

## 全国 2011 年 4 月自学考试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. 就谈判的非实质性内容进行交流的过程是 ( B ) 1-9  
A. 谈判准备阶段 B. 谈判开局阶段  
C. 谈判磋商 D. 谈判终结
2. 谈判者间不存在根本性冲突, 利益完全一致, 指的是 ( B ) 2-36  
A. 非赢即输 B. 双赢  
C. 重复博弈 D. 一次博弈
3. 费舍尔和尤瑞的谈判普遍法则是 ( A ) 3-44  
A. 焦点集中于利益而非方案 B. 焦点集中于方案而非利益  
C. 焦点集中于利益而非事项 D. 焦点集中于事项而非利益
4. 谈判力就是 ( D ) 4-68  
A. 使谈判者获得有利于己方结果的能力  
B. 谈判者拥有的对谈判空间的改变发挥关键作用的能力  
C. 能够导致有利的谈判结果的能力  
D. 谈判者拥有的、但却是其他谈判对手所欠缺的对谈判空间的改变发挥关键作用的能力
5. 谈判者最基本的心理素质要求是 ( A ) 5-101  
A. 责任心 B. 自制力  
C. 协调力 D. 意志力
6. 在谈判战略中, 经常被混淆于合作战略的战略是 ( D ) 5-111  
A. 竞争战略 B. 回避战略  
C. 和解战略 D. 折中战略
7. 实施谈判威胁的首要条件是 ( A ) 7-151  
A. 权力因素 B. 沟通渠道因素  
C. 可置信性 D. 环境因素
8. 在时间观念方面, 对别人要求严格, 对自己比较随便的是 ( B ) 9-206  
A. 日本人 B. 法国人  
C. 德国人 D. 美国人

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

9. 下列不属于常用销售区域形状的是 ( C ) 10-223  
A. 圆形 B. 十字花形  
C. 矩形 D. 扇形
10. 以下不属于消费者购买信号的是 ( C ) 12-308  
A. 表情信号 B. 语音信号  
C. 干扰信号 D. 行为信号
11. 公司要求在包装盒上打批号, 不同地区销售不同批号的货物, 所有批号在全国公开, 主要是为了管理 ( B ) 13-342  
A. 退货 B. 窜货  
C. 发货 D. 订货
12. 发现数量短缺而合同中又不准分批装运或未规定溢短装条款最有效的处理应该是 ( A ) 13-329  
A. 备货阶段 B. 检验货物阶段  
C. 装船阶段 D. 投保阶段
13. 流动货车的服务方式属于 ( C ) 14-351  
A. 免费服务 B. 非技术性服务  
C. 巡回服务 D. 长期服务
14. 下列选项中, 不属于间接激励中间商做法的是 ( B ) 15-411  
A. 帮助中间商建立进销存报表 B. 开展促销活动  
C. 帮助零售商进行零售终端管理 D. 伙伴关系管理
15. CRM 系统功能中能够有效寻找潜在顾客的是 ( A ) 16-423  
A. 客户市场管理子系统 B. 客户销售管理子系统  
C. 客户支持与服务管理子系统 D. 客户忠诚评价子系统
16. 分析和了解一个轿车购买者的消费属性和兴趣爱好, 并为其提供健身俱乐部会员卡或人寿保险业务, 这种销售是 ( D ) 16-436  
A. 追加销售 B. 转型销售  
C. 尝试销售 D. 交叉销售
17. 寻求通过作出最佳的谈判决策来获得最佳的谈判结果是 ( D ) 1-16  
A. 价格谈判 B. 商务谈判  
C. 交易谈判 D. 理性谈判
18. 以创造或扩展谈判的可能性协议空间, 从而寻求增大谈判能力的一种谈判力是 ( A ) 4-75

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

- A. 补偿和交换 B. 遵从准则和客观标准  
C. 认同力 D. 知识和信息
19. 当企业产品类型较多、技术性较强、产品间无关联时, 采用的推销人员组织结构是  
( B ) 10-223
- A. 区域式 B. 产品式  
C. 复合式 D. 顾客式
20. 下面不属于售后服务内容的是 ( C ) 14-350
- A. 送货上门 B. 提供咨询和指导  
C. 提供代办业务 D. 处理投诉
21. 制造商与中间商之间的冲突属于 ( B ) 15-417
- A. 水平渠道冲突 B. 垂直渠道冲突  
C. 交叉渠道冲突 D. 离散渠道冲突
22. 根据顾客方格理论, 消费者会因为产生内疚感而购买产品属于 ( D ) 11-261
- A. 于练型 B. 寻求答案型  
C. 防卫型 D. 软心肠型
- 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. 筛选客户的依据包括 ( ABCDE ) 16-435
- A. 客户全年购买额 B. 收益性  
C. 安全性 D. 未来性  
E. 合作性
24. 谈判的特征有 ( ABC ) 1-6
- A. 实现和满足利益需求的行为 B. 一种协商分配有限资源的决策过程  
C. 谈判者的相互作用过程 D. 一个动态而复杂的过程  
E. 有着明显的利己性行为
25. 谈判者的全部需要有 ( ABCD ) 3-43
- A. 个人需要 B. 组织需要  
C. 企业需要 D. 国家需要  
E. 他人需要
26. 谈判准备活动的一般过程包括 ( ABCDE ) 5-84
- A. 确定目标 B. 可行性分析

C. 伙伴选择 D. 谈判人员选择

E. 谈判计划的制定

27. 非语言沟通的作用包括 ( ABC ) 8-181

A. 补充作用 B. 代替作用

C. 否定作用 D. 肯定作用

E. 完善作用

28. 推销决策的主要内容包括 ( ACDE ) 10-221

A. 确定销售目标 B. 确定销售特征

C. 确定销售规模 D. 分配销售任务

E. 组织和控制销售活动

三、简答题 (本大题共 6 小题, 每小题 6 分, 共 36 分)

29. 简述对待文化差异的技巧。 9-212

答:

在跨文化谈判中, 需要遵循以下基本要点。

(1) 要有更充分的准备

跨文化谈判的复杂性要求谈判者在谈判之前作更为充分的准备。①充分地分析和了解潜在的谈判对手。②研究商务活动的环境, 拟定各种防范风险的措施。③合理安排谈判计划。

(2) 使自己被对方接受

①在关系到谈判共同目标的问题上要注意采取一致的行动去发现谈判的共享利益。②争取对方的接受还需要避免有损双方关系的行动和反应。

(3) 避免沟通中的障碍和误解

谈判者要注意自己的形体语言, 要注意揣摩对方的手势、语调、沉默、停顿和面部表情的含义, 从而避免导致歧意和误解。

(4) 审慎交往

在谈判中, 谈判者应该时时意识到这种文化差异的存在, 审慎地体会对方的意思、态度、情绪的发展以及动作、表情的含义等等, 尽量避免不必要的误解和冲突。

30. 简述谈判力的内涵。 4-68

答:

谈判力即为谈判者拥有的、但却是其他谈判方所欠缺的对谈判空间的改变发挥关键作用的能力。

31. 谈判者面临创造价值或者索取价值两难选择的原因是什么? 2-28

答:

谈判中,谈判者索取价值的竞争性行为和创造价值的合作行为是交织在一起酌。谈判过程中的冲突和合作,谈判者的索取价值和创造价值的行为,会因为谈判者策略的运用和策略运用中的相互作用而发生转化。这使得谈判者在谈判过程中面临一种两难的选择。

32. 简述销售机会的主要特征。11-248

答:

销售机会一般来说具有以下特征:

- (1) 客观性。销售机会的出现与否,是不以销售人员的主观意志为转移的。
- (2) 平等性。从事同一领域销售活动的销售人员,所面临的市场竞争环境是基本相同的。
- (3) 可创造性。销售人员应充分发挥自己的主观能动性,积极采取各种措施来创造有利于自己的销售机会。
- (4) 时间性和空间性。销售环境的变化一般会带来销售机会,但这种销售机会不会无限期地持续下去,而是有一定的时间界限。
- (5) 两面性。

33. 有利的成交环境的主要要求有哪些?12-309/310

答:

- (1) 成交环境应安静舒适
- (2) 成交环境要能保证单独洽谈
- (3) 在安排成交环境时,要注意迎合顾客的心理

34. 简述售前服务的主要内容。14-349/350

答:

进行市场调研活动,了解客户的需要,并据此组织生产和经营活动,以最大限度地满足客户的需求;进行广告宣传,将产品的质量、性能、用途等通过媒体传达给客户,向客户介绍并说明产品的特点,激发客户的兴趣,引起客户的关注;以多种方式为客户提供有关商品的信息咨询,提供样品或产品说明书,使客户充分了解产品的功能及使用方法等,以此来赢得客户的信赖,从而促成购买行为的产生;接受电话订货,或提供邮购服务;开设技术培训班,帮助客户掌握有关的技术资料和方法,增强客户的购买信心;精心布置销售场所,为客户提供良好舒适的购物环境;为方便客户,提供有关的配套加工服务;合理安排营业时间等。

四、论述题(本大题共2小题,每小题10分,共20分)

35. 试述让步策略实施的一般原则。6-139/140

答:

谈判让步的实质决定了让步策略的实施必须遵循下述一般原则:

自考备考三件宝:  
自考笔记、  
真题及答案、  
录音课件!

(1) 让步必须是对等的, 用己方让步的许诺谋求对方也同样作出让步。在谈判桌上, 在一方作出各种让步时, 必然要求对方作出相应让步, 后者才是让步的真正目的, 好的谈判者善于在作出让步后向对方施加压力, 迫使对方也作出让步。

(2) 双方让步要同步而行。让步的目的是为了换取对方的相应让步, 因此, 让步必须使己方的让步同步于对方的让步。

(3) 让步是以满足对方需要换取自己的利益。谈判对抗中, 为了尽可能给对方以满足, 选择作适当让步, 但让步是为了换取己方利益。

(4) 让步的幅度要适当, 每次让步的幅度不宜过大, 让步的节奏不宜过快, 但是也必须是足够的, 从而使谈判以适当的速度向着预定的成交点推进。

(5) 在谈判中, 每一方对于自己所付出的每一点小的让步, 都应努力取得最大的回报。

### 36. 试述间接激励中间商的方法。15-411

答:

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。进销存报表的建立, 可以帮助中间商了解某一周期的实际销售数量和利润; 安全库存数的建立, 可以帮助经销商合理安排进货; 先进先出的库存管理, 可以减少即期品(即将过期的商品)的出现。

(2) 帮助零售商进行零售终端管理。通过定期拜访, 帮助零售商整理货架, 设计商品陈列形式。

(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。帮助中间商建立客户档案, 包括客户的店名、地址、电话, 并根据客户的销售量将它们分成等级, 并据此告诉中间商对待不同等级的客户应采用不同的支持方式, 从而更好地服务于不同性质的客户, 提高客户的忠诚度。

(4) 伙伴关系管理。应该实施伙伴关系管理, 也就是制造商和中间商结成合作伙伴, 风险共当, 利益共享。

## 五、案例分析题(本大题共1小题, 10分)

### 37. 背景材料:

某公司从竞争对手那里成功挖出一名杰出员工, 但公司的市场推广部门和销售部门都争着聘用此人, 几度谈判未果后, 两个部门的关系变得紧张, 冲突较大。后在公司总经理的协调下, 两个部门的管理人员开始坐在一起讨论解决方案。经过理性分析, 总经理意识到, 两个部门都希望通过聘用这名员工获得如下利益: 员工的技能; 部门长期使用这些技能的能力; 部门间共享数据库合并的成果。因此, 总经理决定合并销售部和市场推广部数据库, 将该员工安插在公司管理信息系统部门, 并随时参与销售部和市场推

产部未来的临时性项目。这样，两个部门的利益都得到了满足，联合收益的创造也使得这两个部门的谈判冲突从此消失了。

根据以上材料回答以下问题：

- (1) 创造联合收益的行为有哪些？(3分) 3-55
- (2) 联合收益的来源是什么？(2分) 3-56/60
- (3) 创造联合收益的方法和策略有哪些？(5分) 3-56/57/63

(1) 答：

所谓“创造联合收益”是指谈判者的这样三种行为：

- ①谈判者突破了谈判不成协议的局面，达成了某种协议，从而相对于谈判者的无协议选择创造出更高的价值。
- ②谈判者在原有协议基础上发现对双方或各方都更有利的新的协议，从而创造了比原有谈判结果更高的价值。
- ③谈判者在联合行动中发现了比原来预想的更多的可行方案，从而创造了更高的价值。

(2) 答：

联合收益来源于：

①谈判者差异

谈判者之间的差异是产生联合收益的一种经常性来源。差异是产生谈判者之间互惠互利的交换，从而创造联合收益的核心。创造和产生联合收益的协议常常是建立在各方偏好不一致基础上的，建立在存在差异基础上的。

②共享利益

所谓谈判的共享利益，是与其他因素无关、完全由谈判本身而产生的共同利益。这是一种任何一方都无法排他性地独自占有的利益，是一种公共价值。

(3) 答：

A. 谈判者差异是产生联合收益的来源。谈判者必须善于发现差异，认识到谈判者差异的价值。差异可能是谈判者利益偏好、谈判者主观价值判定的差异，也可能是能力、风险认知和时间偏好的差异，在协调、满足这些谈判者差异过程中，可以实现创造联合收益的协议。谈判各方在利益上的差异、冲突和对立，使谈判各方不能够在这样的方案上达成一致性协议。但也正是对谈判者差异的识别、利用和协调，以谈判者差异为基础找到了一个创造性的、全新的方式，从而达成一个为各方接受的、有效的谈判协议。利用谈判者之间的差异来创造联合收益，从而避免谈判陷入僵局。

B 结合上面的案例，我们可以归纳谈判者创造共享利益协议的以下方法和策略：

- (1) 在谈判的单一事项上找到各方认可的解决方案可以创造共享利益；
- (2) 将谈判视为解决共同问题的过程，通过沟通和共同讨论找到创造性地解决问题的方法；
- (3) 在谈判中突出强调各方共同的认识、道德、价值观、信仰或目标，并把这些与所有具体事项的解决方案联系起来，可以创造和增进共享利益；
- (4) 建立良好的谈判关系，制造一种愉快的谈判气氛有助于谈判者创造谈判的公共价值；
- (5) 正确把握这样一些因素也会使原本就有实质意义的协议变得对各方更有价值。

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！