# 国家开放大学电大《推销策略与艺术》筒述案例分析题题库及答案

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2024-07-20

*国家开放大学电大《推销策略与艺术》筒述案例分析题题库及答案盗传必究一、筒述题1．推销洽谈要点是多多益善吗？为什么？答：在推销洽谈中，推销要点并不是多多益善，而应该要能够切中对方的“要害”。要点过多，反而会淹没推销品真正的关键要素，影响推销效...*

国家开放大学电大《推销策略与艺术》筒述案例分析题题库及答案

盗传必究

一、筒述题

1．推销洽谈要点是多多益善吗？为什么？

答：在推销洽谈中，推销要点并不是多多益善，而应该要能够切中对方的“要害”。要点过多，反而会淹没推销品真正的关键要素，影响推销效果。实际上，洽谈中的推销要点是由产品因素和非产品因素两方面组成。产品因素主要是指产品的特性。一项产品（或劳务）通常具备多方面的特性，究竞选择哪些特性作为推销洽谈要点，主要应考虑以下方面：(1)洽谈对象是什么样的人？(2)推销的产品是干什么用的？(3)要能够为客户解决哪些问题、满足哪些要求？在推销要点中，非产品因素主要包括产品价格、付款方式、服务项目等。这些因素在现代推销过程中常常起着决定性的作用。(10分)

2．“褒贬是买主，喝彩是闲人”是一句广为流传的商业谚语。结合所学的异议处理的相关知识，谈谈你如何理解这个说法。

答：客户异议在推销过程中是客观存在的，不可避免的。它是成交的障碍，但它也是客户对推销品产生兴趣的信号。推销人员必须认识到推销过程中产生反对问题是正常的，提了问题的客户才是潜在最有可能的客户。

推销工作中不怕提异议，而怕没异议，无异议的客户反倒令人担忧，这往往是其不感兴趣的标志，而且也会使推销人员很难窥测到他们内心活动的情况，推销工作将无法进行下去。只有客户对所推销商品发生兴趣时，才能从正反两方面来考虑问题，权衡得失，发表个人见解。所以，客户异议是推销成功的希望之光。“褒贬是买主，喝采是闲人。”这句商谚体现的就是这个意思，其对我们认识客户异议有很大的启发意义。（10分）

3．推销员为什么必须了解客户知识？客户知识主要包括哪几方面的内容？

答：在推销员的知识体系中，客户知识是最重要的。在我们的推销工作中，必须贯彻以满足客户需要为中心的客户导向的观念。为此，推销员必须懂得消费者心理与购买行为方面的知识。要全面、主动地了解客户的相关信息，见到客户的时候才会有更多的话可说，而且这些话也往往是客户所喜欢的。因此，作为推销员，必须要了解客户知识。客户知识包括客户自身的情况，如年龄、职业、收入、性格等等，产业客户的业务、职务等。(10分)

4.以下几种客户异议分别属于哪种类型？如果你是一名推销员，当你在推销中面临以下几种推销异议时，你将如何处理？请分别简要回答。

(1)我从来不去健身房。

(2)我得回去和老伴商量一下。

(3)这东西怎么比别人家的贵那么多？太离谱了吧。

答：(1)属于需求异议。对此，首先要弄清“不需要”的原因。分别不同情况进行处理。要注意的是，如果客户确实不需要，就不要强行推销。

(2)属于时间时间异议。对此，推销员要迅速判断原因，有针对性地去解决。如，假如是因为客户一时资金周转有困难，就可以帮助客户想办法解决资金

(3)属于价格异议。对此，同样首先要判断其真实原因，同时要注意判断客户对产品的喜欢程度，然后采取积极有效的应对策略。例如，多讲产品的优点，强调收益等等。

5．分别指出以下几种情况属于哪种类型的异议？推销员面临这些异议时的处理办法如何？

A、这东西对我来说没什么用；

B、我现在很忙，没时间考虑。给我一些资料，我回去研究研究；

C、太贵了，我现在没钱买；

D、我对目前的供应商很满意。

答：A属于需求异议。对此，首先要弄清“不需要”的原因。分别不同情况进行处理。要注意的是，如果客户确实不需要，就不要强行推销。

B属于时间异议。对此，推销员要迅速判断原因，有针对性地去解决。如，假如是因为客户一时资金周转有困难，就可以帮助客户想办法解决资金问题。

C属于价格异议。对此，同样首先要判断其真实原因，同时要注意判断客户对产品的喜欢程度，然后采取积极有效的应对策略。例如，多讲产品的优点，强调收益等等。

D属于货源异议a货源异议虽然较难解决，但是其本身就说明客户对产品是有需求的。要注意判断导致货源异议的原因，针对不同原因采取不同对策。如，假如原因是对推销员的委托厂商不了解，缺乏信任，可以邀请客户赴厂考察，请客户试用产品，提出质量保证和赔偿担保证明等。（10分）

5.顾客刚刚走进商店，销售人员就热情地迎上去，问：“先生，您要买点什么？”请评价销售人员的这个行为。

答：顾客刚刚走进商店，销售人员就热情地迎上去，问：“先生，您要买点什么？”销售人员的这个行为一般情况下是不妥当的，这样会给顾客造成一种心理压力。

顾客只有在心情愉快、轻松的情况下才有可能购买商品，所以不要当顾客走近柜台还没有来得及选择他喜欢的商品时就给他们太多的压力。

作为零售业的推销人员，掌握必要的顾客心理知识和专业推销艺术，从而针对不同购买心理的顾客灵活采用不同的推销艺术，对推销成功有着举足轻重的作用。一定要让顾客轻松自由地置身于商品中，自由地去选择他所喜欢的商品。

当顾客长期停留在某一个商品面前，或者是顾客示意推销人员介绍商品时，说明顾客对这种商品产生了比较浓厚的兴趣，这时，推销人员就应当主动地上前为顾客介绍商品。（10分）

7．在下列产品中任选一项，依据费比模式的推销流程设计一组推销语言

(1)手机

(2)纯棉衬衫

(3)饮料

(4)面包

(5)其他（自选）

答：费比模式的推销流程包括四个步骤：

(1)详细介绍产品

(2)充分分析产品优势

(3)明确产品给客户带来的利益

(4)以“证据”说服客户

要求同学按照这四个步骤，就所选择的产品设计相关的推销语言

8.一般情况下，客户认为“价格太高“的主要原因及推销人员的对策是什么？

答：一般情况下，客户认为“价格太高“的主要原因有：

(1)客户的经济状况、支付能力方面的原因；

(2)基于对同类产品或代用品价格的比较；

(3)客户对产品的误解；

(4)客户的其他动机。

价格异议是最常见的客户异议。面对客户价格异议，推销人员首先要准确判断客户对产品的喜爱程度，准确判断客户提出的价格异议出于哪类原因，从而采取积极有效的应对策略，让客户下定决心购买产品。常见的价格异议的转化策略有：

(1)多讲产品的优点；

(2)强调收益；

(3)缩小单价；

(4)比较优势；

(5)实惠损失法。

9．在电话约见中，要在最短的时间引起潜在客户的兴趣，主要有什么技巧？

答：当潜在客户接上电话时，为在最短的时间引起潜在客户的兴趣，要注意做到以下几点：

(1)要精心设计开场白，激起对方足够的兴趣或好奇心，使他们希望继续交谈。

(2)约见事由的叙述要充分，口齿清晰、言词简洁、坚定连贯、语气平缓，让对方明白你所要表达的内容，让客户感觉出你的专业和可信赖。

(3)要热情、亲切、诚恳、富有耐心。要用热情和诚恳去感染对方，用真诚的声音打动对方。(10分)

10．以下是两种关于约定时间的问话。请你对这两种问话分别作出评价，并作出你的选择：

问话一：“李先生，我现在可以来看您吗？”

问话二：“李先生，我是下星期一下午4点来拜访您呢，还是下星期四上午9点来呢？”

答：问话一的约见使推销员完全处于被动的地位，容易遭到客户的推辞。问话二则相反，推销人员对于会面时间要主动排定，客户对推销人员提出的“选择题”不好推托，往往会随推销员的意志，做“二选一”的选择。

正确的选择应当是“问话二”。(10分)

11．请看以下一组对话：

推销员：“以车身的颜色说，您喜欢白色的还是灰色的？”

客户：“嗯，我比较喜欢白色的。”

推销员：“选得不错！那么，汽车是在明天还是后天送来呢？”

客户：“既然要买，就越快越好吧。”

请回答：

这位推销员采用的是哪种成交方法？这种成交法的优势是什么？

答：推销员采用的是积极假设促成法。

这种方法的核心在于用建议和行动向客户表示，问题看上去已经解决，客户非得以极大的努力才能阻止这一进程，因而易于达成交易。（10分）

二、案例分析题

1.一次成功的推销

某大百货商店老板曾多次拒绝接见一位服饰推销员，原因是该店多年来经营另一家公司的服饰品，老板认为没有理由改变这固有的使用关系。后来这位服饰推销员在一次推销访问时，首先递给老板一张便笺，上面写着：“你能否给我十分钟就一个经营问题提一点建议？”这张便条引起了老板的好奇心，推销员被请进门来。他拿出一种新式领带给老板看，并要求老板为这种产品报一个公道的价格。老板仔细地检查了每一件产品，然后作出了认真的答复。推销员也进行了一番讲解。眼看十分钟时间快到，推销员拎起皮包要走。然而老板要求再看看那些领带，并且按照推销员自己所报价格订购了一大批货，这个价格略低于老板本人所报价格。

问题：

(1)这位推销员是如何赢得老板的会见的？

(2)推销员采用了哪种推销模式？

答：百货店老板由多次拒见推销员，到后来主动提出购买，关键在于推销员在这次推销工作中抓住了客户的注意力，他站在客户的立场上，以为客户的“经营问题提一点建议”的语言有效地引起了客户的兴趣和注意。

案例中推销员基本上是按照“注意——兴趣——欲望——行动”这条思路来展开行动，并成功地促成交易的。因此，推销员采用的是“爱达”模式。（20分）

2.马先生要雇一名清洁工到他的办公室做事，大约有40多人前来应聘，但马先生却选中了一个小伙子。他的朋友问道：“为什么选中了那个小伙子？他既没有介绍信也没有人引荐。”马先生说：“其实，他带来了许多‘介绍信’。他在门口蹭掉了脚上的泥土，进门后随手关上了门，说明他做事小心仔细。当他看到一位残疾老人时，立即起身给老人让座，显得既懂礼貌又有教养。还有我故意在地板上放的那本杂志，其他所有人都从杂志上迈了过去，只有他俯身捡起那本杂志，并放回桌子上。当我和他交谈时，我发现他衣着整洁，头发梳的整整齐齐，指甲剪得千干净净。难道这不是最好的介绍信吗？

阅读以上资料，回答以下问题：

这个小伙子凭借什么赢得了马先生的信任？

答：推销人员在与顾客交往时，第一印象十分重要。在和他人初次见面时，对方在你身上所发觉的一切现象，包括仪表、礼节、言谈举止，对他人的态度、表情、说话的声调、语调、姿态等诸多方面都影响着对方对你的印象。你给顾客的第一印象往往会决定交易的成败，顾客一旦对你产生好感，自然也会对你和你推销的产品有了好感。这位成功推销自己的男孩，靠长期培养形成的礼仪行为习惯给马先生留下了良好的第一印象，为自己开出了一份出色的介绍信。这个故事让我们认识到仪表仪态在生活工作中是多么重要。本章就帮你认识推销工作中应具备的仪表和仪态礼仪。

3.一个推销瓷器的女推悄人员，当她把一套餐具中的一个盘子递给瓷器经悄商时，她故意把盘子掉到地上，但盘子却完好无埙。当她捡起来后，说道：“这是引导瓷器革命的新技术成果，您的顾客特别是家里有小孩的顾客肯定会喜欢这样的产品，难道您不这样想吗？”结果，这位经销商一周后就与她签定了经销合同。

请认真阅读本案例，回答以下问题：

(1)请说出这位女推销人员采用的是哪种接近顾客的方法？

(2)这种方法在使用中应注意哪些问题？

答：(1)这位女推销人员采用的是戏剧接近法。

(2)使用这种方法时要注意：

①表演所用的道具应当是推销品或者其他与推销活动有关的物品，表演的内容应当与推销密切相关；

②应当尽量使表演产生戏剧效果既出人意料，又合情合理，既能打动顾客，又不露表演的痕迹；

③应当尽量让顾客参与其中，使之成为重要角色，以激发顾客的兴趣，并增加真实感。

4.小李的第一次客户沟通

星光公司是一家致力于生产高品质塑料制品的公司，产品包括冰箱制造厂需要的冰箱门封套、洗碗机的容器等。

小李刚从学校营销专业毕业，被公司安排到某省市场做推销工作。上岗前，公司组织了培训，强调了推销接近和洽谈的重要性。

小李的第一次客户沟通是与一家小冰箱厂联系业务。他前一天已通过电话与该厂采购部的经理联系好，约定第二天早上9点见面。在赴约的早上，小李由于闹钟出了故障而迟到了30分钟。当他赶到采购部时，有人告诉他经理已去参加另一个会议，但留下话说愿意在10：30与他见面。小李为经理不能等他而有些恼火，只好在办公室等经理归来。

10:35，当他向采购部经理进行自我介绍时，发现经理办公室有很多××大学的纪念品，因而就问经理是否去过该大学。这使他们的谈话很顺利，采购部经理正是从该所大学毕业的，而且非常愿意谈论这些。小李很激动，他知道这有助于建立良好的关系。经过10分钟左右的闲谈后，小李盘算着开始是谈生意的时候了。

小李开始谈论他的产品。为了能控制住谈话，不至于再扯到别的话题，小李连续不断地讲述一种可以用于洗碗机内胆的新型塑料产品。他向经理解释了产品定制的过程、耐用性及花色品种，最后还说明了公司的收益和信用政策。15分钟连珠炮式的介绍后，小李问经理还有什么问题。

经理问他是否带来一些样品，小李很抱歉地说由于走得太匆忙，样品忘记带了。经理又问他，从订货到送货大约多长时间。小李知道，时间对于采购经理比较重要，就谎称要两周，但实际上却需要四周。小李想，只要能签下订单，发货晚点儿可归罪于生产部门。当谈到产品价格为什么比同类产品稍高时，小李也未能给出一个合适的解释。小李自己认为已经很好地解释了产品的优点，而且认为对采购经理来说这也是一个很好的选择。

但最后，经理告诉他，因为还有另外一个谈话要参加，只能结束这次谈话。他感谢小李的到来，并承诺会考虑他的产品。

问题：

(1)小李的第一次客户沟通中，哪些方面做得不够得体？

(2)请给小李提出改进建议。

答：小李的第一次客户沟通属于推销接近阶段。本题应根据推销接近的相关原理进行分析。小李在这次沟通过程中，存在诸多不够得体的地方，如：迟到、滔滔不绝长达15分钟的介绍、到货期的不诚实、忘带样品等。

应针对存在问题提出改进建议。

5.在一次冰箱展销会上，一位打算购买冰箱的顾客指着不远处的一台冰箱对身边的推销人员说：“那种A牌子的冰箱和你们的这种冰箱同一类型、同一规格、同一星级，可是它的制冷速度要比你们的快，噪音也要小一些，而且冷冻室比你们的大12升，看来你们的冰箱不如A牌的冰箱呀！”

推销人员回答说：“是的，你说的不错，我们冰箱噪声是大点，但仍然在国家标准允许的范围以内，不会影响到你家人的生活与健康，我们的冰箱制冷速度慢，可费电量却比A牌冰箱少得多。我们冰箱的冷冻室小但冷藏室很大，能储藏更多的食物，你一家三口人，能有多少东西需要冰冻呢？再说我们的冰箱在价格上要比A牌冰箱便宜300元，保修期也要长6年，我们还可以上门维修。”顾客听了，脸土露出欣然之色。

请阅读以上案例，回答下列问题：

(1)客户提出的异议属于哪类异议？

(2)推销人员采用了哪种处理异议的方法？这种方法使用时应注意的问题是什么？

答：(1)客户提出的是产品异议。（6分）

(2)推销人员采用的是优点补偿法。（6分）

运用这种方法应注意摸清客户的购买心理，要扬长避短，突出优势。同时要注意所扬之长必须能使客户感到足以弥补其所指之短；要客观、实事求是。（8分）

6．浙江杭州的“胡庆余堂”药店，试制成功一种新药品“复方抗结核片”，经过五年的临床观察，确认对肺结核病疗效显著，但却是“养在深闺人未识”，打不开销路，结果积压34万瓶之多。后来，药店在中央人民广播电台做了“复方抗结核片”的广告。仅仅两个月的时间，就收到来自全国各地29个省市自治区要求订货的信函5700多件，不仅售出了全部的存货，还打开了新的销路，赢得了众多的客户。

问题：

(1)“胡庆余堂”药店是采用什么方法找到客户、打开销路的？

(2)这种寻找客户的方法有什么优缺点？

(3)使用这种寻找客户方法的过程中应注意什么问题？

答：(1)“胡庆余堂”药店是采用广告开拓法找到客户、打开销路的。

(2)优点：能较快地把关于推销产品的信息向更多的潜在购买者传达，费用少，效果好，符合产品推销法则。缺点：随着竞争的激烈，广告费用越来越高，高质量的广告制作困难。

(3)由于广告已成为一门专业性很强的学科与职业，所以对于如何确定广告主题，如何选择广告媒介体，如何确定与实现广告占位策略，广告费用的提取与分配等，最好聘请专业人士咨询与管理，或者委托广告公司全权代理。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！