

营业员技师理论知识模拟试题及答案解析（3）

(1/122)填空题

第 1 题

消费者气质类型包括：胆汁质、_____、黏液质、抑郁质等气质类型。

下一题

(2/122)填空题

第 2 题

胆汁质气质类型消费者的购买行为表现为：主观，易于冲动，行为干脆利索，购物_____，属于兴奋型。

上一题 下一题

(3/122)填空题

第 3 题

消费者购买活动能力主要由对商品的_____、感知辨别能力、分析评价能力、鉴赏能力，以及选购商品时的决策能力、应变能力等组成。

上一题 下一题

(4/122)填空题

第 4 题

对商品的鉴赏能力主要是指消费者的_____能力。

上一题 下一题

(5/122)填空题

第 5 题

消费者购买动机主要包括：求实、_____、求速、求新、求名、求美、模仿、好癖等购买动机。

上一题 下一题

(6/122)填空题

第 6 题

具有求速购买动机的消费者特别重视_____，而对商品本身的外观、造型、包装、价格等则不太挑剔。

上一题 下一题

(7/122)填空题

第 7 题

对消费者购买动机的诱导方式方法主要有：证明性诱导、_____和转化性诱导。

上一题 下一题

(8/122)填空题

第 8 题

转化性诱导常用的方法是_____、询问法、转移法、拖延法。

上一题 下一题

(9/122)填空题

第 9 题

消费者对商品的情感发展过程可以分为：喜欢、激情、评价、_____四个阶段。

上一题 下一题

(10/122)填空题

第 10 题

评价阶段是消费者对商品的态度基本肯定、_____的阶段。

[上一题](#) [下一题](#)

(11/122)填空题

第 11 题

消费者购买行为按表现特征不同可分为：_____、理智型、经济型、冲动型、想象型、不定型和信誉型。

[上一题](#) [下一题](#)

(12/122)填空题

第 12 题

消费者因受商品外观和厂牌名称的刺激而采取购买行为，被称为_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(13/122)填空题

第 13 题

青年消费者购买行为特征表现为：追求时尚，表现时代；追求个性，表现自我；_____；情感丰富，容易冲动。

[上一题](#) [下一题](#)

(14/122)填空题

第 14 题

青年往往是新产品、新的消费时尚的追求者、_____和推广者。

[上一题](#) [下一题](#)

(15/122)填空题

第 15 题

女性消费者数量巨大，是大多数购买行为的_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(16/122)填空题

第 16 题

女性消费者对购买的商品挑剔、_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(17/122)填空题

第 17 题

相关群体从以下几方面对消费者购买行为产生影响，影响消费者_____，影响其所购商品品质，使购买行为具有某种社会评价性。

[上一题](#) [下一题](#)

(18/122)填空题

第 18 题

同一群体的人们通过_____，能够显示出他们共同的观念和行为特征。

[上一题](#) [下一题](#)

(19/122)填空题

第 19 题

工人从整体上来看，在消费方式上受社会风气影响较大，他们是大众化商品、_____的主要购买者。

[上一题](#) [下一题](#)

(20/122)填空题

第 20 题

农民消费心理的最大特点是商品要_____、耐穿耐用。

[上一题](#) [下一题](#)

(21/122)填空题

第 21 题

消费习俗可归纳为：喜庆性、纪念性、信仰性、政治性、_____、地域性等消费习俗。

[上一题](#) [下一题](#)

(22/122)填空题

第 22 题

消费习俗所引起的购买行为表现为_____、周期性、无条件性等特征。

[上一题](#) [下一题](#)

(23/122)填空题

第 23 题

流行一般表现为_____地扩大与蔓延，又在较短时间内消失。

[上一题](#) [下一题](#)

(24/122)填空题

第 24 题

从流行的社会机能看，它是适应社会生活的一种方式，是一种_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(25/122)填空题

第 25 题

消费者对商品价格具有习惯性心理、敏感性心理，对价格比较有_____和感受性心理。

[上一题](#) [下一题](#)

(26/122)填空题

第 26 题

_____是指消费者对商品价格高低进行比较、选择时的心理指向。

[上一题](#) [下一题](#)

(27/122)填空题

第 27 题

商品的摆放位置要达到的心理要求为：_____、适应购买习惯、突出商品使用价值和特色、陈列方式灵活多样等。

[上一题](#) [下一题](#)

(28/122)填空题

第 28 题

商品可按必需商品、_____、特殊商品、即兴商品分类摆布。

[上一题](#) [下一题](#)

(29/122)填空题

第 29 题

消费者购买商品过程中心理发展阶段为：商店外貌感受，认知商品，观察了解，获得印象，_____, 欲想拥有，比较评价，确立信心，采取行动，购后感受等。

[上一题](#) [下一题](#)

(30/122)填空题

第 30 题

消费者在初步感受店貌后，一般就根据购买目的有选择地去_____, 把注意力集中在观赏商品上。

[上一题](#) [下一题](#)

(31/122)填空题

第 31 题

营业员在柜台服务中，首先要判断_____，以便有针对性地采用不同的接待方法。

[上一题](#) [下一题](#)

(32/122)填空题

第 32 题

一般来说，进店的顾客大致有三种类型：有既定目标、_____和来逛商店或看热闹。

[上一题](#) [下一题](#)

(33/122)填空题

第 33 题

营业员的_____与语言艺术是实现售货策略的主要手段。

[上一题](#) [下一题](#)

(34/122)填空题

第 34 题

营业员的微笑必须真诚、_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(35/122)填空题

第 35 题

营业员在接待顾客时，要准确地使用柜台语言，讲究_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(36/122)填空题

第 36 题

在柜台语言中，用得最多的是_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(37/122)填空题

第 37 题

对顾客服务的好与坏，是一场有关顾客_____的心理战。

[上一题](#) [下一题](#)

(38/122)填空题

第 38 题

决定服务品质的关键在于员工所作所为给顾客_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(39/122)填空题

第 39 题

顾客服务满意度构成要素中的顾客理解度是指，掌握顾客_____、了解顾客情况。

[上一题](#) [下一题](#)

(40/122)填空题

第 40 题

顾客服务满意度构成要素中的工作水平是指，充分具备提供服务所需的_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(41/122)填空题

第 41 题

顾客因为生气而产生的抱怨，追根究底就是认为自己的_____受到伤害。

[上一题](#) [下一题](#)

(42/122)填空题

第 42 题

抱怨的产生还有一种情况，就是一旦_____无法满足时即会发生。

[上一题](#) [下一题](#)

(43/122)填空题

第 43 题

顾客的抱怨，是顾客对于某企业的_____，同时也是该企业的弱点所在。

[上一题](#) [下一题](#)

(44/122)填空题

第 44 题

营业员的服务方式欠佳、营业员的_____，及营业员自身的不良行为等是引起顾客不满的三个方面。

[上一题](#) [下一题](#)

(45/122)填空题

第 45 题

一些研究数据显示，有意见而不抱怨的顾客_____左右不会再来购物。

[上一题](#) [下一题](#)

(46/122)填空题

第 46 题

开发一名新顾客的成本是保护一名老顾客成本的_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(47/122)填空题

第 47 题

顾客只愿意购买两种产品：一种是令其心情愉快的商品；另一种是为其解决_____的商品。

[上一题](#) [下一题](#)

(48/122)填空题

第 48 题

要获得顾客的满意与信赖，就要先找出他们的需要，然后找出他们心中所期望的_____，从而更好地满足他们的需要。

[上一题](#) [下一题](#)

(49/122)填空题

第 49 题

接待顾客的_____是成功处理顾客抱怨的关键之一。

[上一题](#) [下一题](#)

(50/122)填空题

第 50 题

处理顾客问题时的一大禁忌就是把_____，因为这样的姿势会给人以傲慢的感觉。

[上一题](#) [下一题](#)

(51/122)填空题

第 51 题

当顾客说某种商品太贵时，你要拿出别的商品和它比较，让顾客更容易了解商品的_____成正比。

[上一题](#) [下一题](#)

(52/122)填空题

第 52 题

所谓诚心诚意解决顾客抱怨的方法,就是要_____顾客所蒙受的损失,包括向顾客诚心道歉。

[上一题](#) [下一题](#)

(53/122)填空题

第 53 题

解决柜台矛盾,避免激化的有效方法是营业员应_____,严格要求自己。

[上一题](#) [下一题](#)

(54/122)填空题

第 54 题

解决好矛盾的关键在_____身上。

[上一题](#) [下一题](#)

(55/122)填空题

第 55 题

解决顾客多、业务忙与应接不暇的矛盾时,要充分发挥营业员的主观能动性,营业员要尽量按照“_____”的顺序,努力做到“接一顾二招呼三”。

[上一题](#) [下一题](#)

(56/122)填空题

第 56 题

当营业员的热情服务同生意不成交出现了矛盾时,营业员要正确对待“买”与“_____”的问题。

[上一题](#) [下一题](#)

(57/122)填空题

第 57 题

在营业员与顾客发生争吵时,应坚持营业员是矛盾的主要方面、_____的原则,耐心解释,止息争吵。

[上一题](#) [下一题](#)

(58/122)填空题

第 58 题

面对情绪激动的顾客,营业员一定要非常诚恳地向顾客道歉,并仔细了解顾客的_____,找出最好的解决方式。

[上一题](#) [下一题](#)

(59/122)填空题

第 59 题

不管是哪种因素激怒了顾客,最直接的处理方法是迅速找出_____,然后再实施一连串的补救措施。

[上一题](#) [下一题](#)

(60/122)填空题

第 60 题

市场信息反映市场环境变化的情况,它必须进行_____,不断积累,不断更新。

[上一题](#) [下一题](#)

(61/122)填空题

第 61 题

市场信息是人与人之间传递的_____,是企业从事营销活动,实现与各方面联系的工具。

[上一题](#) [下一题](#)

(62/122)填空题

第 62 题

企业内部营销信息是由企业内部管理部门和各_____发出的信息。

[上一题](#) [下一题](#)

(63/122)填空题

第 63 题

商品需求信息主要包括社会商品购买力、城乡居民消费购买力、消费_____的变化及发展趋势。

[上一题](#) [下一题](#)

(64/122)填空题

第 64 题

商业信息是商业企业经营决策的前提和_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(65/122)填空题

第 65 题

商业信息是控制监督企业经营活动的_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(66/122)填空题

第 66 题

进行市场需求状况的调查主要是对购买力的调查，对市场需求量、_____的调查，以及对市场需求结构的调查。

[上一题](#) [下一题](#)

(67/122)填空题

第 67 题

对消费者状况的调查主要是对购买动机、购买行为和_____的调查。

[上一题](#) [下一题](#)

(68/122)填空题

第 68 题

一般认为，市场调研的过程由四个阶段、_____所构成。

[上一题](#) [下一题](#)

(69/122)填空题

第 69 题

非正式调研阶段在调研的过程中之所以必要，是因为它有利于节约人力、_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(70/122)填空题

第 70 题

市场观察法是调查人员在现场，对调查对象的情况_____记录的一种调查方法。

[上一题](#) [下一题](#)

(71/122)填空题

第 71 题

市场调查的基本方法包括：观察法、市场询问法和_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(72/122)填空题

第 72 题

市场调查表也叫问卷，是一种以书面形式了解被调查对象的反映和看法，并以此获得_____的载体。

[上一题](#) [下一题](#)

(73/122)填空题

第 73 题

市场调研报告是一项市场调研_____的主要表现形式。

[上一题](#) [下一题](#)

(74/122)填空题

第 74 题

市场调研报告也是衡量和反映一项市场调研项目_____的重要标志。

[上一题](#) [下一题](#)

(75/122)填空题

第 75 题

市场调查报告是以市场环境、市场经营条件及商品供给、需求和销售情况为主要对象，经过调查研究、分析综合而写成的_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(76/122)填空题

第 76 题

市场调查报告的写作要求是实事求是和_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(77/122)填空题

第 77 题

市场预测应遵循一定的程序进行，首先要_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(78/122)填空题

第 78 题

选择合适的预测方法，要根据_____和资料进行。

[上一题](#) [下一题](#)

(79/122)填空题

第 79 题

定性预测方法是指凭借个人的知识、经验和直观感觉，主观地判断未来市场和状态的方法。

[上一题](#) [下一题](#)

(80/122)填空题

第 80 题

以匿名方式，经过几轮征询专家意见，最终得出预测结果的方法，叫_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(81/122)填空题

第 81 题

科学的经营决策，是指企业对未来行为_____，并从两个以上的可行方案中选择一个合理方案的工作过程。

[上一题](#) [下一题](#)

(82/122)填空题

第 82 题

商业企业经营决策应遵循以下原则，即系统性原则、信息真实性原则、_____、反馈性原则、

民主性原则。

[上一题](#) [下一题](#)

(83/122)填空题

第 83 题

促销商品的品项、_____是否具有吸引力，将影响促销活动的成败。

[上一题](#) [下一题](#)

(84/122)填空题

第 84 题

选择敏感性商品作为促销商品，在定价上不妨_____市场价格，能很有效地吸引更多的顾客。

[上一题](#) [下一题](#)

(85/122)填空题

第 85 题

在推销人员不十分了解顾客需要的情况下，宜采取_____策略，促使顾客采取购买行为。

[上一题](#) [下一题](#)

(86/122)填空题

第 86 题

推销人员有计划地刺激顾客产生需求欲望，再向顾客介绍商品，说明所推销商品能满足某方面的需求，从而诱导其实现购买，这是_____策略的运用。

[上一题](#) [下一题](#)

(87/122)填空题

第 87 题

广告可以把生产者和消费者联系起来，起到指导消费、服务消费、_____的作用。

[上一题](#) [下一题](#)

(88/122)填空题

第 88 题

广告最基本的功能是传递信息和_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(89/122)填空题

第 89 题

媒体的传播范围应当与_____相一致，如果企业产品是销往全国的，就应当选择覆盖全国的传播。

[上一题](#) [下一题](#)

(90/122)填空题

第 90 题

广告媒体是多种多样的，而且都有各自的特点，企业应根据广告宣传的特点及_____，正确、合理地选择广告媒体。

[上一题](#) [下一题](#)

(91/122)填空题

第 91 题

营业推广的主要形式有三大类，即对_____、对中间商和对推销人员的营业推广活动。

[上一题](#) [下一题](#)

(92/122)填空题

第 92 题

公共关系对象中的政府公众包括国家行政与立法部门和_____。

[下一题](#)

(93/122)填空题

第 93 题

公共关系对象中的金融公众是对企业的_____、用资有一定影响的公众。

[上一题](#) [下一题](#)

(94/122)填空题

第 94 题

征询性公关是以收集信息、舆论调查、_____为主的公关方式。

[上一题](#) [下一题](#)

(95/122)填空题

第 95 题

按功能不同，企业公共关系活动方式可以分为_____、交际性公关、服务性公关、社会性公关和征询性公关。

[上一题](#) [下一题](#)

(96/122)填空题

第 96 题

对于生命周期不同阶段的产品，促销的重点目标不同，采取的促销方式也有所不同。在成熟期应增加_____，削减广告。

[上一题](#) [下一题](#)

(97/122)填空题

第 97 题

顾客的购买过程一般分为四个阶段，在不同的阶段，企业应采取不同的促销组合策略。在购买阶段，主要是_____在起作用。

[上一题](#) [下一题](#)

(98/122)填空题

第 98 题

飞机运输速度快，灵活性强，适合运送_____的商品。

[上一题](#) [下一题](#)

(99/122)填空题

第 99 题

轮船运输量大、运费低、_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(100/122)填空题

第 100 题

配送中心必须具有灵敏、完整的_____，这是保证配送中心业务顺利进行的关键。

[上一题](#) [下一题](#)

(101/122)填空题

第 101 题

配送中心送货功能是将配好的商品按到达点或_____进行送货。

[上一题](#) [下一题](#)

(102/122)填空题

第 102 题

推广折扣是生产企业向_____提供促销时的价格优惠。

[上一题](#) [下一题](#)

第 103 题

付款折扣实际上是一种_____，鼓励提前付款的办法，有利于企业资金的周转。

[上一题](#) [下一题](#)

(104/122)填空题

第 104 题

在电子商务中，信息发布的_____和方便性是传统媒介无可比拟的。

[上一题](#) [下一题](#)

(105/122)填空题

第 105 题

电子商务带动的金融服务包括：网上贸易和网上银行、_____、网上代理等。

[上一题](#) [下一题](#)

(106/122)填空题

第 106 题

比率分析法的实质是将各项目的关系_____，然后再进行分析对比。

[上一题](#) [下一题](#)

(107/122)填空题

第 107 题

常用的比率分析法有_____和趋势比例法。

[上一题](#) [下一题](#)

(108/122)填空题

第 108 题

人力资源管理的形成与作用效率要受其生命周期的限制，_____是人力资源管理具有的特征。

[上一题](#) [下一题](#)

(109/122)填空题

第 109 题

人力资源管理在开发使用之后仍可以继续开发，使用过程同时也是开发过程，而且这种开发过程具有_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(110/122)填空题

第 110 题

员工_____是员工针对自己实际工作表现的绩效予以评估的一种方式。

[上一题](#) [下一题](#)

(111/122)填空题

第 111 题

由直属领导就其指派任务的工作表现、能力及技术等进行了解与评估是员工绩效考评的_____方式。

[上一题](#) [下一题](#)

(112/122)填空题

第 112 题

根据设计的等级评估量表对员工绩效进行评估的方法是_____。

[上一题](#) [下一题](#)

(113/122)填空题

第 113 题

◦
上一题 下一题

(114/122)填空题

第 114 题

员工日常考核的标准主要有：转变率、_____、时间的利用情况。

上一题 下一题

(115/122)填空题

第 115 题

商业企业劳动定额是指企业劳动者在一定时间内和一定设备条件下，平均应达到的_____和质量要求。

上一题 下一题

(116/122)填空题

第 116 题

教案的编写内容包括：教学目的、教学重点和难点、_____。

上一题 下一题

(117/122)填空题

第 117 题

商品营业员培训计划的主要内容是：培养目标、_____、培训内容及实现的手段。

上一题 下一题

(118/122)填空题

第 118 题

商品营业员的培训目标是培养出具有一定文化基础知识和专业理论知识及_____的应用型、工艺型人才。

上一题 下一题

(119/122)填空题

第 119 题

总结就是把实践经验转化为_____的重要环节。

上一题 下一题

(120/122)填空题

第 120 题

总结业务知识的_____就是要揭示营业员工作的客观规律性。

上一题 下一题

(121/122)填空题

第 121 题

教案语言的特点是：简明、概括和_____。

上一题 下一题

(122/122)填空题

第 122 题

课堂讲授能力是组织教学能力与_____的统一。

上一题 交卷

交卷

答题卡

答案及解析

(1/122)填空题

题

消费者气质类型包括：胆汁质、_____、黏液质、抑郁质等气质类型。

参考答案： 多血质

详细解答：

下一题

(2/122)填空题

第 2 题

胆汁质气质类型消费者的购买行为表现为：主观，易于冲动，行为干脆利索，购物_____，属于兴奋型。

参考答案： 决策果断

详细解答：

上一题 下一题

(3/122)填空题

第 3 题

消费者购买活动能力主要由对商品的_____、感知辨别能力、分析评价能力、鉴赏能力，以及选购商品时的决策能力、应变能力等组成。

参考答案： 观察能力

详细解答：

上一题 下一题

(4/122)填空题

第 4 题

对商品的鉴赏能力主要是指消费者的_____能力。

参考答案： 艺术欣赏

详细解答：

上一题 下一题

(5/122)填空题

第 5 题

消费者购买动机主要包括：求实、_____、求速、求新、求名、求美、模仿、好癖等购买动机。

参考答案： 求廉

详细解答：

上一题 下一题

(6/122)填空题

第 6 题

具有求速购买动机的消费者特别重视_____，而对商品本身的外观、造型、包装、价格等则不太挑剔。

参考答案： 时间和效率

详细解答：

上一题 下一题

(7/122)填空题

第 7 题

对消费者购买动机的诱导方式方法主要有：证明性诱导、_____和转化性诱导。

参考答案： 建议性诱导

详细解答：

[下一题](#)

(8/122)填空题

第 8 题

转化性诱导常用的方法是_____、询问法、转移法、拖延法。

参考答案： 先肯定再陈述法

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(9/122)填空题

第 9 题

消费者对商品的情感发展过程可以分为：喜欢、激情、评价、_____四个阶段。

参考答案： 选定

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(10/122)填空题

第 10 题

评价阶段是消费者对商品的态度基本肯定、_____的阶段。

参考答案： 决定购买

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(11/122)填空题

第 11 题

消费者购买行为按表现特征不同可分为：_____、理智型、经济型、冲动型、想象型、不定型和信誉型。

参考答案： 习惯型

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(12/122)填空题

第 12 题

消费者因受商品外观和厂牌名称的刺激而采取购买行为，被称为_____。

参考答案： 冲动型

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(13/122)填空题

第 13 题

青年消费者购买行为特征表现为：追求时尚，表现时代；追求个性，表现自我；_____；情感丰富，容易冲动。

参考答案： 追求实用，表现成熟

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(14/122)填空题

第 14 题

青年往往是新产品、新的消费时尚的追求者、_____和推广者。

参考答案： 尝试者

详细解答：

[下一题](#)

(15/122)填空题

第 15 题

女性消费者数量巨大，是大多数购买行为的_____。

参考答案： 主体

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(16/122)填空题

第 16 题

女性消费者对购买的商品挑剔、_____。

参考答案： 选择性强

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(17/122)填空题

第 17 题

相关群体从以下几方面对消费者购买行为产生影响，影响消费者_____，影响其所购商品品质，使购买行为具有某种社会评价性。

参考答案： 购买投向

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(18/122)填空题

第 18 题

同一群体的人们通过_____，能够显示出他们共同的观念和行为特征。

参考答案： 特定商品的消费

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(19/122)填空题

第 19 题

工人从整体上来看，在消费方式上受社会风气影响较大，他们是大众化商品、_____的主要购买者。

参考答案： 流行商品

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(20/122)填空题

第 20 题

农民消费心理的最大特点是商品要_____、耐穿耐用。

参考答案： 经济实惠

详细解答：

[上一题](#) [下一题](#)

(21/122)填空题

第 21 题

消费习俗可归纳为：喜庆性、纪念性、信仰性、政治性、_____、地域性等消费习俗。

参考答案： 民族性

详细解答：

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/417026104036006156>