



سریع استخدام

sariestekhdam.ir

برای دریافت پکیج کامل سوالات اینجا کلیک کنید

در فروش B2B، کدام یک از موارد زیر بیشترین تأثیر را بر تصمیم‌گیری خرید دارد

الف تبلیغات تلویزیونی

ب روابط بلندمدت و اعتماد ☒

ج رنگ بسته‌بندی

د تخفیف‌های کوتاه‌مدت

کدام یک از موارد زیر جزو ابزارهای بازاریابی ترغیبی (Pull Strategy) است

الف تبلیغات مستقیم به مصرف‌کننده نهایی ☒

ب تخفیف به خرده‌فروشان

ج هدایای تجاری به پخش‌کنندگان

د کمیسیون به نمایندگان فروش

در تحلیل SWOT، کدام یک از موارد زیر جزو تهدیدهای خارجی محسوب می‌شود

الف نیروی کار متخصص

ب قوانین جدید دولتی ☒

ج برند قوی

د فناوری پیشرفته داخلی

کدام یک از مفاهیم زیر به تفاوت درک‌شده مشتری بین محصول شما و رقبا اشاره دارد

الف قیمت‌گذاری روان‌شناختی

ب تمایز محصول ☒

ج توزیع گسترده

د فروش متقاطع

در CRM، هدف اصلی از جمع‌آوری داده‌های مشتری چیست

الف کاهش هزینه‌های بازاریابی

ب شخصی‌سازی تجربه و افزایش وفاداری ✓

ج افزایش تعداد محصولات

د کاهش تعامل انسانی

کدام یک از روش‌های قیمت‌گذاری زیر بر اساس ارزش درک‌شده توسط مشتری است

الف قیمت‌گذاری هزینه‌محور

ب قیمت‌گذاری رقابتی

ج قیمت‌گذاری ارزش‌محور ✓

د قیمت‌گذاری نفوذی

در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی، کدام شاخص برای سنجش میزان تعامل کاربران مهم‌تر است

الف تعداد فالوور

ب Engagement Rate ✓

ج تعداد پست‌ها

د زمان انتشار

کدام یک از موارد زیر جزو مراحل فرآیند خرید مصرف‌کننده است

الف نیازسنجی، جستجوی اطلاعات، ارزیابی جایگزین‌ها ✓

ب تولید، توزیع، فروش

ج طراحی، توسعه، بازاریابی

د تبلیغ، تخفیف، تحویل

در استراتژی قیمت‌گذاری نفوذی، هدف اصلی چیست

الف افزایش سود فوری

ب جذب سریع سهم بازار با قیمت پایین ✓

ج ایجاد تصویر لوکس

د کاهش هزینه‌های تبلیغات

کدام یک از موارد زیر جزو اصول اخلاقی در فروش محسوب می‌شود

الف وعده‌های غیرواقعی برای فروش بیشتر

ب شفافیت و صداقت در ارائه اطلاعات ✓

ج پنهان کردن عیوب محصول

د فشار روانی بر مشتری

در بازاریابی محتوا، هدف اصلی چیست

الف فروش مستقیم در همان لحظه

ب جذب و آموزش مخاطب برای ایجاد اعتماد ✓

ج افزایش تعداد کلیک‌ها بدون هدف

د کپی محتوای رقبا

کدام یک از مفاهیم زیر به فرآیند ایجاد تصویر ذهنی خاص از یک برند در ذهن مشتری گفته می‌شود

الف Segmentation

ب Targeting

ج Positioning ✓

د Branding

در فروش، کدام یک از مهارت‌های زیر برای بستن معامله حیاتی است

الف گوش‌دادن فعال و پرسش‌های هوشمند ✓

ب صحبت کردن مداوم بدون وقفه

ج کاهش قیمت بدون تحلیل

د استفاده از اصطلاحات فنی پیچیده

کدام یک از موارد زیر جزو مزایای بازاریابی ایمیلی است

الف نرخ بازگشت پایین

ب هزینه پایین و هدفمندی بالا ✓

ج محدودیت زمانی شدید

د عدم امکان شخصی‌سازی

در تحلیل رفتار مصرف‌کننده، کدام عامل بیشترین تأثیر را بر خریدهای احساسی دارد

الف قیمت

ب تبلیغات هیجانی و داستان محور ☒

ج مشخصات فنی

د دسترسی به خدمات پس از فروش

کدام یک از موارد زیر جزو اهداف اصلی برنامه‌های وفاداری است

الف کاهش کیفیت خدمات

ب افزایش ارزش طول عمر مشتری (CLV) ☒

ج جذب مشتریان یکبار مصرف

د کاهش تعامل با مشتری

در بازاریابی دیجیتال، SEO چه هدفی دارد

الف افزایش تبلیغات پولی

ب بهبود رتبه سایت در نتایج جستجوی ارگانیک ☒

ج افزایش تعداد شبکه‌های اجتماعی

د کاهش هزینه‌های فروش

کدام یک از موارد زیر جزو روش‌های فروش متقاطع (Cross-selling) است

الف پیشنهاد محصول مکمل هنگام خرید اصلی ☒

ب کاهش قیمت محصول اصلی

ج حذف محصولات قدیمی

د افزایش تبلیغات تلویزیونی

در مدل AIDA، حرف D چه معنایی دارد

الف Desire ☒

ب Demand

ج Distribution

د Development

کدام یک از موارد زیر جزو معایب قیمت‌گذاری روان‌شناختی (مثل ۹.۹۹۰ تومان) است

الف کاهش اعتماد در بازارهای لوکس ☒

ب افزایش سود فوری

سید اسد بخدا م

سید اسد بخدا م