

石化油直销考试市场营销试卷（练习题库）

- 1、细分市场后，选择其中一个或少数细分市场，为其开发一种理想的产品，实行（ ）。
- 2、 市场定位主要包括产品差别化、服务差别化、人员差别化和（ ）。
- 3、 0 调研是为了说明某个变量是否决定或影响着其他变量的变化，解释和鉴别某种变量的变化究竟受哪些因素的影响
- 4、 营销调研内容主要包括产品、顾客、销售和 0 等调研。
- 5、 （ ）实质上是指市场上未满足的需求。
- 6、 顾客是企业的（ ），是企业服务对象。
- 7、 一个国家的（ ）反映了全国市场的规模。
- 8、 0 决定了企业和产品在顾客心目中的形象，决定了顾客的购买行为。
- 9、 寻求（ ）是产品差异化经常使用的手段。
- 10、 资源较少的小企业通常采用的目标市场是“弥隙”，也就是（ ）。
- 11、 研究主要竞争者的优势和劣势，可从竞争者业务经营情况、财务能力、0 三个方面评估。
- 12、 能够提高顾客购买总价值，保持牢固的顾客关系的市场定位是（ ）。
- 13、 在依靠产品特色竞争的行业，其垄断优势来自（ ）。
- 14、 顾客购买后是否满意，取决于其实际感受到的 0 与期望之间的差异。
- 15、 企业使命反映企业的（ ）、特征、性质。
- 16、 环境有关因素变化的结果，对企业及其活动产生不利的影响叫做（ ）。

- 17、 学者罗吉斯认为消费者接受新产品一般表现为以下五个重要阶段：（）、兴趣、0 试用、（）。
- 18、 人员推销既是信息沟通过程，也是 0 过程，同时也是服务的过程。
- 19、 控制的目的是，确保企业的目标、政策和措施与 0 相适应。
- 20、 科特勒认为：企业所有部门为服务于顾客利益共同工作时，其结果就是 0o
- 21、 某企业与多个供应商建立并保持良好合作关系，更加订立长期合同以保证原材料的不间断供应，采购目标不是
- 22、 某企业在中石化购油的同时，不断收集其他供应商市场信息，发现交易条件更佳的供应商，则转移购买，这个企业
- 23、 某企业因总部上收油品采购权限，由总部集中采购，这种影响生产者购买决策的因素变化是属于（）。
- 24、 有形或无形地影响最后购买决策的人是（）。
- 25、 对一些不认为中石化、中石油的品牌有显著差异的用油企业，我们要完善的（），通过各种途径有利于本
- 26、 满足同一消费欲望的同类产品不同产品形式之间的竞争，称为（）。
- 27、 企业营销中实行生态营销、绿色营销，是因为营销活动受到 0 的影响。
- 28、 威胁水平高和机会水平低的业务，被称为（）。
- 29、 消费者对某一品牌评价较差，就会对使用该品牌的所有产品都形成不好的评价，这一特性反映的是态度的（）。
- 30、 供应商应该把中间商视为顾客（），帮助他们为顾客做好服务。
- 31、 市场营销信息系统不包括（）。

- 32、 在（ ）情况下最适合于采用无差异性营销。
- 33、 麦当劳等集中力量开拓快餐市场，占有较大市场份额。这种目标市场营销策略的主要不足是（ ）。
- 34、 是企业（ ）的行动方案。
- 35、 成品油市场有什么特征？
- 36、 市场营销调研的作用有哪些？
- 37、 一般一个新建立的工矿用油企业开始购油投产，其购买决策可分为哪些阶段？
- 38、 简述成品油用户购买行为主要包括哪些方面？
- 39、 中石化一向重视油品质量，作为营销人员应该发挥什么作用？
- 40、 简述定价的主要方法。
- 41、 公司用来激励渠道合作伙伴的手段主要有哪些？
- 42、 便利店是满足顾客 0 为主要目的的零售业态。
- 43、 便利店与超市相比，在距离上更靠近消费者，一般情况下，步行（ ）分钟便可到达。
- 44、 据统计，顾客从进入便利店到付款结束平均只需 0 分钟的时间。
- 45、 一般便利店的营业时间为 0 小时
- 46、 便利店商品的价格一般比超市 0
- 47、 下列哪些商品不属于便利店销售范围的是 0.
- 48、 对（ ）的追求是社会发展的趋势，这就决定了便利店具有强大的生命力和竞争力。
- 49、 中国石化非油品业务正式启动于 0 年。

- 50、 中国石化便利店的品牌为 0.
- 51、 销售数据，以便后台生成准确的当期系统 0 数据。
- 413、 盘点前所有的到货单、退货单、调拨单据必须（）。
- 414、 礼品赠品的盘点程序，按照便利店商品盘点程序进行（）。
- 415、 礼品赠品盘点时，便利店将 0 结果与礼品赠品帐面数核对，如发现差异，店长组织复盘并查明原因。
- 416、 便利店盘点时，首先要制作盘点地图，盘点地图是参照 0 制定的。
- 417、 盘点地图制作完毕后，须将 0 制成贴纸，粘贴在右上角。
- 418、 不参与盘点的商品是（）。
- 419、 盘点时，货架商品的陈列和 0 位置要进行盘点。
- 420、 盘点前进行货架检查时，要注意检查混放商品、遗漏商品、0 和零星散货。
- 421、 盘点准备时，在安排足够的商品到便利店后，将仓库货架上的货物以 0 为原则整理好。
- 422、 盘点枪的系统菜单不包含（）。
- 423、 在盘点枪的盘点扫描界面上进行查找商品时，查找的优先级由高到低的顺序是（）。
- 424、 便利店盘点培训工作由 0 负责。
- 425、 预防便利店盘点差异，要从盘点过程和 0 过程着手。
- 426、 预防便利店盘点差异，0 商品重点清盘。
- 427、 盘点时配送商品在途或配送商品退货未记账，形成的差异是（）。
- 428、 商品调拨时，系统调拨数量与实际不一致，形成的差异是（）。

- 429、 便利店漏扫码或错扫码，导致销售串码，形成的差异是（）。
- 430、 盘点时形成差异，查找原因时首先要对差异商品进行重新（）。
- 431、 盘点时贵重商品出现盘点差异，可以检查交接班时贵重商品（）。
- 432、 盘点业务应由省级公司或地市公司统一组织并在 0 中操作。
- 433、 对便利店的盘点损耗须查明原因，属 0 形成的损耗，由相关责任人赔偿。
- 434、 由财务或上级部门组织专门盘点队伍进行便利店盘点的方式，称为（）。
- 435、 按照财务规定，便利店损耗率不得超过（）。
- 436、 供应商怂恿店员私自进货或过量收货；给予店员各种恩惠，以谋求其它不利于门店利益的便利，属于 0 引起的损
- 437、 便利店日常检查中发现的坏品，不能任意丢弃，必须存放在指定地点，贴上标识。不能与 0 的商品混放。
- 438、 对于 0 报损，便利店要书面说明造成损耗的具体原因。
- 439、 商品报损须尽快明确责任归属，避免处理过程中的（）。
- 440、 便利店废弃的快餐食品存放在（），不能与其他商品存放在一起。
- 441、 便利店验收完毕后，商品应进入已收区域；且须立即入库或上架，这是 0 环节防损的重要措施。
- 442、 为控制便利店损耗，贵重商品的仓库存储和出入库管理必须（）。
- 443、 便利店食品的包装破损的，要（）。
- 444、 为控制便利店损耗，对于食品及有 0 的商品，必须定期检查保质期。

- 445、 审核 POS 机班结报表时，记账员登录系统操作班结，打印班结报表，由 0 审核并和便利店员签名确认。
- 446、 完成最后一个班班结后，便利店员在系统上进行 0 操作。
- 447、 交接班双方在交接时使用满货架、满排面、满展示柜的丰满交接，这种方式称为（ ）。
- 448、 在交接班时，只对门店指定必须盘点商品或者 0 商品进行精确盘点，其他商品盘点采取轮换盘点或者定期盘点。
- 449、 交接班时，交接双方当面检查钱箱，抽屉，确认现金、单据（ ）。
- 450、 交接中应做到细致认真，不遗漏任何环节，做到 0 交接。
- 451、 在交接班时需要安全快速的交接，不妨碍顾客购物，这是交接班 0 原则。
- 452、 门店收款员在进行日结时，先后顺序，正确的是（ ）。
- 453、 门店日结后，会形成一条店结流水，店结流水的交易类型是（ ）。
- 454、 交接班盘点商品时，发现账实不符的原因可能是漏扫码或串码。该错误属于（ ）。
- 455、 在交接班盘点商品时，发生清点错误，主要是商品清点时错盘、漏盘或商品已（ ）。
- 456、 关于 WEBPOS 日结以下说法正确的是（ ）。
- 457、 查询某一段时间内收款员销售某单品或全部单品总交易情况，可以在前台（ ）报表中进行查询。
- 458、 交接班时，POS 机当班时间段的《收款员销售报表》金额与当班 0 一致。

- 459、交接班时核对营业款与系统《付款方式查询报表》，要按（）日期查询。
- 460、 油气站便利店销售的特征是（）。
- 461、 广告促销的优点是（）。
- 462、 人员推销促销方式的特点是（）。
- 463、 销售促进促销方式的特点之一是（）。
- 464、 门店开展促销活动的目的是（）。
- 465、 如果商品要优惠一定的金额，则商品的促销类型要选择（）。
- 466、 在促销任务管理中，如果要将促销任务立即生效，需要点击 0 按钮。
- 467、 门店促销广告张贴中的注意事项是（）。
- 468、 促销工具使用位置不正确的是（）。
- 469、 促销工具使用位置不对的是（）。
- 470、 按要求订购、收取促销品、宣传物品及促销道具属于 0 的工作。
- 471、 0 属于促销中的工作内容。
- 472、 便利店员按促销方案要求张贴宣传海报，陈列促销商品，店长负责检查核实属于 0 工作内容。
- 473、 清点并在指定位置存放促销赠品和礼品，等待主管部门处理意见属于 0 工作内容。
- 474、 下列描述不属于目标市场营销策略的是 0
- 475、 不是易捷门店营业推广促销方式的为（）。
- 476、 特价优惠促销方式特征是（）。
- 477、 促销方式中具有信息量大、影响面广特点的是（）。

- 478、 私家车主的消费特征是（）。
- 479、 货车司机和中高档自有客运车司机的消费特征是（）。
- 480、 出租车的自有车司机对油站或便利店的商品消费首先注重（）。
- 481、 中国石化便利店价格指定的指导原则与社会便利店和大卖场的定价原则不同在于（）。
- 482、 价格促销指在原价格上直接进行 0 的促销形式。
- 483、 促销活动一般的延续时间为（）。
- 484、 属于广告促销媒体的为（）。
- 485、 报纸、杂志、电视、广播、宣传单、广告牌和短信广告等等属于（）
- 486、 广告促销和其他促销方式的区别是（）。
- 487、 市场调查的流程正确是（）。
- 488、 0 属于市场调查的调查准备阶段内容。
- 489、 0 属于市场调查的调查计划制订阶段内容。
- 490、 调查问卷设计程序是（）。
- 491、 搞好节日促销最重要的是（）。
- 492、 门店淡季促销关键是（）。
- 493、 门店淡季促销的方法有（）。
- 494、 成功促销的关键因素之一是深入掌握消费者心理，引发其购买欲望，要达到这一点可以采用的方法是（）。
- 495、 成功促销的关键因素之一是加强现场视觉的刺激和促销气氛营造，要达到这一点可以采用的方法是（）。
- 496、 成功促销的关键因素之一是要根据商品的生命周期来开展不同形式的促销，对于导入期商品可以要采用的方法是（497、 对门店搞促销正确的认

识是（）。

498、 促销新策略中的心理促销策略有（）。

499、 关于顾客满意，下列表述正确的是 0

500、 便利店营业员为顾客服务时其语言要求（）。

123»

501、 门店服务中收取顾客现金时的文明用语是 0.

502、 下列表述中，属于门店销售服务禁语的是（）。

503、 人员推销最重要的是（）。

504、 促销话术“您看要大的还是小的？”属于推销方式中的（）。

505、 海龙燃油宝空瓶展示的方法属于推销方式中的（）。

506、 为顾客拿取商品要做到（）。

507、 向顾客推介商品时要（）。

508、 向顾客推介处于导入期的商品时要（）。

509、 加油站人员发现潜在顾客的方法有（）。

510、 用观察法发现潜在顾客主要是（）。

511、 营业员向顾客说：先生！您要的面包刚好卖完了，要不您来个粽子吧，口感很好，又有营养。这属于（）。

512、 营业员向顾客说：您吃瓜子会口渴，我建议您再来两瓶绿茶，这样更爽！这属于（）。

513、 营业员和顾客说：“您好，您一共消费 38 元，收您 40 元，来一条益达吗？刚好不用找钱”这属于（）。

- 514、 沟通中最常见的提问技巧包括封闭式提问及（）。
- 515、 语言的沟通根据其表达方式的不同又可以分为（）。
- 516、 与顾客沟通时不但要善于表达还要（）。
- 517、 与顾客谈话初始阶段的话术是（）。
- 518、 倾听顾客表述时回应话术正确的是（）。
- 519、 与顾客沟通时要有尊称，声调要平稳，解释问题是语气要（）。
- 520、 属于顾客购买动机的是（）。
- 521、 对自以为是型顾客推销时要注意（）。
- 522、 对“小气”型顾客的服务方法是（）。
- 523、 对“急性子”型顾客的服务方法是（）。
- 524、 对便捷型顾客的服务方法是 0
- 525、 处理顾客异议正确的态度体现在（）。
- 526、 处理顾客异议的时机有（）。
- 527、 处理顾客异议正确的态度不包括（）。
- 528、 0 不属于顾客方面产生异议的原因。
- 529、 门店人员要充分了解整个便利店的商品信息及（），能解答顾客询问及
引导购买。
- 530、 不属于产品方面异议产生原因的为（）。
- 531、 属于产品方面异议产生的原因为（）。
- 532、 不属于处理顾客异议策略的是（）。
- 533、 顾客会因为 0 而产生产品方面的异议。
- 534、 顾客说：“你们的便利店商品怎么比商超贵？”营业员说：“确实有

些商品比商超贵，可在这购买可以省时省力，

535、 顾客：“这包食品怎么过期了？”营业员：“不好意思，您看到的这是生产日期，这个商品是上个星期才出厂的。

536、 顾客说：“燃油宝没有用，都是骗人的”推销员说：“请问您已经使用过中石化的燃油宝吗？如果您用过你一定能

537、 属于顾客对商品有兴趣后流露出成交信号的是（）。

538、 属于实现与顾客成交时机的为（）。

539、 在完成交易中最重要的是（）。

540、 “您是在这吃还是带走吃呢？”这种成交方式属于（）。

541、 “现在购买的的人可多啦！您也应当试试”这种成交方式属于（）。

542、 “我们这种商品的促销活动今天是最后一天了，机不可失啊！”这种成交方式属于（）。

543、 消费者购买的程序是（）。

544、 消费者购买决策的过程是（）。

545、 0 不属于顾客投诉的原因。

546、 顾客因服务方式投诉的原因是（）。

547、 0 不属于顾客投诉的处理原则。

548、 顾客投诉处理的步骤是（）。

549、 接待顾客—转换场所—郑重致歉—>解决提议—>感谢顾客—送别顾客—
后续处理，这个处理顾客投诉流程中缺少 0550、 针对活泼型顾客的投诉，
处理的技巧是（）。

- 551、 0 是评价顾客对品牌忠诚度的因素。
- 552、 大客户决策层往往是（）。
- 553、 建立与客户良好关系的步骤（）。
- 554、 门店日常销售主要内容是（）。
- 555、 门店可以进行销售退货的商品是（）。
- 556、 门店常规商品销售要注意（）。
- 557、 门店常规商品销售错误事项的为（）。
- 558、 员工自购商品要注意的为（）。
- 559、 为避免嫌疑，员工不能携带 0 进入便利店。
- 560、 前台 POS 机做销售退货时，在录入任何商品信息之前，按 0 键就可、错号等问题，应该（）。
- 578、 便利店填开发票必须按（）使用，不得拆本使用。
- 579、 下列哪种行为属于不按规定使用发票的行为（）。
- 580、 下列关于发票内容填开的说法中，错误的是（）。
- 581、 已开具过的发票存根和《发票领用存登记册》，应当保存年限 0.
- 582、 以下哪项不需要在发票领用存台账进行登记 0.
- 583、 汇总填开增值税专用发票，必须附有销售方开具并加盖财务专用章或发票专用章的（）。
- 584、 增值税专用发票如果开具时填写错误，正确的处理办法的是（）。
- 585、 对当场取得专用发票的，购买方如发现发票开具错误，应（）。
- 586、 下列哪项不属于便利店的营业费用 0.

587、 在实际指标与计划指标的对比分析中，计划完成百分比的计算公式为 0o

588、某便利店 3 月有三名店员月营业额为 15000 元，4 月有四名店员月营业额为 21000 元，该便利店 3-4月

589、某公司共 200 名员工，其中管理人员 20 人，一线员工 180 人，盘点流水后，发现大多数商品盈亏严重异常，经查为门店盘点录入错误，此时，应采取的处理措施是 0

753、 前台上传盘点流水汇总后，发现仅有 1 个商品盈亏异常，经查为门店录入错误，此时最简单的处理方法是 0.

754、 盘点流水汇总后，发现盘点数据与库存数据差异很大，经查，为门店在盘点开始前有练习盘点功能导致的盘点流水

755、 如果在要指定一个星期中的几天做促销活动，需要将频度类型选择为 0o

756、 制作促销单时，除了输入优惠价，还可以录入（）。

757、 中国石化加油站非油品业务开展的主要业务有（）。

758、 中国石化非油品业务发展的目标是把中国石化成品油零售网络打造成为 0 综合性服务网络。

759、 易捷便利店经营模式是 0.

760、 中石化销售企业发展非油品业务有良好的自身优势 0.

761、 开展非油品业务，可以充分发挥加油站的（）。

762、 按照集约化经营、集团化管理的要求，非油品业务 0 有助于发挥规

模优势，增强市场竞争力和风险抵御能力。

763、 到中国石化加油的客户多为（ ），为非油品业务发展了优质客户资源。

764、 借助中国石化 0 的商业信誉和品牌形象，发展非油品业务，可以迅速赢得消费者的认同，缩短品牌培育期，做大

765、 加油站发展非油品是销售企业进一步发展的必然选择，它可以（ ）。

766、 商品规格是用来反映商品品质的若干主要技术指标。如（ ）等。

767、 商品条码又称商品条码符号，是由一组规则排列的 0 及其相对应的字符组成的标记，用以表达一定的商品信息。

768、 收银 POS 机的硬件部分主要包括（ ）。

769、 良好的便利店形象可以 0.

770、 影响便利店形象的因素主要有 0.

771、 良好的便利店形象一是要提升便利店外的装修、店内装饰等店铺硬件的是（ ）。

859、 与顾客成交的时机为（ ）。

860、 属于成交方式的为（ ）。

861、 0 属于消费者的购买行为类型。

862、 影响最后顾客购买决策的因素有（ ）。

863、 顾客投诉原因的有（ ）。

864、 顾客投诉处理原则的是（ ）。

865、 0 属于处理顾客投诉的流程。

866、 针对力量型顾客的投诉，处理的技巧是（ ）。

867、 0 属于顾客流失的原因。

- 868、 影响顾客满意的因素有（）。
- 869、 在大客户销售过程中可以利用的因素有（）。
- 870、 维护与客户关系的原则有（）。
- 871、 加油站发票领用台帐应包含哪些内容 0.
- 872、 下列关于增值税得说法正确的是 0.
- 873、 便利店销售成本包括以下哪些内容 0.
- 874、 企业为销售本企业的商品而专设的销售机构，发生的各种费用中，应该计入营业费用的有（）
- 875、 关于便利店保质期监控方面，下列说法正确的是（）。
- 876、 下列选项中，属于便利店内防盗设备的是（）。
- 877、 为防止便利店内偷窃行为，需不定期开展安全检查，检查内容包括 0o
- 878、 下列选项中，易引起便利店被抢事件发生的是（）。
- 879、 抢劫事件一旦发生，便利店员工应尽可能留意抢劫者的（）。
- 880、 在对便利店经营所需证照进行检查时，应按照门店经营项目，检查是否有对应的经营许可证照。一般需要的经营许
- 881、 库房应保持良好的温度、湿度、通风、照明，当班人员应做好库房 0 等工作。
- 882、 便利店商品应遵循 0 的安全码放标准。
- 883、 为确保商品质量，不同的商品须区别存放。下列说法正确的是（）。
- 884、 便利店改造涉及 0 等作业时，应办理相应的作业许可证。
- 885、 便利店所处的加油站在经营过程中存在的主要风险是（）。

- 886、 消费者购买便利店商品并食用后出现了身体不适或食物中毒的，便利店销售人员应立即向加油站站长汇报，加油站
- 887、 一旦发生食品安全一般事故，在问题商品退换后，加油站要及时（）。
- 888、 利店月度经营分析中出现的数据分析类型主要有（）。
- 889、 影响大类商品销售比例的因素主要有（）。
- 890、 关于销售额和毛利率的关系，以下说法正确的是（）。
- 891、 关于核心商圈的表述，下列说法正确的有（）。
- 892、 影响商圈规模和形状的企业内部因素主要有（）。
- 893、 商圈调研的主要目标是（）。
- 894、 实地调查法的主要类别有（）。
- 895、 人员访问法的缺点主要有（）。
- 896、 实践中常用的观察法主要有（）。
- 897、 便利店品类大分类是基于商品的 0 分类结构。
- 898、 属于常规品类商品的有 0.
- 899、 常规品类的基本特点是 0.
- 900、 属于易捷便利店便利性品类商品的有（）。
- 901、 偶然/季节性品类的基本特点是 0.
- 902、 属于便利性品类的是 0.
- 903、 便利性品类特点是（）。
- 904、 品类角色是零售商从自身市场定位出发，确定品类 0 的角色，以追求不同的销售目标。品类角色决定了零售商整
- 905、 不同时期零售商的指标也不一样，短期的评估一般只针对核心指标，

下列属于核心指标的为（）。

906、 目标商品评估指标应以 0 为主。

907、 下列选项属于利润指标评分表评估指标的是（）。

908、 下列属于消费者评估指标评分表评估指标的是（）。

909、 品类策略中营销策略主要有 0.

910、 以下选项属于品类战术的是（）。

911、 淘汰商品的处理方法有（）。

912、 在运用陈列方法的基础上，通过发现利用 0 等的内在联系，以达到高效陈列。

913、 磁石理论的作用有（）。

914、 对第一磁石内容描述正确的（）。

915、 品类管理提出了基于数据的科学货架管理方法，即产品的货架空间是根据产品的 0 表现来分配的。

916、 确定品类位置后要考虑该品类该配多少货架，可以从（）等指标评定。

917、 敏感商品通常指的是那些（）、价格微小的变化能带来销售量的明显变化的商品。

918、 高效促销在促销的基础上更追求效率，其主要特点是（）。

919、 以下选项属于促销效果评估前后比较法内容的是（）。

920、 高效补货的目标是以最小化的库存成本最迅速地满足消费者的需求。

达成此目标是通过在正确的时间、正确的

921、 新品引进效果评估财务指标包括 0

- 922、 以下属于滞销品产生的原因有（）。
- 923、 以下属于滞销品评估指标的有（）。
- 924、 下面选项属于品类管理的长期效益体现的是（）。
- 925、 下面选项不属于中级品类管理的等级评估内容的是（）。
- 926、 以下选项属于高级品类管理的等级评估内容的是（）。
- 927、 用网页的方式查看“便利店销售情况日报”报表，要让关键指标只显示“销售金额”，可以用哪些功能来实现 0
- 928、 查看报表时，当行上有多个分析特性并按照层级结构显示，如果想使底层的分析特性都显示出来，可以使用 0 功
- 929、 关于门店退货，以下说法正确的是 0.
- 930、 在 POS 上进入交班界面，会显示当前用户未交款的收款汇总信息，其中包含 0.
- 931、 前台在进行销售后，打印不出来交易小票，可能的原因是 0.
- 932、 前台销售查询类报表中，包括以下哪些报表 0.
- 933、 导致商品连锁库存出现负数的原因有（）。
- 934、 下列 0 业务会导致门店库存增加。
- 935、 下列 0 业务会导致门店库存减少。
- 936、 待配送数据主要来源包括 0.
- 937、 某门店盘点单记账后，发现仍有采购单未做验收，从盈亏数据上看，采购单的数量与盘盈数量一致，此时应（）。
- 938、 系统中可以将报表数据或单据导出为（）。
- 939、 在 0 中可以查询到商品毛利。

- 940、 对于机器配置为 PC 、 +POS 模式的门店，WEB 、 POS 不能做 O 业务。
- 941、 目前便利店系统中需要标准化的信息有 0.
- 942、 利店商品的选择和陈列是一门学问，在产品策略方面，便利店应注意哪些问题？
- 943、 请简答在制作两图一表时需注意哪几点？
- 944、 请简述生动化陈列品的定义与作用。
- 945、 请简述便利店主要灯光配置的四个方面。
- 946、 请简述开店之前的准备工作。
- 947、 请简述中国石化“易捷”标志的含义。
- 948、 简述门店直送采购验收的系统操作过程。
- 949、 请简述合理库存的检测流程。
- 950、 请简述商品订货环节防损的措施。
- 951、 简述开展节日促销要点。
- 952、 简述顾客购买行为的类型。
- 953、 处理顾客投诉的原则是（ ）。
- 954、 简述提高顾客满意度的方法。
- 955、 请简述外部偷盗的防范措施。
- 956、 请简述便利店员工举起重物时应遵循的安全规程。
- 957、 为确保便利店商品质量，需重点检查哪些内容？
- 958、 请简述商品调包的防范关键。
- 959、 简述顾客要求退换质量不合格便利店商品时的处理方法。
- 960、 请简述商品防盗措施安全检查的主要内容。

- 961、 请简述便利店应急预案制定的原则。
- 962、 请简述食品安全重大事故包括的主要内容。
- 963、 请简述食品安全一般事故包括的主要内容。
- 964、 请简述处理投诉的关键。
- 965、 请简述人员访问法的优点。
- 966、 请简述问卷结束语的主要内容。
- 967、 请简述撰写调研报告中“实事求是”要求的基本内容。
- 968、 请简述高效产品组合的概念。
- 969、 简述商品陈列的规格化的主要内容。
- 970、 简述消费者在购买商品时所考虑的主要因素。
- 971、 简述促销效果评估观察法的内容。
- 972、 请简述滞销品淘汰注意事项。
- 973、 品类管理的实施通常要与企业的特定环境相适应。包括哪些内容。
- 974、 简述品类管理短期效益的主要体现。
- 975、 简述门店商品月度盘点步骤.
- 976、 如果门店盘点过程中，商品盘点数量输入错误并已经保存，应如何处理？
- 977、 简述门店直送验收操作过程。
- 978、 简述门店退货申请操作过程。
- 979、 简述团购客户的增加流程.
- 980、 简述主数据导入流程.
- 981、 综合汽服业务的引进需报 0 审批。

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/967153135032010004>