

烟草营销技能竞赛选拔试卷〔一〕

单位：_____ 姓名：_____ 成绩：_____

一、填空题〔共 15 题，每题 2 分，共 30 分〕

- 1、客户期望管理的方式包括：清晰期望、加强感受、转移注意、降低期望。
- 2、新形势下的营销环境决定了商业企业的营销组织构造应该以〔 〕为导向，分析市场、把握市场，快速响应时常需求，突出品牌培育，塑造企业形象，做强做大企业。
- 3、〔 〕是绩效管理流程中的 第一个环节。
- 4、〔 〕评估是卷烟营销体系评估的重要内容，是衡量企业在一定时间内客户效劳工作质量及成效的重要内容。
- 5、组成需求的两大要素是 购置欲望 与支付能力。
- 6、营销渠道 是促使产品或效劳顺利地消费的一整套相互依存的组织，也称分销渠道。
- 7、构造化的经营分析包括以下三方面内容：经营环境分析、经营状态分析、经营过程/能力分析。
- 8、效劳流程优化有两种方法：即 系统化改造法 与全新设计法。
- 9、关键绩效指标 是一系列既独立又相关的，可测量及评估，且能较好反响员工职责及业绩不同侧面的重点因素。
- 10、绩效管理的第三个步骤是 绩效评估
- 11、进展卷烟市场调研，了解卷烟市场状态，通常包括三方面的信息：宏观消费环境信息、卷烟消费状态信息 与零售渠道状态信息。

- 12、卷烟市场分析的维度包括市场、品牌与 零售客户 三方面。
- 13、在卷烟需求预测中，经常用到的两种定性分析方法是 集合意见法 与 德尔菲法。
- 14、市场价格的分析方法主要包括绝对值分析、比照分析、定比分析与 趋势分析。
- 15、卷烟商业企业及工业企业之间缔造新型工商关系，理顺上下游供给链关系，实施工商协同营销，这种协同营销的种类是 垂直协同营销。

二、单项选择题〔共 20 题，每题 1 分，共 20 分〕

- 1、以下对营销管理理解错误的观点是 C
- A、战略选择是营销管理的主要流程之一；
- B、营销管理的目标是维系与开展顾客；
- C、营销管理的开展偏向科学；
- D、市场营销与营销管理的内涵是相关的。
- 2、科特勒的“营销不仅是一种商业职能，还是一种思维方式”表达了营销管理具有 A 特点。
- A、延伸性 B、动态性 C、相融性 D、系统性
- 3、C 第一次提出 4P 营销组合概念。
- A、菲利普·科特勒 B、詹姆斯·卡利顿 C、杰罗姆·麦卡锡
- D、尼尔·博登
- 4、在经历主义学派根底上开展起来的管理理论是 B
- A、标杆管理 B、权变管理 C、系统管理 D、行为科学管理

- 5、当企业采用 B 的组织构造，就要建立大量的协调型职位。
- A、金字塔型 B、矩阵型 C、职能型 D、市场型
- 6、控制管理正确的步骤是 A
- A、制定标准-衡量成效-纠正偏差-管理突破
- B、制定标准-管理突破-衡量成效-纠正偏差
- C、管理突破-制定标准-衡量成效-纠正纠差
- D、管理突破-纠正偏差-制定标准-衡量成效
- 7、“‘按客户订单组织货源’工作规定：卷烟商业企业应根据市场需求与货源组织情况进展季度调整”，这里运用了（ ）的卷烟营销控制方法。
- A、报审制度 B、节点控制 C、风险控制 D、进度控制
- 8、烟草公司对以下哪类客户采取这样的效劳策略：保证在他们身上足够的财力、精力投入，加强监视检查力度，提高其合作程度。 C
- A、低价值客户
- B、价值客户
- C、次价值客户
- D、潜在价值客户
- 9、客户期望可以分为三类，以下哪项不属于根本分类： C
- A、模糊期望
- B、隐性期望
- C、非现实期望
- D、显性期望

10、以下哪项不属于客户分类的根本方法？ D

A、按客户特征分类

B、按客户行为分类

C、按客户价值分类

D、按客户性格分类

11、客户需求的分析与运用不包括哪方面内容？ A

A、客户需求内容的分析

B、明确客户需求类别

C、了解客户需求的构造

D、客户需求及企业需求相结合

12、产品导向及需求导向的区别之一在于产品导向着眼于生产者自身，而需求导向着眼于 C 。

A、市场

B、产品质量

C、消费者

D、品牌

13、设计调查问卷时，备选答案设计的根本要求是 A

A、完全穷尽、相互独立

B、完全穷尽、相互包含

C、完全穷尽、相互冲突

D、留有余地，相互包含

 D 。

A、原理

B、原那么

C、公式

D、逻辑

15、将历史测量值分解成趋势因素、季节因素，再综合起来进展预测的一种方法是 A 。

A、季节波动预测法

B、直线趋势预测法

C、因果预测法

D、指数平滑法

16、从采购目标出发，对不同特点的采购品项进展分类的过程，我们称之为 D

A、货源管理

B、货源组织

C、货源采购

D、货源定位

17、关键类品牌的特点是？ C

A、低支出、低影响/风险水平

B、低支出、高影响/风险水平

C、高支出、高影响/风险水平

D、高支出、低影响/风险水平

18、在进展新品引入可行性测试，协助工业企业进展新品测试或品牌市场价值调研，了解多品牌市场竞争态势与开展潜力等调研时经常涉及品牌偏好方面的调研，品牌偏好调研通常涉及的主要内容有品牌 、品牌认知与品牌 。 B

A、知名度、美誉度

B、知名度、忠诚度

C、知晓率、竞争性

D、知晓率、忠诚度

19、采用高营销投入，以提高产品知名度为营销重点与目标的营销策略，适用于处于 A 这一生命周期阶段的品牌。

A、导入期

B、成长期

C、成熟期

D、衰退期

20、 D 是一种具有客户定制特性与互动式的营销方式，代表着由群众化营销向精准化营销的开展趋势。

A、精准营销

B、体验营销

C、关系营销

D、数据库营销

三、是非题〔共 20 题，每题 1 分，共 20 分〕

1、烟草行业效劳目标修正采用自上而下的修正方法。〔×〕P251

2、把新品牌规格及同档次畅销品牌规格并肩陈列、展示，以争取更多的认知、了解与被选择购置的时机。这种陈列方法属于价格陈列法。〔×〕P169

3、商定总量是对零售客户日常的卷烟销售量按照其经营能力的上下进展科学、合理细分的一种货源供给方法。〔√〕P184

4、响亮的效劳品牌是烟草商业企业效劳品质与综合竞争力的表达。〔√〕P264

5、采用直排法陈列时，要注意卷烟不要密密地排在一起，每包卷烟之间要留下一定空隙，否则消费者目光感知到的每包卷烟的面积就会缩小，就达不到醒目的作用了。〔×〕 P169

6、效劳品牌建立是一个系统的工程，它不仅包括品牌体系自身的完善，还需要企业内部管理经营体系的保障支撑。〔√〕 P271

7、把握市场状态、有效调控市场是优质卷烟零售网络能力的表达。〔×〕 P20

8、客户分类与终端细分从本质上讲都是对零售客户的细分，但其应用的方向不同，因此分类的维度与指标有所差异，理解分类的目的与应用方向，才能防止混淆。〔√〕 P43

9、容忍区域对于客户来说是可变的，既可以扩大也可以缩小，容忍区域扩大，意味着客户期望相应提高了，而缩小意味着客户期望相应降低了。〔×〕 P74

10、模糊期望是客户认为非常明确的、没有必要再加以表达的、企业一定会实现的期望。〔×〕 P73

11、关键营销业务流程是关系着营销方案目标能否实现的核心流程。〔 〕

12、县级营销部在地市级公司营销管理部门的领导下，建立与维护本辖区的卷烟销售网络，主要有市场研究、网络建立、方案管理与品牌管理等。〔 〕

13、一般地，职位层次越高，辅助性职位数量也就越多。〔 〕

14、按照《中国烟草卷烟营销网络业务标准〔修订〕》要求，省、

市两级营销管理部门是营销管理的实施部门。〔 〕

15、省级公司营销管理部门直接对地市级公司营销管理部门进展指导、协调、监视与考核。〔 〕

16、营销队伍比率=销售额/有效的户头数〔 〕

17、当某品牌销售量增幅大于销售额增幅时，说明该品牌构造在明显提升。〔 〕

18、绩效实施是实施绩效管理的根底。〔 〕

19、作为一个团队要符合自主性、创造性、协作性三个条件。〔 〕

20、工商协同效果评估是卷烟营销体系评估的核心内容。〔 〕

四、简答题〔共2题，每题5分，共10分〕

1、客户价值评估的内容有哪些，其中包含哪些重要指标？如何根据客户价值评分结果对客户进展分类，并根据分类制定相应的效劳策略？(P49)

2、在终端信息采集，从不同渠道提交的库存、价格信息应该按照统一标准汇总到统一的终端监测信息系统，这一系统所汇总的信息一般包括哪几类？

答案：终端监测信息系统所汇总的信息一般包括以下五类：

- 1、样本客户的根本信息。包括客户名称、编号、客户分类代码等营销业务系统中表达客户特征的关键字段信息。
- 2、来自样本客户的数据记录。各品牌的时点库存量与时段销售汇总、监测品牌的条包价与盒包价。

- 3、关键库存指标。如存销比、库存可销天数、社会总库存水平、库存波动指数。
- 4、关键价格指标。如时点平均价位〔条包、盒包均价〕、历史价格波动参考〔价格戒备线、历史最高值、历史最低值〕
- 5、异常数据报告。如数据的上传异常记录、系统进展逻辑复核发现的错误记录、延时上传的数据记录。

五、案例分析题〔共 1 题，总分 20 分〕

xx 市烟草公司近期准备引入新品牌 k 品牌，为了更好地了解市场情况与新品牌的成长性，该市烟草公司设计了调查问卷，组织了一次市场调研。以下是本次问卷调查后问卷数据录入汇总表的局部摘选：

表一：问卷数据录入汇总表摘选〔一〕

问题 序号	〔一〕 略	〔二〕请问您 从事什么职业？	〔三〕请问 您的学历是？	〔四〕 略	〔五〕如果这 种新品卷烟上市，您会考虑购置么？	〔六〕您 会购置的原因？ 〔可多项选择〕	〔七〕您不 会购置的原因？〔可多项选择〕
		1、公务员 2、事业单位人员 3、企业工作人员 4、个体户 5、农民 6、农民工	1、小学及以下 2、初中 3、高中 4、中专/职高 5、专科 6、本科		1、会 2、不会 3、看情况 〔选 1 接着答复第六题跳过第七题，选 2 跳过第六题答复第六题答	1、包装漂亮 2、他人推荐 3、做促销 4、价格合	1、不喜欢包装 2、价格不合理 3、不喜欢这个新品名称

		7、军人 8、其他 _____	7、研究生 及以上 _____		复第七题,选3 第六、第七两 题都需答复) _____	理 5、信赖厂 商 6、喜欢新 品 7、其他() _____	4、习惯了 常吸品牌, 不想换 5、其他() _____
000 1	3 _____	6 _____	2 _____	2 _____	1 _____	1 _____	_____
000 2	4 _____	1 _____	6 _____	5 _____	3 _____	1、4 _____	2 _____
000 3	4 _____	1 _____	6 _____	5 _____	4 _____	4 _____	_____
000 4	2 _____	4 _____	2 _____	6 _____	2 _____	2 _____	4 _____
000 5	3 _____	1 _____	1 _____	1 _____	1 _____	2 _____	_____
000 6	5 _____	2 _____	6 _____	4 _____	2 _____	_____	1、3 _____
000 7	3 _____	5 _____	1 _____	1 _____	1 _____	4 _____	_____

问题：

(1)调研数据的初步整理包括哪三个步骤？

答案：1、审核；2、编码；3、录入

〔或 1、调研信息的审核；2、编码；3、数据录入及清理〕

(2)数据录入及清理这一环节一般包括哪几个步骤？

答案：1、数据录入；2、逻辑检查；3、数学检查

(3)根据以上材料，数据录入汇总表格中是否存在数据出错？如果有，请具体加以指出，并说明错误是在逻辑检查中发现还是数学检查中发现？

答案:该数据录入汇总表格中存在三处数据出错，分别是：

在逻辑检查中发现两处错误：

1、序号为 0004 的数据中，〔五〕、〔六〕、〔七〕题之间的逻辑关系决定了〔五〕题假设选了 2，那么〔六〕题相应的单元格应该为空，而〔七〕题的单元格应该是有记录的，可是这张表格中〔五〕题选了 2，但〔六〕题相应的单元格不为空，说明出了逻辑错误；

2、序号为 0005 的数据中，发现第〔二〕问“职业：公务员”及第〔三〕问“学历：小学及以下”这组数据不符合通常逻辑，该问卷应作为无效问卷处理。

在数学检查中发现一处错误：

3、序号为 0003 的数据中，第〔五〕问共三个答案，可是在这条记录中却出现了“4”，说明问卷出错了，这是属于答案错误的数学检查。

烟草营销技能竞赛选拔试卷〔二〕

单位：_____ 姓名：_____ 成绩：_____

一、填空题〔共 15 题，每题 1 分，共 15 分〕

1、马斯洛五层次需要理论包括：生理需要、平安需要、社交的需要
| 尊重需要、自我实现需要。

2、_____ 市场营销 _____ 是创造、沟通及传递客价值给客户，
并管理客户关系，以让组织及利益关系人受益的一种组织功能及程
序。

3、可用的卷烟市场信息采集方式有：间接资料、专项市场调研、终
端信息采集、_____ 数据挖掘 _____。

4、及货源采购目标相关的问题有：质量水平与创新性、供给连续性
与交付前置期、_____
_____ 及总本钱降低。

5、常用的库存品项分类方法有两种：ABC 分析法
与 _____。

6、完整的效劳营销体系包括：发现效劳需求、明确效劳目标、设计
效劳方法、界定效劳标准、落实效劳执
行、_____、_____、及评价效劳效果这
几个环节，构成“效劳营销体系闭环”。

7、构造化的经营分析包括以下三方面内容：经营环境分析、经营状
态分析、_____。

8、客户资料库一般包括三方面具体的内容：客户原始资
料、_____、公司投入记录。

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/596040124131010212>