

全国 2009 年 7 月自考谈判与推销技巧试题

课程代码: 00179

一、单项选择题(本大题共 22 小题, 每小题 1 分, 共 22 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 下列选项中, 不属于谈判构成要素的是(D) 1-8
A. 谈判主体 B. 谈判客体
C. 谈判环境 D. 谈判过程
2. 下列选项中, 属于广义的谈判利益是(D) 1-11
A. 价格 B. 利润空间
C. 个人报酬 D. 改善彼此的关系
3. 寻求通过作出最佳的谈判决策来获得最佳的谈判结果, 这种谈判叫(A) 1-16
A. 理性谈判 B. 感性谈判
C. 横向谈判 D. 纵向谈判
4. 导致谈判中结构性冲突的原因是(D) 2-25
A. 误解 B. 缺乏信息
C. 道德判断差异 D. 破坏性谈判行为
5. 下列选项中, 不属于谈判中的冲突的是(C) 2-25
A. 利益冲突 B. 价值冲突
C. 感情冲突 D. 数据冲突
6. 创造联合收益的核心是(C) 3-56
A. 谈判者冲突 B. 谈判者对抗
C. 谈判者差异 D. 谈判者合作
7. 谈判中, 通常将对谈判者从达不成协议的替代选择中所获得的价值衡量称为(B) 4-69
A. 谈判者替代价格 B. 谈判者保留价格
C. 谈判者协议价格 D. 谈判者选择价格
8. 谈判中, 顶线目标、底线目标、期望目标和可接受目标之间的关系是(D) 5-89
A. 顶线目标 \geq 期望目标 \geq 可接受目标 \geq 底线目标
B. 顶线目标 \geq 期望目标 $>$ 可接受目标 \geq 底线目标

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- C.顶线目标>期望目标>可接受目标>底线目标
D.顶线目标>期望目标≥可接受目标≥底线目标
- 9.下列选项中,属于一次性的让步方式是(D)6-143
A.0 / 0 / 0 / 60 B.49 / 10 / 0 / 1
C.50 / 10 / -1 / 1 D.60 / 0 / 0 / 0
- 10.在谈判的价格磋商中,卖方可能会说“你们期待多少折扣”。这种陈述属于有效威胁特征的(B)7-148
A.终结性B.具体性
C.抽象性D.表述的清晰性
- 11.由于谈判的一方陈述过多而忽略了对对方陈述的机会与权力,从而使谈判产生僵局。导致上述僵局的原因是(C)7-155
A.主观偏见 B.偶然因素
C.行为失误 D.客观障碍
- 12.“寻求第三方的支持”属于打破僵局策略性手段中的(C)7-158
A.信息推动 B.程序性推动
C.权力性推动D.尊重性推动
- 13.“对方认为我们的提议怎么样?”。上述说法属于提问方式中的(A)8-177
A.自由式问题B.开放式问题
C.情绪性问题D.诱导性问题
- 14.下列选项中,属于非语言沟通作用的是(B)8-181
A.传递信息 B.补充作用
C.获取信息 D.建立信任
- 15.下列说法中属于德国商人谈判特点的是(B)9-208
A.时间观念不强 B.严守合同信用
C.等级观念强D.受中国儒家思想影响很深
- 16.在各种推销人员的组织结构中,最简单的是(C)10-222
A.产品式结构B.顾客式结构
C.区域式结构D.复合式结构
- 17.一位销售人员问:“李教授,您是资深业内人士,您认为我们的产品有哪些主要优势?”这位销售人员接近顾客的方法是(A)11-280
A.求教接近法B.利益接近法
C.社交接近法D.商品接近法

18.某销售人员在销售服装时说：“比如，您看这件衣服式样新颖美观，颜色也合适，您穿上一定很漂亮，我们昨天刚进了4套，今天就只剩下2套了。”此销售人员采用的建议成交策略是(A)12-315

- A.从众成交法
- B.选择成交法
- C.请求成交法
- D.假定成交法

19.一般而言，当退货情况出现时，负责清点退货商品的部门是(B)13-333

- A.检验部门
- B.仓储部门
- C.会计部门
- D.销售部门

20.旅客与航空公司之间的买卖客运服务属于(A)14-347

- A.单纯服务
- B.附属服务
- C.事务性服务
- D.便利性服务

21.某渠道内同一层次中的成员之间的冲突属于(B)15-416

- A.垂直渠道冲突
- B.水平渠道冲突
- C.多渠道冲突
- D.交叉渠道冲突

22.运用ABC分析法可将客户分为三类，A类一般占累计销售额的(A)16-438

- A.80%
- B.70%
- C.60%
- D.50%

二、多项选择题(本大题共6小题，每小题2分，共12分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

23.影响谈判的环境因素有(ABD)5-91

- A.政治、法律环境
- B.社会文化环境
- C.自然环境
- D.市场环境
- E.技术环境

24.增大威胁压力的技巧有(ABC)7-149

- A.公开声明
- B.与第三者联合
- C.突出需求的迫切性
- D.重新表态并暗示背景已经改变
- E.以更为委婉的方式来重申威胁

25.谈判沟通要素包括(BCDE)8-169

- A.传播过程
- B.传播关系
- C.传播行为
- D.传播符号
- E.传播媒介

26. 与其他促销方式相比, 人员推销具备的特点有(ACD) 10-220

- A. 具有灵活性
- B. 成本费用偏低
- C. 选择性强
- D. 有利于建立长期合作关系
- E. 成功率较高

27. 导致窜货的原因包括(ABCDE) 13-340

- A. 管理制度有漏洞
- B. 管理监控不力
- C. 激励措施有失偏颇
- D. 代理选择不合适
- E. 抛售处理品和滞销品

28. 在衡量服务质量方面起着关键作用的因素包括(ABCDE) 16-444

- A. 有形资产
- B. 可信赖感
- C. 责任感
- D. 保证
- E. 感情

三、简答题(本大题共 6 小题, 每小题 6 分, 共 36 分)

29. 简述谈判过程中冲突与合作的关系。 2-27/28

答: (1) 谈判是合作与冲突兼而有之的过程

(2) 谈判过程中冲突与合作的矛盾会发生变化

(3) 谈判是一个处理合作与冲突矛盾的过程

30. 影响和改变谈判空间的因素有哪些? 4-73

答: (1) 谈判利益提供了谈判的基础和手段;

(2) 谈判的替代性选择决定了谈判可能达成协议的空间;

(3) 潜在的谈判协议代表着谈判的潜力, 进而它们都在影响和改变着谈判可能达成协议的空间;

(4) 谈判者的创造价值和索取价值的行为影响和改变着谈判空间。

31. 讨价还价中的策略包括哪些? 6-135/136/137

答: (1) “喊价要高, 出价要低”的报价起点策略

(2) 固定价格策略

(3) 策略性的行动

(4) “价格套餐”策略

32. 说明防范销售风险的方法。 11-254

答: (1) 要提高识别销售风险的能力。

(2) 要提高风险的防范能力, 尽可能规避风险, 特别是全局性的重大的销售风险。

自考备考三件宝:
自考笔记、
真题及答案、
录音课件!

(3) 在风险无法避免的情况下, 要提高处理销售风险的能力, 尽可能最大限度地减少损失, 并防止引发其他负面效应和有可能派生出来的消极影响。

33. 在处理顾客异议时应遵循何种程序? 12-300/301/302/303/304

答: (1) 认真听取顾客提出的异议

(2) 适时回答顾客的异议

(3) 收集、整理和保存各种异议

34. 简述激励中间商的方法。 15-407/408/409/410/411/412

答: 激励中间商的形式大体上可以分为两种: 直接激励和间接激励。

一、直接激励主要有以下几种形式:

1、返利政策

2、价格折扣

3、开展促销活动

二、间接激励通常的做法有以下几种形式

1、帮助中间商建立进销存报表, 做安全库存数和先进先出库存管理。

2、帮助零售商进行零售终端管理。

3、帮助中间商管理其客户网来加强经销商的销售管理工作。

4、伙伴关系管理。

四、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

35. 如何掌握评估谈判对方利益的相关规则? 3-53

答: (1) 从仔细聆听对方的发言和与对方进行清晰的沟通中认识和确定对方的谈判利益和利益偏好。

(2) 注意倾听与谈判没有利害关系的第三方所提供的意见。

(3) 采用换位思考, 扮演另一方的角色有助于加深对对方利益的理解。

(4) 运用调查的方法提高利益评估的准确性, 比如, 调查对方以往在类似情境中的表现, 调查对方的教育背景和职业背景, 调查对方在公司组织结构中的位置和从属关系等等。

(5) 要注意心理和文化因素对谈判者利益和利益偏好的影响。

36. 试述互联网时代对客户服务的挑战。 14-366/367

答: (1) 为客户提供准确的信息

网络是一个虚拟的空间, 在这个虚拟的空间里, 企业也同样应该为客户提供充分的选择空间和准确的信息, 以方便顾客购买。对于提供复杂产品的公司, 企业应该为用户提供适合顾客需要、易于比较的网上信息。

(2) 与客户进行有效的交流

网上交流是电子商务时代一种比较时尚的交流方式。但是,单凭这种方式并不能完全满足客户对沟通的需要,企业还应该为客户提供多种交流渠道,例如电话、面谈、信函等等,让顾客在任何时间、任何地点都可以与企业保持联系,充分地传达他所需要的信息。

(3) 真正解决客户的问题

与传统的客户服务管理一样,电子商务时代客户管理服务中,企业也应该以客户为中心,真正为客户着想。企业应该实时地解决网络上的客户问题。比如,立即答复顾客的问题、抱怨和反馈,让客户能够非常容易地购买到公司的产品,并且可以通过多种方式付款。

(4) 保护顾客隐私和信息安全

网上客户最为担心的可能是隐私信息被披露和交易的安全性难以得到保障,企业要赢得长期的客户,必须尊重客户的隐私权,并保证交易的顺利达成。

(5) 建立“无缝衔接”的客户关系

即在线顾客可以自由穿梭于公司的各个不同职能部门之间,而不受任何限制。

(6) 实现对客户的承诺

虽然网络是看不见摸不着的,但是企业和客户都是实实在在的,企业要履行对客户的承诺,不能对客户夸大其词而又无法兑现。为客户的抱怨和问题提供完善的解决方案。

总之,互联网络时代的客户服务给企业带来许多新的机会,也使企业面临着许多新的挑战。企业必须充分了解电子商务的特征和网络客户的需求,在通过网络销售产品的时候,通过创新的服务形式和良好的服务理念,使客户满意,最终促成并扩大销售。

五、案例分析题(本大题共1小题,10分)

37. 背景材料:

莎拉是一位意大利女商人,由于交通阻塞,在一次谈判会议上比规定时间晚到了半个小时。她的谈判对手德国商人马克非常不满,因为德国人等人的时间不习惯超过3分钟。可是在莎拉的文化环境中,这不会有什么问题,因为其他大多数人都会迟到。马克的不快和抱怨导致莎拉陷入迷惘:难道我错了吗?问题:

(1) 为什么会产生这种情况?(2分) 9-202

答: 文化差异对谈判的影响。

(2) 对跨文化背景下的谈判,双方应采取何种原则及策略来对待可能存在的文化差异?(8分)

9-211/212/213

答: 一、对待文化差异的原则

- 1、因循文化认识谈判者行为
- 2、正确对待文化差异
- 3、接纳不同的文化

4、制定灵活的谈判策略

二、对待文化差异的技巧

- 1、要有更充分的准备
- 2、使自己被对方接受
- 3、避免沟通中的障碍和误解
- 4、审慎交往

考试课件网: <http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案!

考试真题软件网: <http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题!

考试学习软件商城: <http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道!

自考备考三件宝:
自考笔记、
真题及答案、
录音课件!