

浙江省 2020 年 8 月高等教育自学考试

销售管理(二)试题

课程代码:12005

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 15 小题,每小题 2 分,共 30 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 对中小企业的销售预测产生影响的各因素中,属于可控因素的是
A. 市场需求的变化
B. 经济的发展趋势
C. 同行业竞争的动向
D. 营销活动的政策
2. 评估销售促进效果的最普通、最常用方法是
A. 销售绩效分析
B. 消费者固定样本数据分析
C. 消费者调查
D. 实验研究
3. 下列情况销售人员培训时间可相对缩短的是
A. 市场竞争激烈
B. 人员素质高
C. 产品性质复杂
D. 管理要求严格
4. 产品和服务可以给客户带来积极的体验,这是达到客户满意层次里的
A. 满足
B. 愉快
C. 惊喜
D. 新奇
5. 销售人员把产品销售出去就不再与客户接触,这种企业客户关系的类型是
A. 基本型
B. 被动型
C. 负责型
D. 能动型
6. 下列属于售中服务内容的是
A. 布置良好的购货环境
B. 帮助客户挑选产品
C. 送货上门
D. “三包”服务

7. 销售人员根据有关事实和理由来间接否定客户的意见,这种处理客户异议的方法是
- A. 委婉处理法 B. 反驳法 C. 转化处理法 D. 转折处理法
8. 中小企业的销售预测方法中,属于定量预测的是
- A. 经理意见推测法 B. 购买者意见推测法
- C. 销售人员意见推测法 D. 时间序列分析法
9. 买啤酒满一打多赠送两瓶,这种销售促进策略是
- A. 折扣优待 B. 集点优待 C. 零售补贴 D. 赠送样品
10. 对取得优异成绩的销售人员给予表扬,颁发奖状,授予称号。这种激励方式是
- A. 物质激励 B. 精神激励 C. 环境激励 D. 目标激励
11. 评估客户满意度的调查问卷最适合的长度是
- A. 10 个以内问题 B. 10~20 个问题
- C. 20~30 个问题 D. 30~40 个问题
12. 通过老客户的介绍来寻找有可能购买该产品的其他客户的方法是
- A. 名人介绍法 B. 连锁介绍法 C. 委托助手法 D. 代理寻找法
13. 最常用、最重要的销售定额类型是
- A. 财务定额 B. 销售量定额 C. 综合定额 D. 销售活动定额
14. 下列适合用较短销售渠道的产品是
- A. 规格化的产品 B. 技术性弱的产品
- C. 耐用的产品 D. 生命周期长的产品
15. 销售促进适合于突击式的、需要短期见效的销售目标,这体现了销售促进的特征具有
- A. 非连续性 B. 挑战性 C. 形式多样 D. 即期效应

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

二、填空题(本大题共 10 小题,每空 1 分,共 20 分)

16. 提高服务质量的方法比较常用的有两种:_____、_____。
17. RFM 法是指销售人员通过分析客户最近的购买情况、_____和_____来预测客户行为的方法。
18. 确定销售预算的方法有销售百分比法、标杆法、目标任务法、投入产出法、_____、_____。

19. 从中小企业的各种销售管理模式来看,一般可以分为以下五种类型的销售组织:地域型、产品型、_____、_____、综合型。
20. 中小企业确定销售定额应体现以下原则:公平性、可行性、可控性、_____、_____。
21. 销售费用控制的方法有:销售人员自付费用、_____、_____、组合控制方法。
22. 客户投诉的内容可以归结为:产品质量投诉、购销合同投诉、_____、_____。
23. 对销售人员的业绩考核流程主要包括:收集考核资料→_____→_____→进行具体考核。
24. 零售终端促销主要表现在以下几个方面:销售促进、_____、_____。
25. 中小企业销售渠道的宽度主要有三种类型:密集分销、_____、_____。

三、名词解释题(本大题共 4 小题,每小题 4 分,共 16 分)

26. 负值客户
27. 销售预算
28. 饥饿成交法
29. 自然性窜货

四、简答题(本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分)

30. 简述中小企业销售预测的流程。
31. 简述销售人员的素质要求。
32. “FABE 介绍法”将介绍产品归结为哪些步骤?
33. 制订销售促进方案时需要作出哪些方面的决策?

五、论述题(本大题 10 分)

34. 如何提高大客户的忠诚度?