









35. 简述营销人员与消费者的沟通技巧。

#### 四、论述题(本大题共 1 小题, 10 分)

36. 试述消费习惯原理在经营过程中的运用。

#### 五、案例分析题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

37. 某快餐面曾经是地方快餐市场的强势品牌, 由于同行竞争, 消费者因选择空间增大而减少了对该产品的购买。

为了稳定和争取更多消费者, 公司看准消费者对消费习惯的追求, 通过地方媒体宣传, 同时加大户外广告力度, 发动全面广告攻势, 强化该品牌产品的地方特色, 稳定和发展的消费群体, 创造了当地快餐食品经营的奇迹。

请结合案例分析该企业是如何应用消费习俗影响消费者的消费行为。

38. 在手机市场争夺战中, 某公司采用了一种独特的经营方式。首先, 他们对各营业大厅

进行了人性化的装修, 把读书、品茶、休闲和购物融为一体, 提升品位, 凸显出特色。然后, 他们投资 100 万元, 为每个大厅装饰了精品试用试听专柜, 将最新上市的手机品种摆在其中, 随之而来的是公司净增利润 200 万元。

请结合案例分析该公司是如何应用营业现场设计心理效应的。



自考365  
www.zikao365.com