

《汽车营销基础与实务》考试复习题库(含答案)

一、单选题

1.SRS系统的气囊爆开时间约为()秒。

A、0.03

B、1

C、0.3

答案：A

2. 生命周期成熟期阶段的营销特点是()。

A、提高市场占有率

B、实现产品更新换代

C、建立知名度

D、争取利润最大化

答案：D

3. 利用“缓慢渗透”策略适用于生命周期的()。

A、投入期阶段

B、成长期阶段

C、成熟期阶段

D、衰亡期阶段

答案：A

4. 奇瑞汽车公司与吉利汽车公司是()。

A、一般竞争者

B、欲望竞争者

C、品牌竞争者

答案: C

5. 生命周期成长期阶段的营销特点是()。

A、争取利润最大化

B、实现产品更新换代

C、建立知名度

D、提高市场占有率

答案: D

6. 汽车整车销售的主要形式是()。

A、经销商

B、代理商

C、特约经销商

答案: C

7. 销售员最基本的职责是()。

A、销售商品

B、提供服务

C、收集信息

D、建立形象

答案: A

8. 属于中国轿车营销模式的有代理制营销模式、特许营销模式、()、网络营销模式。

A、多品牌营销模式

B、少品牌营销模式

C、大品牌营销模式

答案：A

9. 在波士顿矩阵分析法中，销量增长快、市场占有率低的产品称为()。

A、明星产品

B、瘦狗产品

C、问题产品

答案：C

10. 生产企业把产品批发给批发商或交给代理商，由他们再交给零售商，最后销售给用户。此类型属于()。

A、I型渠道

B

、II型渠道

C、III型渠道

D、IV型渠道

答案：B

11. 汽车企业常用产品线延伸策略来优化产品组合，延伸汽车产品组合的策略有

()向下延伸、双向延伸。

A、向上延伸

B、向左延伸

C、向右延伸

答案：A

12. 汽车营销学研究的方法不包括()。

- A、产品法
- B、职能法
- C、实验法
- D、决策法

答案：C

13. 开拓客户在功能上属于()。

- A、治标
- B、治本
- C、难以确定
- D、推销

答案：A

14. 汽车企业与房地产企业是()。

- A、一般竞争者
- B、欲望竞争者
- C、品牌竞争者

答案：B

15. 汽车的增值税发票中填写的项目，包括双方的单位名称、地址、电话和()税务登记证编号。

- A、银行账号
- B、国家税金
- C、企业利润

答案：A

16. 影响国际市场营销的社会文化环境不包括()。

A、风俗习惯

B、语言文字

C、宗教信仰

D、教育观念

答案：D

17. “丰田价值论”认为，销售人应该从以下产品性价比、()、汽车使用成本。

A、汽车品牌

B、汽车服务领域

C、汽车残值

答案：C

18. 能够衡量汽车产品组合的有广度，深度，()，相关度。

A、长度

B、宽度

C、热度

答案：A

19. 对汽车营销客户回访的方法有()信函回访，登门回访，电子邮件回访。

A、电话回访

B、不用回访

C、发展的客户

答案：A

20. () 以下哪一条是销售员基本能力中的核心。

- A、劝说能力
- B、观察能力
- C、应变能力
- D、交往能力

答案：A

21. 面对客户提出异议时，销售员在处理上的心理技巧的第一步是：()。

- A、防御并伺机反击
- B、找出事案根据
- C、尽量转移并化解之
- D、接受异议

答案：C

22. 企业通过人员和非人员的方式，沟通企业和消费者之间的信息，从而激发消费者的消费欲望和兴趣，使其产生购买行为的活动是()。

- A、调研
- B、促销
- C、分销

答案：B

23. A将 x 给 B 同时获得了 y ，这是属于()。

- A、交换
- B、交易
- C、转让

D、A+B

答案: A

24. 销售员要使市场信息反馈工作 ()。

A、制度化、规范化

B、制度化、经常化

C、规范化、经常化

D、制度化、系统化

答案: B

25. 在交换双方中, 如果一方比另一方更主动地寻求交换, 则 ()。

A、前者称市场营销者

B、后者称市场营销者

C、前者称潜在客户

D、后者称潜在客户

答案: A

26. 汽车销售过程中的服务主要包括购车咨询、保险、 ()。

A、上牌

B、上路

C、购车

答案: A

27. 市场的三要素是 ()。

A、人口、时间、购买力

B、人口、购买力、购买欲望

C、时间、空间、购买力

D、时间、地点、人口

答案：B

28. 以高价格和低促销费用将新产品推入市场是属于()。

A、快速掠取策略

B、缓慢掠取策略

C、快速渗透策略

D、缓慢渗透策略

答案：B

29. 在销售员与顾客沟通过程中，通常讲述与聆听的比率应该是：()。

A、说三分，听七分

B、一半一半

C、听三分，说七分

D、以上都不对

答案：A

30. 某企业故意将产品的价格尾数定为“9”，这是属于()定价策略。

A、品牌

B、折扣

C、心理

答案：C

31. 在()条件下，卖主和买主只能是价格的接受者，而不是价格的决定者。

A、完全竞争

B、垄断竞争

C、寡头垄断

答案：A

32. 一般汽车的传动系主要是由离合器，(), 万向节，传动轴。

A、发动机

B、节气门

C、变速器

D、起动机

答案：C

33. 在我国，分布最为广泛，需求最为强劲，潜力最大的汽车需求区域是()。

A、公务用车市场

B、商务用车市场

C、经营用车市场。

D、私人用车市场

答案：D

34. 汽车销售商应该以()的名义代理汽车置换、租赁、贷款及牌照拍卖等方面的业务。

A、本销售公司

B、客户

C、汽车制造商

D、车主

答案：A

35. 在我国目前情况下，汽车工业的市场领导者主要采取的是()。

- A、进攻策略
- B、防御策略
- C、跟随策略

答案：A

36. 以下车辆属于混合动力汽车的是()。

- A、丰田卡罗拉
- B、丰田普锐斯
- C、丰田皇冠

答案：B

37. 引起注意；产生兴趣；产生联想；()；比较产品；下决心购买是顾客购买心理的六个阶段。

- A、激起欲望
- B、拜访客户
- C、赠送纪念品
- D、提供咨询

答案：A

38. 号牌是蓝底白字白线框的，要求驾驶员至少具有()驾驶证。

- A、照
- B、照
- C、照
- D、E照

答案：C

39. 汽车特许经销商可享有的权利有地区专营权、()、取得特许人帮助的权利。

- A、产品知识
- B、特许经营权
- C、销售技能

答案：B

40. 在发动机燃油喷射系统中，按喷油器数目分类可分为单点喷射、()。

- A、顺序喷射
- B、多点喷射
- C、分组喷射
- D、同时喷射

答案：B

41. 产品的营销策略是为了获取最大利润，那么这种产品处于()生命周期。

- A、导入期
- B、成熟期
- C、成长期

答案：B

42. 某实力雄厚的大汽车公司兼并了若干弱小汽车公司，这种增长战略是()。

- A、前向一体化
- B、后向一体化
- C、横向一体化

答案：C

43. 现代汽车营销的理念是：（）

- A、销售员是销售过程中的主体，是联系企业与顾客的纽带
- B、用适当的方法和技巧，在满足企业需求的同时，更好地满足客户的需求
- C、建立良好的个人、企业、商品形象，注重长期效益
- D、保持与顾客的联系，提供尽善尽美的售后服务

答案：B

44. 汽车的生日是（）。

- A、1886年1月29日
- B、1868年1月28日
- C、1885年1月29日
- D、1885年1月28日

答案：A

45. 中国汽车产业的外部环境包括经济、（）、人口、自然环境。

- A、政策和法律
- B、社会
- C、世界

答案：A

46. 就汽车营销来说，（）能为企业争取更多的客户。

- A、完善的功能
- B、低廉的价格
- C、品牌车型
- D、优质服务

答案：D

47. 享受无赔款优待应具备的条件有：保险期满前办理续保、()、保险期内无赔款。

- A、保险期内车主无违章
- B、续保期所保的险种不少于现有保险期内的险种
- C、保险期限满一年
- D、无赔款优待是以扣减保险费的形式来体现的

答案：C

48. 甲从一汽车销售公司买了车租给乙开，某天乙将车借给丙从上海开往南京，朋友丁搭乘此车，请问，对该汽车销售公司来说，谁是顾客()。

- A、甲和乙
- B、甲
- C、全是
- D、都不是

答案：C

49. 市场细分在本质上是按照()进行的。

- A、购买力差别
- B、需求差别
- C、个性差别

答案：B

50. 促销工作的目的是()。

- A、沟通信息

- B、让消费者立即购买
- C、刺激消费者产生购买行为

答案: C

51. 一般当双方谈判达成协议, 既可认为是发生了()。

- A、交换行为
- B、交易行为
- C、无法确定
- D、A+B

答案: B

52. 非价格竞争的主要内容就是()。

- A、优质服务
- B、完善的功能
- C、人际交往
- D、商标品牌

答案: A

53. 世界汽车生产技术不断创新, 新型的环保技术, 安全技术, 电子技术, ()将在汽车上得以广泛应用。

- A、节能技术
- B、机械技术
- C、遥控技术

答案: A

54. 汽车价格的结构要素有流通成本, (), 国家税金, 企业利润。

A、流通费用

B、普通费用

C、自然损耗

答案：A

55. 服务产品的特征一般表现为()。

A、有形性

B、可分离性

C、差异性

D、可储存性

答案：C

56. 从零售店产品品种、数目看，汽车配件主要零售销售形式()、混合店、超级市场、分散销售。

A、专卖店

B、私家店

C、发展的客户

答案：A

57. 决定顾客满意因素的结构层次的是()。

A、顾客群体

B、结构维度

C、市场类型

答案：B

58. 商标时效的法律规定为，注册商标的有效期为()年，自核准之日起计算。

A、二十年

B、五年

C、十年

D、十五年

答案：C

59. 决定汽车产品性价比的主要要素有产品技术性能、 。

A、产品质量

B、产品销售价格

C、产品外形

答案：B

60. 汽车销售员的基本能力包括观察能力、记忆能力、思维能力和 。

A、劝说能力

B、应变能力

C、语言能力

答案：A

61. 被保险人应在公安交通管理部门对交通事故处理结案之日起 内向保险人提交能证明事故原因、性质、责任划分和损失确定等的必要单证。

A、7天

B、48小时

C、3天

D、10天

答案：D

62. 以下选项，不属于销售人员职责的是（）。

- A、销售产品，完成指标
- B、收集信息，提供服务
- C、提高业务素质，丰富产品知识
- D、沟通关系，树立形象

答案：C

63. 在销售过程中，以下哪种沟通方式起的作用最大（）。

- A、肢体语言
- B、说话的内容
- C、语言语调
- D、以上都不是

答案：B

64. 汽车销售公关实际的选择原则：求是原则、（）、深刻性原则、最大化原则。

- A、利益原则
- B、焦点原则
- C、最小化原则

答案：B

65. 汽车市场有效细分的条件是（）、可衡量性、可进入性、时效性。

- A、反馈性
- B、匿名性
- C、差异性

答案：C

66. 4s店的4个S 分别代表的含义除整车销售零、配件供应、售后服务外，还包括（）。

- A、市场
- B、信息反馈
- C、营销

答案：B

67. 顾客满意的是价格、品质、（）三因素的函数。

- A、服务
- B、质量
- C、销售

答案：A

68. 汽车产品包括汽车实物、汽车服务、汽车保证、（）。

- A、汽车总成
- B、汽车品牌
- C、汽车零件

答案：B

69. 汽车营销的理念是：（）。

- A、销售员是销售过程中的主体，是联系企业与顾客的纽带
- B、用适当的方法和技巧，满足顾客的某种需要带来，在满足顾客需要同时获得企业利益
- C、建立良好的个人、企业、商品形象，注重长期效益
- D、保持与顾客的联系，提供尽善尽美的售后服务

答案：B

70. 汽车产品的核心属性()。

- A、实质产品
- B、期望产品
- C、形式产品

答案：A

71. 以下哪种决策过程中，客户在“有购买意识”转变到“想要购买”的过程中，主要考虑的是：()。

- A、是否满意
- B、选择方案
- C、设定购买标准
- D、需求

答案：B

72. 商品的售后服务真正目的在于()。

- A、商品信誉的维护
- B、商品资料的提供
- C、维系客户
- D、销售服务中承诺的履行

答案：C

73. 汽车营销活动的出发点和立足点是：()。

- A、一切以服务为宗旨
- B、建立汽车销售企业的新形象

C、高效率的实现销售目标

D、高效率的实现销售目标

答案：A

74. 给客户递交名片时应该名片的()。

A、无所谓

B、不同顾客有不同的要求

C、反面向顾客，名字朝自己

D、正面向对方，名字向顾客

答案：D

75. 市场竞争不是产品本身之争，而是()之争。

A、价格

B、服务

C、顾客观念

答案：C

76. 一辆剩余年限为两年的旧机动车，经预测得这两年的预期收益为：第一年1.5万元，第二年为1.2万元，设折现率为15%，则用收益现值法估价值应为：()。

A、2.7万元

B、2.35万元

C、2.21万元

D、2.04万元

答案：C

77. 利用公共关系的促销方法具有()的优点。

- A、方法灵活，易促成成交
- B、信息面广，易引起注意
- C、吸引力大，效果明显
- D、影响面大，对消费者印象深刻

答案：D

78. 汽车产业的主要内涵的两个核心领域是汽车制造领域和()。

- A、汽车流通领域
- B、汽车服务领域
- C、汽车售后领域

答案：A

79. 顾客总成本包含()。

- A、产品成本、时间成本、形象成本、精力成本
- B、货币成本、时间成本、精神成本、体力成本
- C、价格成本、体力成本、服务成本、人员成本
- D、货币成本、形象成本、质量成本、人员成本

答案：C

80. 国际汽车市场主要表现出的特点是()。

- A、货车占据国际汽车市场的主导地位
- B、轿车占据国际汽车市场的主导地位
- C、客车占据国际汽车市场的主导地位
- D、世界汽车出口格局发生了变化

答案：B

81. 在马斯洛的需要层次理论中，处于人的需要最低层的是()。

- A、尊重的需要
- B、生存和生理的需要
- C、安全的需要
- D、安全的需要

答案：C

82. 随着市场竞争的加剧，企业越来越注重竞争的效率，对()的争夺成为现代企业竞争的着力点。

- A、产品质量
- B、顾客资源
- C、产品价格

答案：B

83. 汽车用户购买行为的一般过程表现为()。

- A、内因、需求、决策、购买
- B、外因、需求、决策、购买
- C、刺激、决策、购后感受
- D、刺激、购买、评价

答案：B

84. 汽车产品产业市场与消费者市场有明显的差别，其中表现为()。

- A、前者客户数量大，后者客户数量小
- B、前者为非专家型购买，后者为专家型购买
- C、前者需求弹性小，后者需求弹性大

D、前者市场波动小，后者市场波动大

答案：D

85. 经纪人和代理商的特征不包括()。

A、经纪性

B、受托性

C、代理性

D、中间性

答案：C

86. 售后服务管理涉及内容不包括()。

A、汽车装饰管理

B、售后服务网络的规划与管理

C、服务站的建设管理

D、售后服务的信息管理

答案：A

87. 属于意大利的著名汽车品牌有()法拉利。

A、福特

B、兰博基尼

C、凯迪拉克

D、林肯

答案：B

88. 生产者在某一地区仅通过少数几个精心挑选的中间商来分销产品，这是()

分销策略。

A、选择

B、密集

C、独家

答案：A

89. 以下属于汽车销售人员必须具备的专业知识是()。

A、维修检测知识

B、用户的相关知识

C、汽车发展前景

D、定期保养知识

答案：C

90. 为胜任销售工作，销售员应具备的基本条件是()。

A、用职业的方法去开拓客户，用公关的方式去接触客户

B、具有丰富的专业知识，其中包括企业知识、产品知识、市场和用户知识

C、良好的语言表达能力，使用陈述、提问、倾听及行为语言完成销售

D、善于学习，不断积累经验，总结出适合个人风格销售规律

答案：C

91. 利用“快速掠取”策略适用于生命周期的()。

A、投入期阶段

B、成长期阶段

C、衰亡期阶段

答案：A

92. 属于服务市场营销与产品市场营销的差异性表现的是()。

- A、生产、零售和消费不同时发生
- B、人不是产品的一部分
- C、质量控制问题
- D、产品可存储

答案：C

93. 汽车销售员的应具备的营销基本知识包括市场营销的基本知识、()、法律知识。

- A、物理专业知识
- B、语言文字知识
- C、消费者知识

答案：C

94. 新车上牌时，若车主为企业，则必须携带企业代码证原件，汽车销售公司代办服务时，首先必须查看企业代码证的()。

- A、颁发单位
- B、机构类型
- C、代码号
- D、有效期

答案：C

95. 以下属于销售人员必须具备的专业知识的是()。

- A、用户的相关知识
- B、维修检测知识
- C、定期保养知识

D、汽车行业的发展前景

答案：D

96. 以总结产品特点的主要优势及其给目标顾客带来好处来结束产品的介绍叫()。

A、小点促进性成交

B、赞扬性成交

C、供应压力性成交

D、利益总结型成交

答案：D

97. 市场营销学的研究对象是()。

A、市场营销活动和及其规律

B、市场营销活动和及其规律

C、市场营销管理

D、市场促销

答案：A

98. 哪种类型的客户通常成交周期量长()。

A、主导型客户

B、社交型客户

C、分析型客户

D、个体客户

答案：C

99. 我国汽车市场总体上呈现出的特点之一是()。

A、市场总需求快速增长，商用车尤为突出

B、自主开发能力强，国内汽车市场日趋国际化

C、市场环境市场秩序逐渐不规范

D、汽车交易和消费行为趋于理性化

答案：D

100. 按照新规定，国家认证认可监督管理委员会(简称认监委)对“3C”认证开始实施执法监督的时间是()。

A、12/31/2003

B、8/30/2002

C、1/1/2002

D、8/1/2003

答案：D

多选题

1. 市场营销的最终目标是()。

A、满足需求

B、满足欲望

C、满足市场

答案：AB

2. 调查报告应包括以下四项内容()。

A、引言

B、摘要

C、正文

D、附录

答案：ABCD

3. 营销中间商指协助汽车企业从事市场营销的组织，包括()。

- A、中间商
- B、实体分配公司
- C、营销服务机构
- D、财务中间机构

答案：ABCD

4. 汽车新产品定价可以采用()。

- A、撇脂
- B、渗透
- C、满意
- D、不满意

答案：ABC

5. 企业促销组合由()。

- A、广告
- B、销售促进
- C、人员促销
- D、公共关系

答案：ABCD

6. 汽车销售企业的主要业务包括()。

- A、整车分销
- B、售后服务

C、网点管理

D、信息管理

答案：ABCD

7. 销售员所提供的服务包括()。

A、售前

B、销售过程

C、售后服务

答案：ABC

8. 汽车市场环境调查包括()。

A、政策法律环境调查

B、经济环境调查

C、科技环境调查

D、社会文化环境调查

答案：ABCD

9. 顾客满意的是()三因素的函数。

A、价格

B、品质

C、服务

答案：ABC

10. 汽车产品生命周期的阶段包括()。

A、导入期

B、成长期阶段

C、成熟期阶段

D、衰退期

答案：ABCD

11.Cs 营销战略的实施内容主要包括()。

A、开发顾客满意的产品

B、提供顾客满意的服务

C、服务态度

答案：AB

12. 价值链分析包括()内容。

A、识别价值活动

B、确立活动类型

C、分析企业的竞争优势

答案：ABC

13. 经济环境指能够影响客户购买力和消费方式的经济因素，包括()。

A、购买力水平

B、消费者收入状况

C、收入分配结构

D、消费者支出模式

答案：ABCD

14. 汽车市场预测方法主要有()。

A、定性预测法

B、定量预测法

C、质量预测法

答案：AB

15. 生产者购买行为的类型包括()。

A、直接再购买

B、新任务购买

C、选择性购买

答案：ABC

16. 产品组合调整的基本原则是()。

A、满足需要原则

B、利润原则

C、竞争原则

D、资源利用原则

答案：ABCD

17. 以下属于宏观营销环境有()。

A、人口环境、

B、经济关系

C、政治法律关系

答案：ABC

18. 整车销售的整个流程包括()。

A、进货

B、验收

C、运输

D、存储

答案：ABCD

19. 顾客的购买动机()。

A、质量、价格

B、舒适性、造型

C、安全

D、售后服务和另部件供应

答案：ABCD

20. 营业推广采用的主要方式有()。

A、产品展示会

B、销售折扣

C、样品赠送

D、抽奖赠品

答案：ABCD

21. 推销员的任务可分为两类()。

A、订单处理

B、创造销售

C、货品摆放

答案：AB

22. 沟通的三大要素分别是()。

A、要明确一个目标

B、达成共同的协议

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/035010314131012003>