# 国家开放大学电大专科《推销策略与艺术》判断正误题题库及答案

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-07-01

*国家开放大学电大《推销策略与艺术》判断正误题题库及答案盗传必究一、判断正误题1.一个完整而典型的推销过程一般是从约见客户开始的。(×)2．保证性条款是洽谈中必须要谈的内容之一。(√)3.在推销员的知识体系中，最重要的是产品知识。(×)4.当...*

国家开放大学电大《推销策略与艺术》判断正误题题库及答案

盗传必究

一、判断正误题

1.一个完整而典型的推销过程一般是从约见客户开始的。(×)

2．保证性条款是洽谈中必须要谈的内容之一。(√)

3.在推销员的知识体系中，最重要的是产品知识。(×)

4.当推销员要预约与关键人士会面的时间时，最适宜采用电话约见的方式。(√)

5.当顾客听完推销员的介绍后询问商品的价格，说明他对这种商品没有兴趣。(×)

6.如果推销员是与个人签合同，则合同的形式应十分简短、明确。(√)

7.次要重点促成法的主要优点是可以减轻客户成交的心理压力。(√)

8.薪金制有较强的刺激性，有利于调动推销人员的工作积极性。(×)

9.采用强迫选择促成法促进成交时，应向客户提供尽可能多的选择方案。(×)

10.店面销售人员在迎接顾客时，直接谈论商品的方法最适合那些兴趣集中、正热切地寻找某种商品的人。(√)

11．在支出比例结构变化方面，恩格尔定律一直被认为是一个基本法则。（√)

12．在对市场行情的研究中，对产品竞争的调查只要调查竞争对手的推销品即可。(×)

13．客户说：“我从来不喝啤酒。”这种异议属于需求异议。（√)

14.成交最基本的条件就是所推销的商品能充分满足客户的某种需要。（√)

15.推销员的首要任务就是最大限度地推销产品，无论采取什么手段，推销业绩是衡量推销成功与否的唯一标准。(×)

16.推销员对顾客说：“这种款式的皮鞋是今年最流行的，许多顾客都抢着买呢！”，这种语言能够有效地诱发顾客的从众心理，从而采取购买行动。(√)

17.面对顾客的价格异议，你可以说：“我们这里从不打折”，这是一种很好的处理异议的方法。(×)

18.个人观察法的优点在于接触面大，不会遗漏任何有价值的客户。(×)

19．面谈的主要任务是处理客户异议。(×)

20．一位家用电器公司推销员向一位零售店采购员推销一种吸尘器。

顾客：“你们的吸尘器为什么叫荷花牌，不叫兰花牌？”

推销员：“噢，荷花和兰花都很漂亮。你看，这种吸尘器两档调速，用途广泛。”这位推销员运用的异议处理法为迂回否定法。（×)

21.推销是一种信息双向沟通的过程，它不是单纯地推销商品。（√)

22.一般来说，拜访客户的最佳时间是客户休息时间。(×)

23.推销员的首要任务就是最大限度地推销产品，无论采取什么手段，推销业绩是衡量推销成功与否的唯一标准。(×)

24．面对顾客的价格异议，你可以说：“我们这里从不打折”，这是一种很好的处理异议的方法。(×)

25.在推销洽谈中，推销要点多多益善，以此来消除客户对产品的疑虑。(×)

26.为了及时、全额回收货款，降低企业经营风险，有必要在销售前对客户进行资信调查。（√)

27．面谈的主要任务是处理客户异议。(×)

28．在推销过程中，如果推销员始终把话题集中在对产品的介绍和赞美上，就会很容易达成交易。(×)

29.产品形象、企业形象和推销员的形象是相辅相成的，彼此可以相互促进。(√)

30．网上搜集客户资料不能完全保证资料的真实性和可靠性，这就需要推销员具有很强的鉴别能力。(√)

31.成交最基本的条件就是所推销的商品能充分满足客户的某种需要。(√)

32.赠送样品和小礼品有助于缩短推销员与买主之间的心理距离，达到接近顾客的目的。(√)

33.一般来说，拜访客户的最佳时间是客户的休息时间。(×)

34.薪金制有较强的刺激性，有利于调动推销人员的工作积极性。（×)

35.推销员在推销过程中，应以达成交易为主旨，侧重于推销技巧的应用，而不必过多考虑客户是否需要。(×)

36.因为店面陈列的丰富性是提升店面业绩的一个很重要因素，所以货物陈列越多越好。（×)

37.与客户争辩是处理客户异议的有效方式。（×)

38.如果推销员是与个人签合同，则合同的形式应十分简短、明确。（√)

39.客户的个人爱好一般不适合作为开场白的话题。(×)

40.售后服务是售后服务人员的事，与推销员关系不大。（×)

41．推销员在概述产品益处时，要尽可能用专业术语。(×)

42．当顾客听完推销员的介绍后询问商品的价格，说明他对这种商品没有兴趣。（×)

43．在推销过程当中，要善于将产品利益数字化，这会为你带来预想不到的收获。(√)

44．一个人或者组织是否有购买能力是判断其是否为潜在客户的唯一标准。(×)

45．对于漠不关心型客户，强力推销导向型推销员可以有效地完成推销任务。(×)

46．推销员对客户作详细的自我介绍是客户对其产品感兴趣的前提。(×)

47．在推销洽谈中，推销要点多多益善，以此来消除客户对产品的疑虑。(×)

48．对犹豫不决型客户，推销员不要给对方提供太多的选择或建议。（√)

49．推销员必须能言善辩，用花哨的语言介绍产品，说服顾客购买。（×)

50.地毯式寻找法的主要优点是速度快。（×)

51．推销员在推销洽谈失败时，不宜再做努力，而应该及时去寻找新的潜在客户（×)

52．在设法摸清顾客的真正需要时，应当首先展示中等偏上的商品比较适宜。(√)

53.建议客户购买与某件商品相关的物品时，最好的时机应当是在包装商品和收款前。(√)

54．在推销洽谈中，推销员应当让客户掌握洽谈的主动权，以充分调动客户的积极性。(√)

55．客户异议是客户对产品发生兴趣的标志。(√)

56.企业利益与客户利益不可能同时满足，推销员要站在客户的立场上推销商品只能是纸上谈兵。(×)

57.如果和客户是第一次见面，可注视对方额头到鼻子这个三角区域，以显示自己的诚意。（×)

58．买卖合同的实际履行原则，要求买卖合同当事人必须按照合同约定的标的物履行应尽的义务，而不能任意用其他标的物代替。(×)

59．推销额是反映推销成绩的唯一指标。(×)

60．采用强迫选择促成法促进成交时，应向客户提供尽可能多的选择方案。(×)

61．运用中心开花法寻找客户时，选择的中心人物必须要有较强的交际能力。（√)

62.在推销过程当中，要善于将产品利益数字化，这会为你带来预想不到的收获。(√)

63.当顾客听完推销员的介绍后询问商品的价格，说明他对这种商品没有兴趣。(×)

64．保证性条款是洽谈中必须要谈的内容之一。（√)

65.采用强迫选择促成法促进成交时，应向客户提供尽可能多的选择方案。(×)

66.当推销员要预约与关键人士会面时，最适宜采用电话约见的方式。(√)

67.客户对推销员的委托厂商不了解、缺乏信任是导致货源异议的主要原因之一。（√)

68.次要重点促成法的主要优点是可以减轻客户成交的心理压力。(√)

69.推销员在收款过程中，应保持软弱的态度，以争取客户的理解和同情。(×)

70.在电话推销中，获取客户的基本信息是非常重要的。(√)

71．企业利益与客户利益不可能同时满足，推销员要站在客户的立场上推销商品只能是纸上谈兵。(×)

72.对培养推销员的自信心，提高其说服力最有帮助的推销模式是吉姆模式。（√)

73.个人观察法的优点在于接触面大，不会遗漏任何有价值的客户。（×)

74.面谈的主要任务是处理客户异议。(×)

75.推销员对客户作详细的自我介绍是客户对其产品感兴趣的前提。(×)

76.面对顾客的价格异议，你可以说：“我们这里从不打折”，这是一种很好的处理异议的方法。(×)

77.对于漠不关心型客户，强力推销导向型推销员可以有效地完成推销任务。(×)

78.为了顺利达成交易，一定要努力赞美产品，即使有所夸大也是应该的。(×)

79.在现实生活中，强力推销导向型的推销员最容易获得成功。（×)

80.在抢购风潮中，大部分的消费者会产生一种从众行为。(√)

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找