

全国 2019 年 4 月高等教育自学考试

谈判与推销技巧试题

课程代码:00179

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 22 小题,每小题 1 分,共 22 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 理性谈判并不意味着一定要达成一致性的谈判协议,而是追求如何达成
 - A. 最佳的协议
 - B. 利己的协议
 - C. 利他的协议
 - D. 双赢的协议
2. 由于谈判者所感受到的或双方实际利益上的竞争关系所引起的冲突是
 - A. 利益冲突
 - B. 价值冲突
 - C. 关系冲突
 - D. 数据冲突
3. 从宽泛的角度认识谈判者利益,有必要区分谈判者的以下三种利益
 - A. 结果中的利益、关系中的利益和原则中的利益
 - B. 交易中的利益、关系中的利益和原则中的利益
 - C. 过程中的利益、关系中的利益和原则中的利益
 - D. 阶段中的利益、关系中的利益和原则中的利益
4. 谈判者拥有的、但却是其他谈判方缺乏的对谈判空间的改变发挥关键作用的能力是
 - A. 谈判力
 - B. 洞察力
 - C. 判断力
 - D. 理解力
5. 能促使对方追随和接受他的主张和方案,从而导致对方改变对谈判空间的看法的是
 - A. 认同力
 - B. 强制性
 - C. 补偿和交换
 - D. 遵从准则和客观标准

26. 接近顾客的方法包括
- A. 介绍接近法
 - B. 社交接近法
 - C. 反复接近法
 - D. 服务接近法
 - E. 利益接近法
27. 在激发顾客购买欲望时应该
- A. 适度沉默, 让顾客说话
 - B. 挖掘顾客的需求
 - C. 用言语说服顾客
 - D. 有计划地进行
 - E. 委托他人介绍产品
28. 下列各项终端陈列的做法中, 体现了信息传递的有
- A. 折扣价签
 - B. 赠品展示
 - C. 特卖牌
 - D. 现场促销活动
 - E. 卖场广播

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。

三、简答题: 本大题共 6 小题, 每小题 6 分, 共 36 分。

29. 如何理解谈判中的创造价值和索取价值?
30. 在大多数谈判中, 限制谈判者创造性地提出解决方案的障碍有哪些?
31. 如何理解遵从准则和客观标准可以影响谈判力?
32. 简述防范销售风险的方法。
33. 成交以后的注意事项有哪些?
34. 建立客户数据库应注意哪些问题?

四、论述题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

35. 联系实际说明报价规则与技巧。
36. 试述选择中间商应考虑的主要因素。

五、案例分析题: 本大题共 1 小题, 10 分。

37. 背景材料:

在 20 世纪 90 年代初, IBM 的服务部门还只是隐藏在产品销售部门之后的一个为销售服务的不收费的小部门, 但它意识到客户需要的不仅仅是单纯的硬件设备, 服务将越来越重要。1996 年, IBM 对其业务进行重组, 将 PC 机的组件生产外包给戴尔公司, 与思科公司签署部分高端路由器等产品的转让协议, 然后成立了全球服务部。事实证明, 这一战略转型为 IBM 的进一步发展打下了坚实的基础, 出现了硬件销售与服务齐头并进的局面, 并且二者之间形成了良好的互相促进的格局: IBM 每 1 美元的硬件销售能够同时带动 4 美元的软件和服务业务, 而另两家著名同行只能带动 24 美分和 47 美分。

问题:

- (1) 重视客户服务的意义是什么?
- (2) 客户服务的内容包括哪些?
- (3) 提高服务质量的方法有哪些?