总经销?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	
	<p>3. 商品的陈列应注意的事项有哪些?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	
	<p>4. 单据处理的方法有哪些?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	
	<p>5. 商品及时补充的注意事项有哪些?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	
	<p>6. 货款回收处理办法及应注意的事项有哪些?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	
	<p>7. 需回收的货款包括哪几种情况? 分别怎样去进行处理?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	

营销工作测试题(三)		
电子文件编码	CP - B07 - 003	共 8 页 第 2 页
测 试 题	8. 进行市场调查时应注意的事项有哪些? 	
	9. 在新设立或撤销分公司、营业处时应慎重考虑的事项有哪些? 	
	10. 开发新产品时的注意事项有哪些? 	
	11. 怎样进行客户管理? 	
	12. 举行产品展览会时应考虑的因素有哪些? 	
	13. 减价退货的实施步骤有哪些? 	
	14. 客户索赔问题处理对策有哪些? 	
	15. 调查员应该具备的条件是什么? 	

营销工作测试题(三)

电子文件编码

CP - B07 - 003

共 8 页 第 3 页

测
试
题

16. 怎样命令部属完成工作?

17. 接受部属报告的步骤是什么?

18. 指导、培育部属的方法有哪些?

参
考
答
案

1. (1) 确立营业目标。
- (2) 将所有详细内容填入记录卡。
- (3) 联络及追踪客户。
- (4) 进行适当的奖惩。
2. (1) 公司建立各地区总经销的 A 级客户资料。
- (2) 公司订定地区总经销管理办法。
- (3) 公司代招考、训练地区总经销的销售员。
- (4) 公司定期训练各地区总经销(经营者)。
- (5) 公司与各地区总经销共同举办“该地区客户联谊会”。
- (6) 针对达成率太差地区总经销, 做“专案研究”, 找出病因, 对症下药。
- (7) 公司编印各地区总经销对其客户的“标准推销术”。
- (8) 公司协助各地区总经销研拟针对其客户的促销办法。
- (9) 公司辅导地区总经销人事制度, 订定合理工资办法, 降低人员流动率。
- (10) 公司成立专线, 接受各地区总经销及其重要客户的咨询, 解答各类经营问题。
- (11) 公司各级主管定期视察各地区总经销。

营销工作测试题(三)

电子文件编码

CP-B07-003

共 8 页 第 4 页

参
考
答
案

3. 原则有:

- (1)代理店必须确实掌握销售路好的商品,并尽量备齐多种品种,以迅速回应顾客的要求与满足其需要。
- (2)取货人员的取货效率完全决定于商品陈列的好坏,即陈列的位置、分类及整理是否做得彻底、周全。
- (3)出货量最多的物品应该陈列在比较容易拿的地方,量少者依序远放。另外,取货最多的种类应尽量集中在同一处。
- (4)同类商品固定陈列在架上的固定地方,这样不但能够提高取货的效率,如有新开业者或零售店问及畅销商品的种类时,可以让他们参观该货架,即可一目了然。
- (5)空闲时应经常巡视陈列架,随手整理,这样可方便后来的取货。
- (6)服装要经常保持清洁,以免弄脏物品。
- (7)取放商品时须谨慎轻放。

4. 方法有:

- (1)在填写交货单时,须先将物品依照客户别区分。
- (2)客户住址原则上须依照签账卡及单据上的资料填写。
- (3)单据上的文字应尽量以楷书或行书填写。
- (4)在将单据递交给客人时,应迅速对照物品与单据记载内容。
- (5)将单据交给客人时,须立刻请客人填单据号码。
- (6)单据负责人与取货负责人应由专人负责。

5. 注意事项有:

- (1)商品补充时不可有遗漏。
- (2)每天应查巡陈列货架上的数量,并与库存目录表、货品补充卡做一对照。
- (3)负责人员对于库存目录上的商品的更新、订正与废除都应领导协商,并随时注意订正各项商品的库存量。
- (4)对于以往无库存但销路很好的商品,应迅速向上级报告,设法进货经销。
- (5)负责人应经常阅览库存目录表,将内容牢记。
- (6)顾客在订购无法退货的补充商品时,店员应向顾客说明这个规定,让顾客做好考虑后再决定是否定货。

营销工作测试题(三)

电子文件编码

CP - B07 - 003

共 8 页 第 5 页

参
考
答
案

(7)订货申请的手续一定要让上级经手,或取得其认可后再进行。

(8)负责人应随时巡视商品陈列架,设法发觉滞销的商品。

(9)如发现商品有变色、污损、破损等现象,应迅速将该商品换掉。

6. 办法有:

(1)在一般场合,首先确立计划,平常就要勤于拜访对方,为收款工作做准备。

(2)尚需与上级商量时,应利用信函等来督促对方。

(3)对目前付款情况良好的店,如对方要求暂付部分款时,应设法让对方多付一些货款。

(4)收到货款(订金)后应客气言谢,并收入皮包中。

货款回收的注意事项有:

(1)要让推销员彻底明了收回货款才算完成销售。

(2)准备以信用制度交易前,应彻底作好信用调查,并决定正确的信用限度。

(3)交易开始后,需定期性地重新研讨信用限度。

(4)应迅速获得客户经营或支付情况的异常情报。

(5)若发现异常情况,应立即采取必要措施。

7. 包括:

(1)未收款。

(2)催收款。

(3)准呆帐。

未收款的处理方法:

①当月货款未能于次月5日以前回收者,财务部应于每月10日以前将其明细列交营业部核查。

②上述情形该辖区经理及主管,应于未收款期限内,监督所属解决。

催收款的处理方法:

①未收款未能解决,转为催收款者,该经理及主管应于未收款后5日内将其未能回收的原因及对策,以书面提交副总经理,转呈总经理核示。

营销工作测试题(三)

电子文件编码

CP-B07-003

共 8 页 第 6 页

参
考
答
案

②货款经列为催收款后,副总经理应于 30 日内监督所属解决。
准呆账的处理方法:

①准呆账处理仍以营业单位为主办,至于所配合的法律程序,由法律部另以专案研究处理。

②移送法律部配合处理的时机:准呆账有些情形,应于知悉后,即日遣送法律部配合处理。另一些情形,营业单位应依(催收款的处理)规定先行处理解决。处理后未能有结果,认为有依法处理的必要者,再签移法律部依法处理。

③正式采取法律途径以前的和解,由法律部会同营业部前往处理。

④法律程序的进行,由法律部另以专案签准办案,并随时转会营业单位,协助有关事项。

8. 进行市场调查的注意事项有:

(1)计划与策略必须详尽。

(2)负责调查者应使调查的结果有效运用。

(3)公司外的专门机构负责调查时,不要輕易地完全相信对方所说的话,必须先调查该机构的能力、实绩、信用等问题,负责市场调查的销售经理,应亲自去调查;调查前的商讨要能充分协调。

9. 新设立分公司时应注意的事项:

(1)事前的调查和利益的核算必须非常慎重。

(2)不要为了迎合上司的偶发意向,而设立新的分公司或营业处:必须根据销售经理本身的想法及信念方可。

(3)尽量阶梯式地展开,先由小规模开始,再渐次扩大。

(4)分公司、营业处的负责人的选定,最为重要,不可任意委派。

缩小、撤销时应注意的事项有:

(1)不要受对内、对外的面子问题所拘束。

(2)无论对内或对外,均要有充足的理由,才可缩小或撤销。

(3)撤销的分公司、营业处,若为自己公司所有的土地和建筑物,其后应充分有效地利用。

10. 应注意的事项有:

(1)供给商品的计划部门、制造部门的开发部门等,在组织上隶

营销工作测试题(三)

电子文件编码

CP - B07 - 003

共 8 页 第 7 页

参
考
答
案

- 属其他单位时,不可以完全委任对方。
- (2)若商品的开发部门,在自己的管辖范围内时,也不可以委任对方。
- (3)最重要的是,要与企划部门及开发部门共同研究。
- (4)任何构想及情报,都要毫不遗漏地提供给开发部门。
- (5)重视代理商与消费者的意见。
- (6)大规模的公司要有制度地收集情报。
- (7)应积极地经常与开发部门协同研究、并举行检讨会。
- (8)如果没有得到销售部门的协助,无论商品多么优良,仍难有较高的销售量。
- (9)不要对商品的可销性妄下结论。
- (10)销售商品的态度要认真,不要敷衍了事。
11. (1)根据一定的格式,做成顾客总账(或卡片)。
- (2)顾客很多时,只要作重要的或大客户的总账即可。
- (3)顾客的卡片往往容易被忽略,因此,关于如何有效地活用,管理人员应充分加以指示和指导。
- (4)应随着顾客情况的变化加以记录。
- (5)通过广告宣传、销售计划的综合对策及销售员的个别接触,与顾客保持良好关系。
- (6)销售经理不要只去访问特定的顾客,而应普遍地做巡回访问。
- (7)不管如何,与顾客沟通意见与保持良好的人际关系最为重要。
- (8)销售经理必须充分了解每一位客户的销售、回收和经营的内容。
- (9)积极地将有利的情报提供给顾客。
- (10)对于改善销售及经营等问题,要经常地指导顾客。
- (11)顾客提出意见时,要坦诚、热心地接受。
12. 举行产品展览会时应考虑的因素有:
- (1)不可依照销售经理的喜好来选择展览会的商品。
- (2)销售经理应亲临租用的会场察看。
- (3)销售经理要亲自邀请主要的客户务必莅临。

营销工作测试题(三)

电子文件编码

CP - B07 - 003

共 8 页 第 8 页

参
考
答
案

13. 减价退货的实施步骤有:

- (1) 决定实施标准。
- (2) 把握实际的情况。
- (3) 减少及预防减价、退货的情况。

14. 客户索赔问题处理对策有:

- (1) 销售上的索赔, 大多是有关交易方面的问题, 即商品、价格、交货期、服务及其他方面的问题。
- (2) 防止索赔问题的发生才是根本的解决问题之道, 不可等索赔问题发生时, 才图谋对策。
- (3) 要迅速、正确地获得有关索赔的情报。
- (4) 索赔问题发生时, 要尽快订定对策。
- (5) 每一种索赔问题, 均应订定标准的处理方法(处理规定、手续、形式等)。

15. 调查员应具备条件是:

- (1) 圆满的人格。
- (2) 能忍耐。
- (3) 有宽容之心。
- (4) 有正确的判断力和理解力。
- (5) 具有丰富的常识。

16. (1) 命令系统的确立与遵守。

- (2) 命令的内容要明确。
- (3) 要确定受命者是否完全了解。
- (4) 对结果进行追踪。

17. 接受部属报告的步骤:

- (1) 确立报告制度。
- (2) 接受报告时应让提出报告者先说出结论, 若有时间, 应尽量听其说明经过。
- (3) 部属完成报告后, 一定要加以安抚与激励。必要时, 应作指导, 若认为部属需要支援时, 应立即行动。

18. 指导、培育部属的方法有:

- (1) 要有计划、持续性地实施。
- (2) 选定指导的方法。
- (3) 不可过分赞扬。

营销工作测试题(四)		
电子文件编码	CP - B07 - 004	共 7 页 第 1 页
测试说明	<p>为提高你的销售管理业绩,以下的基础知识是你所应该掌握和了解的,请作答。</p>	
测 试 题	<p>1.客户来访接待应注意的事项分别有哪些?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>2.客户接洽业务的程序是什么?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>3.商品定价有哪些步骤?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>4.通路范围策略包括哪几种?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>5.国际环境对国际营销工作的影响是什么?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>6.辅助性研究的程序是什么?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>7.辅助性研究的内容有哪些?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	

营销工作测试题(四)		
电子文件编码	CP - B07 - 004	共 7 页 第 2 页
测 试 题	8.通路管理的要素有哪些? 	
	9.国际物流包括哪些工作内容?物流中心怎样才可以协助企业增强竞争优势? 	
	10.在物流系统中,有哪几个重要的物流阶段? 	
	11.国际物流管理方式有哪些? 	
	12.网络广告与传统的广告媒体相比,具有哪些特点? 	
	13.网络广告的具体策略和基本技巧有哪些? 	
	14.企业实现绿色生产的途径有哪些? 	
	15.绿色产品有什么特点? 	

营销工作测试题(四)

电子文件编码

CP - B07 - 004

共 7 页 第 3 页

测
试
题

16. 绿色产品与传统产品的区别是什么?

17. 绿色产品有哪几种类型?

18. 商品包装的作用有哪些?

参
考
答
案

1. 应注意的事项有:

- (1) 如需到机场迎接, 负责人应向总务科安排接机事宜, 并应于飞机抵达前 2 小时与航空公司机场办事处联络班机确定到达时间。必须提前 5 分钟抵达机场或饭店将客人接来公司。
- (2) 如客户需赴工厂察看, 负责人应事先与工厂联络, 安排行程。
- (3) 如客户需要游览名胜古迹, 负责人应事先安排观光行程。
- (4) 赴机场或饭店接客户前, 负责人应将有关资料、档案、样品等置于业务洽谈室。
- (5) 如客户需要饮料、食品等, 负责人应通知样品室准备。
- (6) 如需采购部有关科长备询时, 负责人应事先通知待命。

2. 程序如下:

- (1) 陪客户挑选样品。
- (2) 经客户挑选的有兴趣产品, 负责人应即记录详细资料及产品编号、规格、包装明细、材料、最近工厂价格。如有必要, 得与有关领导协调报价。如客户是以 C&F 或 CIF 条件采购者, 应立即计算所拟报单位数量的运费, 如该产品客户以前曾购买者, 则应记录前次厂价与卖价。

营销工作测试题(四)

电子文件编码

CP-B07-004

共 7 页 第 4 页

参
考
答
案

(3)与客户洽谈中,对报价及客户所特有要求的规格、形态、大小、尺寸、厚度、结构材料、颜色、包装、品质、订购数量等,负责人均应详细列入记录,必要时画上该产品草图。

(4)如客户当日未能决定采购者,须待次日继续洽谈时,负责人应将所挑选出来的样品,留条嘱咐样品室暂保留于业务洽谈室架子内,以免下次洽谈时重复挑选(保留期限不得超过一星期)。

(5)如客户不予洽谈或已洽商完毕的样品,负责人应嘱咐样品室归还原处。

(6)客户如有任何询问应即时查核答复,如不能即时答复,亦应向客户说明原因并告以何时答复。

(7)与客户洽谈中,对客户所交代的工作应于下次洽谈前完成。

3. 商品定价步骤:

(1)选择定价目标。

(2)估计成本。

(3)分析竞争者的产品与价格。

(4)考虑定价影响因素。

(5)决定合理的价格范围。

(6)选定最终价格。

4. 包括:

(1)排他性通路:指的是一个特定的零售商仅在某一特定区域享有专属贩售一种产品的权利。

(2)密集性通路:密集性通路是让一产品能在每一个可能的零售店中贩售,意指产品会出现在某一地区的许多不同且互相竞争的零售机构中陈列。

(3)选择性通路:是指在某一区域中经由数个,但非全部零售点来销售某产品。

5.除了自己国内和所在国家两边的政治和法律以外,国际营销人员还必须考虑到整体的国际政治和法律环境。各国间的关系会对想要尝试国外经商的公司,产生深远影响。

(1) 国际政治

政治对国际营销的影响力,决定于自己国家和所在国家

营销工作测试题(四)

电子文件编码

CP - B07 - 004

共 7 页 第 5 页

参
考
答
案

的双边政治关系,以及掌握各国家集团关系的多边协定。政府对政府的关系可能会有广泛的影响力,特别是变为敌对关系之后。许多例子的存在就是国际政治与营销的结合。

国际政治关系不一定对国际营销者有坏的影响。如果两国之间的政治关系改善,公司就会受益。好的国际营销人员会意识到世界的政治潮流,而且会试图预测国际政治环境的改变,不论好坏,都可能预做规划。

(2)国际法在国际商业行为上扮演很重要的角色。虽然国际法并没有执行的实体存在,但是受许多政府重视的若干条约和协定,对国际商业营运却有极深的影响。

国际法律环境影响营销人员至深,所以公司必须留意有关管辖权的争议。因为没有单独的国际法体存在,所以公司受自己国家和所在国家两者的法律限制。

6.辅助性研究的程序:

认识对资讯的需求→评估研究利益→决定研究目标→决定资讯需求→确认资料来源→评估资料来源、品质与不矛盾→增加资料→解释与分析资料→提出研究结果。

7.内容有:

①国际及国内的营销研究。

②评量研究的利益。

③决定研究目的。

④决定资讯需要。

8.要素有:

①国际营销者、制造商及经销商通常是独立的个体。经销商经常销售不止一个制造商的产品,且依其能力判别不增加费用而可产生收入的产品。而国际营销者为了获取较多的注意,可能会提供物质及精神上的报偿。

②距离,可通过有效的双向沟通来拉近。这是超乎一般的生意沟通而包括了资讯互享的新方式。国际营销者可安置一人负责与经销商有关的沟通工作执行渗透策略——即人员的互相交流。

③在很多市场中,法律及规定对制造商有所限制。国际营销者

营销工作测试题(四)

电子文件编码

CP - B07 - 004

共 7 页 第 7 页

参
考
答
案

④利用 BANNER 来宣传你的网站。

⑤避免重复消息。

14. 途径有:

①综合利用资源(原材料和能源等),开发二次资源(例如,利用“废渣”、“废气”等)

②在绿色生产过程中防止物料流失,对废物要进行综合利用。

③改进设备和工艺流程,开发更佳的生产流程。

④提升产品设计,对产品结构进行调整。

⑤改进和发展绿色技术,搞好污染防范及末端处理。

⑥政府加强科学管理,创建无废工业区,推广绿色生产。

15. 特点有:

①核心产品成功地符合消费者的主要需求——于消费者的有用性。

②技术和质量合格,产品满足各种技术及质量标准。

③产品有市场竞争力,并且有利于企业实现赢利目标。

④符合环境保护要求。

16. 绿色产品与传统产品的根本区别在于其改善环境和社会生活品质的功能。绿色核心产品在传统的核心产品的基础上增加了满足消费者的环保需求的一部分。

17. 有以下几种类型:

①可回收利用型。

②低毒低害型。

③低排放型。

④低噪声型。

⑤节水型。

⑥节能型。

18. 作用有:

①保护商品,这是包装的最原始、最基本的功能。

②便于运输、携带和储存。

③提升公司及品牌形象。

④促进销售。

营销工作测试题(五)		
电子文件编码	CP - B07 - 005	共 6 页 第 1 页
测试说明	为提高你的销售管理业绩,以下的基础知识是你所应该掌握和了解的,请作答。	
测 试 题	1.客户退货处理对策有哪些? <div></div> <div></div> <div></div>	
	2.如何才能确保供应商如期交货? <div></div> <div></div> <div></div>	
	3.如何做好产品的验收工作? <div></div> <div></div> <div></div>	
	4.销售额评价指标有哪些? <div></div> <div></div> <div></div>	
	5.销售业绩评估指标有哪些? <div></div> <div></div> <div></div>	
	6.货款回收计划的制订方法有哪些? <div></div> <div></div> <div></div>	
	7.如何建立企业与客户的良好关系? <div></div> <div></div> <div></div>	

营销工作测试题(五)

电子文件编码

CP - B07 - 005

共 6 页 第 2 页

测试题

8. 客户信用度调查一般从哪几方面入手?

9. 拜访客户的主要步骤有哪些?

10. 客户投诉一般处理步骤是什么?

11. 销售管理人员的职责和主要任务是什么?

12. 预测部门(或企业)的产品销售量需要研究哪些因素?

13. 你是怎样去评估你的下属的？

14. 集团客户的寻找途径有哪些？怎样去维护？

(The following information is provided for informational purposes only and does not constitute an offer or recommendation by the issuer.)

15. 交货、送货的注意事项有哪些?

营销工作测试题(五)		
电子文件编码	CP - B07 - 005	共 6 页 第 3 页
测 试 题	<p>16. 供应链管理主要涉及哪几方面内容?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>17. 对销售人员进行培训的程序是什么?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>18. 一般物流中心的作业有哪些?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	
参 考 答 案	<p>1. 制定退货处理程序,对退回货物进行相应处理。</p> <p>2. (1)制定合理的购运时间。</p> <p> (2)销售、生产及采购单位加强联系。</p> <p> (3)期中稽催,驻厂查验。</p> <p> (4)准备替代来源。</p> <p> (5)加重违约处罚。</p> <p>3. (1)确认供应商。</p> <p> (2)确定送到日期。</p> <p>4. 销售额评价指标有:</p> <p> ①销售计划完成率。</p> <p> ②销售计划增长率。</p> <p> ③销售毛利率。</p> <p> ④货款回收率。</p> <p> ⑤顾客购买量。</p> <p> ⑥每次推销平均销售额。</p> <p> ⑦日均访问次数。</p> <p> ⑧销售额对减价额比率。</p> <p> ⑨索赔发生率。</p>	

营销工作测试题(五)

电子文件编码

CP - B07 - 005

共 6 页 第 4 页

参
考
答
案

- ⑩新用户开发率。
- ⑪接待顾客率。
- ⑫实际工作率。
- 5.销售业绩评估指标有:
 - ①销售量评估。
 - ②市场占有率评估。
- 6.方法有:
 - ①与销售额计划同步制订货款回收计划。
 - ②依据赊销款回收计划制订货款回收计划。
 - ③销货总债权滞留日数缩短化的计划。
- 7.建立企业与客户良好关系的方法有:
 - ①提供顾客满意的产品和服务。
 - ②提供附加利益。
 - ③建立有效畅通的联系纽带。
 - ④抓住时机吸引客户注意。
 - ⑤激化客户建立良好关系的愿望。
 - ⑥制订合适的价格。
- 8.客户信用度调查一般从以下几方面入手:
 - ①客户信用等级。
 - ②客户总资产。
 - ③客户净资产。
 - ④评定等级。
 - ⑤经营状况。
 - ⑥发展前景等。
- 9.拜访客户的主要步骤有:
 - ①自我介绍。
 - ②打听咨询。
 - ③提示来意。
 - ④当场演示。
 - ⑤预约等。
- 10.客户投诉一般处理步骤是:

营销工作测试题(五)

电子文件编码

CP-B07-005

共 6 页 第 5 页

参
考
答
案

倾听客户投诉→表示道歉→提供解决方案→执行解决方案→投诉处理→结果总结。

11. 销售管理人员的职责:

- (1) 市场分析, 销售预测。
- (2) 确定销售目标。
- (3) 制订销售计划。
- (4) 确定销售政策。
- (5) 设计销售政策。
- (6) 人员的招募, 选择, 培训, 调配。
- (7) 设计薪资方案, 激励方案。
- (8) 业绩的考查评估。
- (9) 确立销售渠道。
- (10) 财务管理, 防止呆账对策。
- (11) 制定各种规章制度。

销售管理人员的主要任务:

- (1) 营销范围的把握与市场现状调查。
- (2) 制订销售计划。
- (3) 收集竞争者的情报。
- (4) 销售目标与销售定额的设定。
- (5) 客户的销售统计与销售分析。
- (6) 客户的经营分析指导。
- (7) 客户资金运转指导。
- (8) 客户销售方针的设定援助。
- (10) 支援客户的计划方案。
- (11) 技术研讨会的举办。
- (12) 商品知识、销售基础知识的传授。
- (13) 售后服务指导。
- (14) 抱怨处理。
- (15) 销售事务与公司内部的联络。
- (16) 赊帐的管理。
- (17) 账款回收。

12. (略)

营销工作测试题(五)

电子文件编码

CP - B07 - 005

共 6 页 第 6 页

参
考
答
案

13. 评估下属的方法:

- (1) 从各方面获得信息, 为评估做准备。
- (2) 从销售报表和个人观察。
- (3) 下属之间相互比较。
- (4) 现在与过去相比较。
- (5) 通过外部因素。

14. 集团客户的寻找途径有:

- (1) 普遍寻找法。
- (2) 介绍寻找法。
- (3) 委托助手寻找法。
- (4) 资料查询法。
- (5) 市场调查寻觅法。
- (6) 个人交际寻找法。
- (7) 个人观察寻找法。
- (8) 公共关系寻找法。

维护: 协调、贯彻、持续及沟通。

15. ① 严守交货日期。

② 设置出货、交货的专门部门或负责人。

③ 依订单内容作交货管理。

16. 供应链管理主要涉及四个领域: 供应(supply)、生产计划(schedule plan)、物流(Logistics)、需求(Demand)。

17. 程序是:

培训的需求→培训的计划→培训实施→培训考核。

18. 进货作业、搬运作业、储存作业、盘点作业、订单处理作业、分拣作业、补货作业、出货作业、配送作业。

营销工作测试题(六)		
电子文件编码	CP - B07 - 006	共 7 页 第 1 页
测试说明	为提高你的销售管理业绩,以下的基础知识是你所应该掌握和了解的,请作答。	
测 试 题	1.怎样检验人员培训效果? <div></div> <div></div> <div></div>	
	2.销售人员各种报酬制度的优缺点分别是什么? <div></div> <div></div> <div></div>	
	3.客户管理的内容有哪些? 原则是什么? <div></div> <div></div> <div></div>	
	4.区域经理的主要职责是什么? <div></div> <div></div> <div></div>	
	5.配销的实施要点是什么? <div></div> <div></div> <div></div>	
	6.商品出货应注意的事项有哪些? <div></div> <div></div> <div></div>	
	7.销售事务的指导应注意的事项有哪些? <div></div> <div></div> <div></div>	

营销工作测试题(六)		
电子文件编码	CP - B07 - 006	共 7 页 第 2 页
测 试 题	8. 怎样改善销售事务管理?	
	<div></div> <div></div> <div></div>	
	9. 供应商通常是依据哪些基础来报价?	
	<div></div> <div></div> <div></div>	
	10. 什么是联合采购,有何优缺点?	
	<div></div> <div></div> <div></div>	
	11. 什么是投机采购,适用于哪些状况?	
	<div></div> <div></div> <div></div>	
	12. 什么是长期合约采购,有何优缺点?	
	<div></div> <div></div> <div></div>	
	13. 销售人员培训的目的是什么?	
	<div></div> <div></div> <div></div>	
	14. 订单处理的基本原则有哪些?	
	<div></div> <div></div> <div></div>	
	15. 情报管理的方法有哪些?	
	<div></div> <div></div> <div></div>	

营销工作测试题(六)		
电子文件编码	CP - B07 - 006	共 7 页 第 3 页
参 考 答 案	<div>1.(1)要有良好的评估工具。</div> <div>(2)建立正确的评估观念。</div> <div>(3)要有适当的措施。</div> <div>(4)要有完整的回馈系统。</div> <div>(5)评估应是连续而长期的过程。</div> <div>(6)启发其对工作进行检查。</div> <div>2.销售人员的报酬制度有：</div> <div>(1)纯粹薪水制度</div> <div>优点：易于了解,且计算简单。当有的地区有新调整的必要时,可以减少敌意。适用于若干集体努力的销售工作。</div> <div>缺点：缺乏鼓励作用,不能继续增加成果;就报酬多寡而言,有薄待工作优良者及厚待工作恶劣者之嫌。</div> <div>(2)纯粹佣金制度</div> <div>优点：富有激励作用。推销员可获较高的报酬。控制销售成本较容易。</div> <div>缺点：在销售波动的情况下不易适应。推销员的收入欠稳定。增加了管理方面的人力困难。</div> <div>(3)薪水加佣金制度</div> <div>优点：有稳定的收入,又可获得随销售额增加的佣金。</div> <div>缺点：佣金太少,激励作用效果不大。</div> <div>(4)薪水加奖金制度</div> <div>优点：可鼓励推销员兼做若干涉及销售管理的工作。</div> <div>缺点：此项制度不重视销货额的多少。</div> <div>(5)薪水加佣金再加奖金制度</div> <div>优点：推销员每月可获得稳定的收入及另发的佣金与奖金,而在管理方面也能有效地控制销售人员。</div> <div>缺点：实行此制度需要较多有关记录及报告,因此提高了管理费用。</div> <div>(6)特别奖励制度</div> <div>优点：鼓励作用更为广泛有力,常常可以促进滞销产品的销售。</div> <div>缺点：奖励标准或基础不够可靠,引起推销员之间的不公平以及管理方面的困扰。</div>	

营销工作测试题(六)

电子文件编码

CP - B07 - 006

共 7 页 第 4 页

参
考
答
案

3. 客户管理的内容有:

(1) 基础资料:即客户最基本的原始资料。

(2) 客户特征。

(3) 业务状况。

(4) 交易现状。

客户管理的原则是:

(1) 动态管理。

(2) 突出重点。

(3) 灵活运用。

(4) 专人负责。

4. 区域经理的主要职责是:

(1) 负责区域内销售目标及促销目标的完成及货款回笼等工作。

(2) 选择并管理协调区域内分销渠道,依照公司政策建立区域销售的分销网络,加强售后服务及资信管理的能力。

(3) 制定下达该地区年季月销售计划、费用预算和货款回笼计划,并公平制定和下达区域内各销售代表目标,制定促销计划。

(4) 指导区域销售代表开展业务工作,促使其汇报并与之讨论确定工作计划。

(5) 选择并管理区域内分销商,定期和非定期进行客户访问调查,督促销售代表执行与主要区域分销商密切联系等工作。

(6) 负责区域内地区销售代表的业务能力和资信考核,具有调配权,并对区域销售代表具有招募考核及辞退权。

(7) 能够向销售经理提出区域组织系统管理、发展的建议及区域市场信息状况。

(8) 负责本地区订货、出货、换货、退货信息的收集。

(9) 管理并控制区域内各项预算及费用的使用,负责审查区域内销售代表、理货员、促销员的费用报销,指导其以最经济的方式运作。

(10) 协助处理呆账、坏账、调价、报损等事宜,完成部门经理分派的其他工作。

营销工作测试题(六)		
电子文件编码	CP - B07 - 006	共 7 页 第 5 页
参 考 答 案	<p>5. 配销的实施要点是：</p> <p>(1)依分公司、科、个人的努力，编订可能实现的销售目标。</p> <p>(2)尽量依照利润本位(营业利润、毛利、大概的附加价值等)分配销售目标。</p> <p>(3)个人的销售额总计最好能符合公司的销售目标。</p> <p>(4)销售经理应教导部属，使之具有达成目标的观念。</p> <p>(5)管理者应努力提高部属的道德观念，这是欲达成目标所需的最重要的工作。</p> <p>6. 商品出货应注意的事项有：</p> <p>(1)最好设置出货、交货的专门部门或负责人。</p> <p>(2)交货期较长的或分期交货的，应依订单的内容作交货管理。</p> <p>(3)若发生延迟交货的情形或有送错货物的情况时，应分析其原因并研究对策。</p> <p>7. 应注意的事项有：</p> <p>(1)除了销售事务经办人等专门人员外，有不少推销员忽视事务性的工作或处理事务的能力不足。</p> <p>(2)销售经理对事务需要具备正确的知识并反复地指导部属。</p> <p>(3)务必让所有的关系者遵守事务的处理法规。</p> <p>8. (1)研究效率最高的事务处理并经常予以研讨。</p> <p>(2)利用电子计算机及机械，以求机械化、省力化。</p> <p>9. 通常依据：</p> <p>(1)成本加成法：指供应商的报价是以其提供物品或劳务所必须投入的成本总额(包括材料、器具损耗、人员制作或服务时间、运销、管理费用及税捐等)，加计预期的成数而订定。</p> <p>(2)市价法：指价格是以供需双方的关系而订定。</p> <p>(3)投资报酬率法：即价格是按投资额的预期报酬率加计其他成本而定。</p> <p>10. 所谓联合采购，即指汇集同业或关系企业的需要数量，向供应商订购。</p> <p>主要有下列各项优点：</p> <p>(1)统筹供需，建立产销秩序。</p>	

营销工作测试题(六)

电子文件编码

CP - B07 - 006

共 7 页 第 6 页

参
考
答
案

(2)联合采购,价格优惠。

(3)促进同业合作,达成经济外交。

缺点:

(1)采购作业手续复杂。

(2)采购时机与条件未必能配合个别需要。

(3)造成联合垄断。

11.所谓“投机采购”,即采购数量为正常使用或订购量的若干倍,投机采购通常最适用于下列三种状况。

(1)物品价格看涨。

(2)预期来源短缺。

(3)财力雄厚的企业。

12.所谓“长期合约采购”,即由买方承诺在某一段时间内,向卖方采购一定数量的物品,并订立合约以为双方信守。

最主要的优点如下:

(1)期约交货,来源稳定。

(2)量值巨大,交易条件较佳。

(3)法律保障,各得其利。

最主要的缺点如下:

(1)价格协商不易,合约形同虚设。

(2)合约数量固定,难以配合市场调整。

(3)依赖性,采购功能降低。

13.培训销售人员的目的是:

(1)发挥销售人员天赋能力。

(2)缩短有效完成任务时间。

(3)延长销售人员的任用期。

(4)增加顾客对企业的信任。

14.(1)要使客户产生信赖。

(2)尽量缩短订货周期。

(3)要提供紧急订货。

(4)减少缺货现象。

(5)不忽略小的客户。

(6)尽量做到装配完整。

营销工作测试题(六)		
电子文件编码	CP - B07 - 006	共 7 页 第 7 页
参 考 答 案	<p>(7)提供对客户有利的包装。</p> <p>(8)随时提供订单处理的情况。</p> <p>15.情报管理的方法有：</p> <p>(1)销售经理对于情报的内容,应从营业销售的促进、业务的经营等不可或缺的部分开始加以取舍。</p> <p>(2)有关公司内的情报,销售部门应决定,由各特定的人员负责。</p> <p>(3)对于非公开的、机密性的情报,要个别研究其收集法。</p> <p>(4)情报应有系统地分类整理,以便随时采用。研究和应用情报的人员应彻底明了情报的内容,及其活用的方法。</p>	

全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式：全国招生 函授学习 权威双证 国际互认
- 认证项目：注册职业经理、人力资源总监、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、企业管理咨询师、企业总经理、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、采购经理、IE工业工程师、医院管理、行政总监、市场总监等高级资格认证。
- 颁发双证：高级注册 经理资格证+MBA研修证+人才测评证+全套学籍档案
- 收费标准：仅收取1280元 招生网址：www.mhjy.net
- 报名电话：13684609885 0451—88342620
- 咨询邮箱：xchy007@163.com 咨询教师：王海涛
- 学校地址：哈尔滨市道外区南马路120号职工大学（美华教育）



美华论坛
www.mhjy.net

- 颁证单位：中国经济管理大学
- 主办单位：美华管理人才学校

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: www.mhjy.net