**14年11月销售管理 组织间销售 考试复习材料**

1. 选择题
2. 提高产品合作开发，企业应当尊学哪些原则？

答：1．目标一致性2．沟通3．双方尽心竭力4．分工明确

1. 当某公司利用一家以上，但又不是让所有愿意经销的中间商都来经营某一定产品时，其分销结构属于？
2. 影响定价的因素有哪些？

答：价格的制定要考虑多种因素的影响，如市场需求、成本、竞争、利润、顾

客使用方式，这些都对价格的成功制定起着举足轻重的作用。

1. 组织采购影响因素中的人际因素特点？P45
2. 广告目标的效果有哪些？企业 选择广告投放媒体的最终决定因素是什么？
3. 产品定位原则是什么?P150
4. 目标市场战略包括哪些方面？

答：无差异化营销、差异化营销和集中化营销。

1. 协议这种进入方式包括许可经营、特许经营以及管理协议，注备书上对各种方式的具体举例？
2. 什么是采购中心，举例？P37

答：产业采购中做出决策的是一个团体，这种团体称为采购中心。

1. 组织购买与最终消费品之间的区别包括购买对象、购买目的以及产品本身。
2. 什么是市场占有率？举例说明

答：指一个企业的销售量（或销售额）在市场同类产品中所占的比重，直接反映企业所提供的商品和劳务对[消费者](http://baike.baidu.com/view/99548.htm)和用户的满足程度，表明企业的商品在市场上所处的地位。

1. 什么是深度访谈法？
2. 什么是竞争平位法？

答：竞争平位法又称竞争对抗法，这种方法是根据竞争对手的广告开支来调整自己的广告预算。

1. 在做出购买决策前，买方通常会考虑特定产品或服务的所有成本，包括？
2. 什么叫产品的认知价值定价法？成本导向定价法？
3. 组织市场中，产品定价的3c棋式中的3c指的是？

答：顾客需求、成本函数和竞争者价格。

1. 关系营销的概念？

答：所谓关系营销，是指从系统、整体的观点出发，对企业生产经营活动中涉及的各种关系加以整合、利用．来构建网络并以此为基础展开的营销活动。

1. 成本导向定价法考虑的因素包括？
2. 什么叫分销结构中的选择性分销？集中性分销？专营性分销？

答：选择性分销：利用一家以上，但又不是让所有愿意经销的中间商都来经营某一种特定产品。密集性分销：尽可能多地使用商店销售商品或服务，当消费者要求在当地能大量、力·便地购买时，密集性分销就至关重要。专营性分销：严格限制经营本公司产品或服务的中间商数日。

1. 失败的新服务开发类型有哪些？

答：1.次要的、低市场潜力的服务2.计划拙劣的“工业化”克隆

1. 什么叫集中采购？什么叫规模采购？什么叫直接再采购？

答：集中采购将原先由各事业部分别进行的采购集中起来，以保证产品质量、扩大采购批量和降低采购成本。直接再采购，指采购方按既定方案不作任何修订直接进行的采购业务，这是一种重复性的采购活动。

1. 公司不应该 制定单一的价格，而应确定一个定价结构。采用不同的定价技术，最大限度的获取订单，增加利润，营销情报系统将为确定恰当的定价技术提供必要的信息
2. 采购中心是一个非正式的跨部门组织，涵盖哪些部门?

答：生产部门；研发部门；工程部门；营销部门；管理层；采购部门。

1. 向国际市场分销产品一般可选哪些渠道？

答：用国内出口中间商；以国外为基地的中间商；由公司管理和组织的销售队伍。

1. 销售人员的管理包括？

答：1.销售人员的招聘2.销售人员的培训3.销售人员的薪酬

1. 全球战略联面临哪些问题？
2. 广告包括4个要素？在组织市场中，每个要素的构成？
3. 成功的战略联盟需要哪些内容？P66

答：1.发展联盟成员的共同理解2.联盟成员之间的联系方式整合

1. 销售人员可以分为伶牙俐齿、能说会道型、职业风范、措辞严谨型。以客为尊、注重双赢型，三种类型人员的特征？P310
2. 阿贝尔的三维模型要素包括？顾客群体、顾客功能和技术三个要素

答：顾客群体、顾客功能和技术。

1. 广告目标的效果有哪些？企业选择广告投放媒体的最终决定性因素是什么？

答：(1)销售效果(2)行为效果(3)传播效果。投放媒体的选择，最终是由广告的目标受众决定的。

33、领先型战略的概念是指？举例说明

答：领先型战略是指企业及时地把全新产品率先推人市场，以便在市场上取得领先地位战略，领先型战略是一种攻势战略。

34、销售人员的作用，注意书上每种作用所对应的具体例子？

答：1.向顾客传播知识2.为公司收集信息3。为顾客提供服务4.寻找与识别潜在顾客5.协调销售团队

35、市场调研活动中深度访谈的优点？

答：1.可以获得比较全面的资料2.可根据受访者的表情语调等动作行为特征如额定受访者的态度和动机，从而更准确的评价所获得资料的信度和效度3.访谈弹性较大

36、在特定的市场环境和营销努力下，某一种新产品在整个生命周期中可能实现最大的销售水平称之为？

37、营销分析系统的概念？

38、人员销钩队伍组织的三种形式？

39、销售预测既有定量的方法，也有定性的方法。其中定性化的销售预测方法包括？（经理人员判断法、德尔菲法、销售人员综合法）。

40、组织购买行为影响的因素有？

答：分为四类：环境因素、组织因素、人际因素个人因素。

41、为了保证关系营销的成功。应采取哪些措施？

答：1、创建一种支持性企业文化2、企业理解顾客期望3、建立新的企业组织结构和奖励制度。

42、市场潜力的概念是什么？

43、什么是水平式？垂直式？综合式？间接式营销渠道？

答：水平式营销渠道(horizontalchannel)是指两个或两个以上相互关联的企业自愿组成短期或长期联合的关系，共同开拓市场或寻找新的市场营销机会，又称为共生营销。垂直式营销渠道(verticalchannel)是指由制造商、批发商、零售商等组成的一个联合体，各成员之间相互拥有产权；或是一种特许经营的关系；还可以是拥有相当经济实力和良好声誉的某一渠道成员利用其影响力和号召力和其他渠道成员进行合作。综合式营销渠道又称多渠道营销系统，是指生产商不仅使用单一渠道进入市场，而且转向双重分销渠道或多重分销渠道，进入更多的细分市场。

44、渠道设计的步骤包括？

答：对最终用户的需求进行分析，分析行业内外的类似渠道，剖析具有高效分

销渠道的典型企业，发现及吸纳其渠道经验，设计优化的渠道系统，优化渠道

方案调整。

45、渠道管理的含义？

答：渠道管理(chxnnel mangement)是指经销商为实现公司分销的目标而肘现有的渠道进行管理，以确保渠道成员间、公司和渠道成员间相互协调和通力合作的一切活动。

46、定性预测的三种方法，经历人员判断方法的四个缺点？

47、什么是物料需求计划？

答：物料需求计划(MRP)是在20世纪80年代开发的，该计划基于这样一种认识，即物料需求应该从预测需求和采购到库存控制、生产排程。

48、组织供应商喜欢直接分销渠道的理由是？

49、战略联盟管理所面临的特殊挑战包括哪些方面？

答： 1．联盟协议的谈判2．核心资源的保护 3．制度和组织结构的联结

50、产品创新战略的特点，领先型，紧跟型与模仿型对应的企业特征、市场特征，成本特征以及上市时间；为了提高产品合作开发的成功率，企业必须遵循的原则包括目标一致性原则，沟通原则，双方尽心竭力的原则，分工明确原则。

51、什么是市场营销始于（市场细分）？

52、什么是独立分销？

53、什么是派生需求？举例

答：所谓派生需求(deriveddemand)，就是指组织购买品的需求是由组织购买者组装、生产或制造最终消费品的需求拉动。

54、产品价值由那两个元素组成？

55、工商企业类顾客有哪些分类？

56、直组织购买品与最终消费品的联系与区别？

57、批发商品为制造商提供哪些服务？

答：(])市场的信息收集(2)库存储备(3)订单处理

58、质量运动经历了三个阶段，每个阶段具体内容？

59、什么是零级渠道？什么是整体营销渠道？

60、企业重要的昔销情报的分类，各类别的具体内容？

61、组织市场调研与消费品市场调研的区别？

62、德尔菲法通常用于长期预测，特别适用于新产品预测，历史数据有限的未来事件；无法进行定量估计的情形。当新产品的定义不明确、产品概念独特时。德尔菲法可以提供初皓的数据的估计，定量预测方法包括时间序列法和回归或因果分析法。

63、某公司为制定营销战略，开展了大量资料和信息收集、整理与分析活动。这些资料和信息被称作组织市场的营销情报。

64、各职能部门参与采购过程的特点？

65、产品的单位成本如何构成？什么是固定成本？

66、对低价产品更感兴趣的企业是以追求总成本降低为目标的企业，对优质高效的产品更感兴趣的企业是以追求市场领先为目标的企业。

67、某企业设立了一个非正式的跨部门的组织，这一组织通过获取、传递、分享和处理有关组织购买的信息来运作，共同决策并共同承担风险，最终做出购买决策并实施，这一组织史采购中心。

68、广告计划中各项活动中心的是什么？

69、营销致力于发展健康、持久的关系，它具有关注、信任和承诺、服务等特征、

70、按顾客组织销售队伍的特点和优势？（销售队伍是按产品组织的）

73、决策支持系统的四个部分是？

74、虚拟的垂直一体化的管理概念？

75、企业核心竞争力的构成内容？

答：核心竞争力以企业的技术能力为核心，通过企业战略决策、生产制造、市场营销和内部组织协调管理的相互作用使企业保持竞争优势。

76、目标市场选择的标准是什么？

77、回归或因果分析法的内涵式？

78、某企业在一个区域授权三家经销商代理其产品，而每一家经销商都拥有多家客户，则该企业案用的是什么渠道决策？（宽渠道策略）

79、奥的斯电梯公司每年50亿美元的销售额中，65%以上来源于服务和维护，我们称这种组织顾客服务形式为？

80、卖方库存管理的相关内容、定义，优点，缺点？

81、组织市场中定价目标包括？

82、电子媒体、广告、报纸、电视、广播的优点与缺点？

83、初级原材料包括哪些？

84、组织市场供应商选择商业展览会时应遵循的一个基本原则是？

85、核心竞争力给企业带来哪些收益？P142

答：1.延长企业的寿命2.为企业制定竞争战略提供新的方向3.促使企业对企业的意义

86、政府选择供应商的方式通常采用？

87、成功的新服务项目的主要特点包括？P184

答：1.定制化的专家服务2.有计划的”率先”风险 投资3.改良的服务

88、关系营销强调什么？

89、什么是组织购买品？P3

答：通常指出于生产加工、设备的使用消耗和维修、在销售以及为公众提供服务等目的，由商业企业、政府部门或独立机构等组织采购的产品和服务。

90、什么事设备制造商？

91、什么是直接再采购？

92、要使顾客满意，应处理好哪四个基本要素？

93、销售人员培训内容包括哪些？

94、竞争导向定价法包括什么？

95、企业选择目标市场营销战略应考虑的因素有？

96、组织市场调研，采用观察法进行研究，必须满足哪些条件？

97、许可经营的特点？

98、当渠道成员A发现渠道成员B阻止或妨碍到其达到某个重要目标时，便会发生？（渠道冲突）

99、某食品公司新购进一批用于制造锅巴的小米，这些未经过任何加工处于自然状态下的小米属于初级原材料嘛？

答：初级原材料

100、电视的特征？

企业文化，新的企业组织和奖励制度，还应该重点考虑的因素是？（理解顾客期望）

二、案例分析题

1、产品从设计到制造过程有哪些创新？

2、新产品创意有哪些来源？成功的新产品开发有哪些关键因素？

答：顾客、竞争者、其他领域的产品与工艺。1．市场预测和技术可行性分析2、清晰、精确的产品定义 3．关注顾客要求4．关注质量标准5．新产品开发过程应该具有弹性。

1. 根据组织市场中产品定价的特征，分析企业根据产品不同情况如何进行产品定价？

答：组织客户对价格有着更理性的认识；不同的价格需求弹性；组织产品的价格经常通过双方协商来确定；衡量价格的时间跨度不同；财务支持程度不同。

3、影响组织市场产品定价的因素？

答：1.定价目标2.市场需求3.法律环境4.定价决策5.成本等

4、根据组织市场产品定价的特征，分析企业根据产品不同情况如何进行产品定价？

5、合资企业的定义，优缺点？P191

6、关系营销的基本定义，狭义上的关系营销定义？

关系营销中的关系包括企业与中间商的关系，企业与消费者的关系和企业与雇员的关系，这三种关系式大多数关系营销实践的核心，关系营销的目的是能够带来长期财务绩效。关系营销的特征？

7、组织要成功进入政府市场必须注意哪些方面？

8、组织市场产品定价因素有哪些？特征有哪些？如何采取其定价策略？

答：组织市场产品定价因素：竞争情况、成本、市场需求、定价目标、对其他产品的影响。

10、组织顾客服务分为哪两类？

11、如何进行全方位营销推广？

12、组织顾客服务的重要性？

13、组织顾客服务迅速增长的主要原因？

14、影响产品定价的因素？业降价行为反应的因素？

答: 价格的制定要考虑多种因素的影响，如市场需求、成本、竞争、利润、顾

客使用方式，这些都对价格的成功制定起着举足轻重的作用。

15、组织市场细分的意义？宏观市场细分的依据？

答：组织市场细分的意义，1.发现和利用市场机会2.使企业资源得到有效利用3.增加企业营销努力的有效性。宏观市场细分的依据，1.行业2.规模3.地理位置4.采购只能结构5.使用平率

16、新产品开发过程中的关键成功要要素？新产品创新战略主要包括哪三个基本形式？

17、核心竞争力对企业的意义？P142

18、分销渠道、组织间销售的定义？大多数组织不喜欢中间商而喜欢直接分销渠道的理由？组织间的销售方法有？

19、企业如何选择广告媒体？

20、组织市场中广告对企业的作用？