



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru , WhatsApp , Telegram

1. Вид деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта, - это ...
2. Процесс разработки, продвижения и реализации услуг, ориентированный на выявление специфических потребностей клиентов, - это ...
3. Отличительные характеристики услуг — это ...
4. Особенность услуг, связанная с невозможностью сохранения для дальнейшей перепродажи, - это ...
5. На такой стадии жизненного цикла услуги, как ... обеспечивается осведомленность потребителей об услуге-новинке
6. На таком этапе жизненного цикла услуги, как ... увеличиваются затраты на маркетинг, проводится агрессивная рекламная политика
7. Такой элемент маркетинга-микс, как ... заключается в потребительских свойствах, что обеспечивает ценность для клиента
8. Комплекс средств, с помощью которых субъект рынка услуг воздействует на целевой рынок — это ...
9. Комплекс маркетинга, который больше подходит для сферы услуг — это ...
10. Способность качественно осуществлять обслуживание и достаточные для этого знания и навыки, - это ...
11. Уверенность в сотрудничестве, забота об интересах клиентов, упрочении репутации компании сферы услуг, - это ...
12. Сфера обмена услугами, которые являются результатом труда предприятий непроизводственной сферы, - это ... услуг
13. Один из основных элементов маркетинга-микс, который клиент сопоставляет с качеством продукта — это ...
14. Элемент комплекса маркетинга, включающий систему предоставления гостиничных или ресторанных услуг, - это ...
15. Видимая и невидимая среда организации, методы разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца - это...
16. Деятельность по продвижению на рынке продукта компаний, бизнес которых заключается в получении выгоды от предоставления услуг, - это ... услуг

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy

Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/

Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

17. Процесс передачи целевой аудитории информации об услуге - это ... коммуникации

18. Временной период, который включает в себя этап первоначального обоснования идеи о новой услуге, затем её разработку, внедрение и производство самого сервисного продукта вплоть до момента, когда услуга перестает пользоваться спросом, это жизненный ... услуги

19. Сопоставьте характеристики услуги с их примерами

20. Установите соответствие между основными классами услуг и сферой услуг

21. Установите соответствие между видами деловых услуг и потребителями услуг:

22. Установите соответствие между новыми видами услуг и их примерами:

23. Ранжируйте представленные примеры услуг по степени их осязаемости от более материальных к менее материальным:

24. Укажите порядок этапов жизненного цикла услуги

25. Установите последовательность маркетинговых стратегий, соответствующих этапам жизненного цикла услуги с момента разработки:

26. Четкая территориальная сегментация рынка услуг означает, что ...

27. Систематические мероприятия по получению оперативной информации в отношении данных, описывающих текущее или перспективное (прогнозное) состояние самой услуги или ее маркетингового окружения, а также анализ и отражение данных в форме, необходимой для принятия управленческих решений, - это ...

28. Методами исследования является ...

29. Методы маркетинговых исследований, проверяющие конкретные гипотезы для того, чтобы сделать выводы обо всех потребителях, затрагивающие большое количество респондентов, - это ...

30. Видами качественных маркетинговых исследований являются ...

31. Маркетинговые исследования, проводимые с целью изучения стандартов обслуживания, которых клиенты ожидают от приобретения услуги, называются ...

32. Услуги в пределах ожиданий и желаний, которые потребитель включает при рассмотрении вопроса о покупке, входят в ...

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru , WhatsApp , Telegram

33. На таком этапе модели потребительского поведения, как ... нужно поблагодарить клиента за покупку, дать больше ценности, превзойти ожидания продуктов
34. На такой стадии осведомленности потребителя, как ... человек начинает предпринимать какие-то действия: изучать проблему и искать варианты решения
35. Исследование и анализ вторичных информационных источников (бесплатных, а также специально приобретенных для исследования) - это ... исследование
36. Метод исследования, направленного на оценку потребительского опыта, полученного клиентом в процессе приобретения товара или услуги, а также измерения уровня соблюдения стандартов обслуживания клиентов сотрудниками организации, называется ... покупатель
37. Стадия, на которой обозначенные потребителем ожидания сравниваются с фактическим предоставлением услуги, называется стадией ...
38. Деятельность по выявлению границ рыночных сегментов, с целью поиска целевого сегмента рынка, для которого продукт конкретной компании в данном месте, в данное время и в данных условиях подходит наилучшим образом, - это ... рынка
39. Группа людей со схожими потребностями и интересами, которые компания может удовлетворить путем реализации своих продуктов, - это ... аудитория
40. Целевая аудитория, которая проявляет наибольшую активность и является определяющей при покупке, т. к. в нее входят люди, которые непосредственно принимают решение о приобретении услуги, - это ... целевая аудитория
41. Процесс изучения состава и структуры ассортимента услуг компании с целью оценки его соответствия текущим и перспективным условиям рынка, называется ... ассортимента
42. Оценка того, насколько эта группа потребителей устойчива по своим основным объединяющим признакам, - это критерий ... сегмента
43. Сопоставьте объекты сегментации с их характеристиками
44. Определите последовательность этапов анализа рынка услуг
45. Проранжируйте выбор потребителя согласно селективности вариантов от неподходящих, до удовлетворяющих потребность:

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, [WhatsApp](#), [Telegram](#)

46. Установите последовательность стадий осведомленности потребителя
47. Согласно модели ценности услуги, потребительские ожидания при оценке качества услуг отражают ...
48. Доступность информации об услугах компании, ее изложение на языке, понятном для потребителя формируют такой элемент ценности услуги, как ...
49. Включается в общую ценность услуги ...
50. Потребитель, который регулярно пользуется услугами компании, называется ...
51. Такой фактор, как ... обуславливает максимальный уровень в процессе формирования цены
52. Возможно применять стратегию дискриминационных цен, когда ...
53. Набор продуктов («пакетная» услуга) применяется в сфере услуг для ...
54. Затраты, связанные с производством, которые нельзя напрямую включить в себестоимость конкретного вида услуги, - это ...
55. Исследование ценового порога, в ходе которого респондент делает выбор из нескольких представленных вариантов, которые демонстрируются ему на мониторе компьютера, называется ...
56. При таком методе ценообразования, как метод ... себестоимость рассматривается как затраты, связанные с выполнением необходимых операций в рамках оказанных услуг
57. Способность услуги удовлетворить потребность или обеспечить выгодой покупателя - это...
58. Основной инструмент для получения сведений об объеме рынка, сезонности спроса, определения потребительских сегментов и долей на рынке - это ... спроса
59. Клиенты компании, получившие услугу в компании после некоторого перерыва, - это ... клиенты
60. Одна из технологий ценообразования, суть которой заключается в формировании разной стоимости одних и тех же услуг для различных сегментов потребителей, - это ценовая ...
61. Клиенты, которые совершили свой первый визит в определенный период и до конца периода визитов больше не совершали, называются ... клиенты
62. Принятие информации о ценах, когда объективно существующие цены и ценовые сигналы трансформируются в субъективные ценовые впечатления и в таком виде включаются в систему оценок покупателя, называется ... цены

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com

<https://sinerqy.com/list/>
готовые ответы магазин

<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
готовые ответы магазин



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy

Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/

Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

63. Стоимостная оценка используемых при оказании услуг сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат, необходимых для оказания услуг, - это ... услуги
64. То, что потрачено на производство конкретных услуг, называется ... затраты
65. Действия, направленные на пересмотр существующей позиции товара в восприятии потребителей целевого рынка, - это ...
66. Способ визуализации понимания целевой аудиторией ключевых атрибутов услуг рынка - это ...
67. Закрепившееся определенное мнение об услуге или компании - это ...
68. Хороший нейминг ...
69. Инструмент, позволяющий сделать компанию узнаваемой, а также создать и поддерживать необходимую репутацию - это ...
70. Общее смысловое поле бренда, описание уникальных отличительных свойств бренда, а также совокупность его визуальных, имиджевых и маркетинговых атрибутов - это ...
71. Для парикмахерской больше всего подходит название ...
72. Маркетинговый инструмент, с помощью которого можно придать услуге дополнительную ценность в глазах целевой аудитории, отстроиться от конкурентов, сделать продукт более привлекательным для потенциального потребителя - это ...
73. Индивидуальная устойчивая система ценностей бренда, вызывающая эмоциональные проявления у потребителей и реакция бренда на изменяющиеся условия рынка, - это ... бренда
74. Процесс, в результате которого компания или услуга занимает на рынке какое-то конкретное, отличительное место - это ...
75. Процесс изменения статуса бренда в окружении конкурирующих услуг - это ...
76. Образ, репутация, мнение широкой публики, потребителей и клиентов о престиже организации, ее продуктах и услугах, репутации руководителей - это ...
77. Все коммуникации, в которых не задействованы традиционные рекламные носители, СМИ и наружная реклама - это ...

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

78. Желание клиентов покупать и взаимодействовать с брендом снова и снова, являющееся следствием постоянного положительного клиентского опыта, качества продукции и услуг, а также видения, понимания и разделения общих ценностей, которые клиент получает от бренда - это ...
79. Богатые ассоциации, которые вызывают у обладателей фирмы и ее потенциальных клиентов - это ... бренда
80. Грамотно спланированная система выгод услуги, направленная на удовлетворение функциональных, социальных потребностей потребителя и потребностей - это ...
81. Процесс разработки названия для той или иной компании, товара, услуги - это ...
82. Закрепившееся определенное мнение об услуге или компании, - это ...
83. Общее смысловое поле бренда, описание уникальных отличительных свойств бренда, а также совокупность его визуальных, имиджевых и маркетинговых атрибутов, - это ...
84. Индивидуальная устойчивая система ценностей бренда, вызывающая эмоциональные проявления у потребителей и реакция бренда на изменяющиеся условия рынка, называется ... бренда
85. Установите соответствие между типами и сферой услуг:
86. Установите соответствие между этапами сегментирования и их содержанием
87. Установите соответствие между этапами модели потребительского поведения и их целями
88. Установите последовательность интервалов времени в процессе оценки услуги, начиная от первого интервала:
89. Установите соответствие между факторами, обуславливающими низкую осведомленность об услугах с их характеристиками
90. Установите соответствие между элементами модели ценности услуги и их примерами
91. Установите соответствие между элементами, формирующими ценность услуги и их содержанием
92. Определите последовательность этапов ценообразования
93. Установите последовательность этапов создания ценности для клиента
94. Установите последовательность этапов принятия потребителем решения о приобретении услуги

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал → t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru , WhatsApp , Telegram

95. Сопоставьте специфические признаки услуг с примерами по их нейтрализации при помощи маркетинговых мероприятий:

96. Установите соответствие между процедурами нейминга и их задачами:

97. Установите соответствие между основными составляющими репутации и их содержанием:

98. Определите последовательность ключевых этапов брендинга:

99. Установите последовательность этапов создания платформы бренда:

100. Укажите последовательность действий при создании нейминга;

101. Процесс, в результате которого компания или услуга занимает на рынке какое-то конкретное, отличительное место - это...

102. Все коммуникации, в которых не задействованы традиционные рекламные носители, СМИ и наружная реклама - это ... коммуникации

103. Установите соответствие между процедурами нейминга и их задачами

104. Укажите последовательность действий при создании нейминга:

105. Наивысшим является ...

106. Целью маркетинга взаимоотношений является ...

107. Подход формирования взаимоотношений, при котором потребители становятся персональными клиентами, которым предлагаются индивидуальные и персонифицированные программы - это ...

108. Совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя, - это ...

109. Маркетинговый показатель, именуемый как «готовность рекомендовать», - это ...

110. Согласно методике NPS (Net Promoter Score), клиенты, поставившие 7 или 8 баллов являются ...

111. Такая метрика, как ... дает понимание, насколько эффективно работает служба поддержки клиентов, дает возможность предсказать темпы роста бизнеса

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

112. Такой показатель, как ... отражает основные преимущества услуги компании или маркетинговой политики, которые стимулировали интерес клиента
113. Поток будущих платежей клиента в течение всего срока взаимоотношений с ним - это ... ценность клиента
114. Мера того, насколько точно уровень предоставляемых услуг соответствует ожиданиям клиента, - это ... услуги
115. Вид маркетинга, направленный на построение длительных и прочных отношений бренда с клиентами, называется маркетинг ...
116. Совокупность приемов, которые используют для увеличения базы постоянных клиентов - это ... клиентов
117. Показатель по уточнению уровня удовлетворенности, который позволяет выявить значение и соотношение цены, качества, доступности и других факторов, влияющих на лояльность потребителя, - это ... потребительской удовлетворенности
118. Построение долгосрочных отношений, в которых клиент благосклонно относится к услуге, бренду или компании и становится постоянным клиентом - это ...
119. Такая метрика, как коэффициент ... покупки показывает, сколько клиентов возвращаются после первой покупки:
120. Такой показатель, как коэффициент использования ... рассчитывается как отношение количества использованных купонов к общему количеству купонов...
121. Установите соответствие между параметрами взаимоотношений и их характеристиками:
122. Установите соответствие между толкованиями качества и их значениями:
123. Установите соответствие между ступенями модели качества обслуживания и моментами ее наступления:
124. Установите соответствие между элементами программы качественного обслуживания и их характеристиками:
125. Укажите порядок этапов программы установления маркетинговых отношений в компании:
126. Укажите порядок ступеней модели качества обслуживания, начиная с первой ступени:
127. Укажите порядок этапов установления маркетинговых отношений в компании:
- 128.

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/

Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

129. Имеются следующие данные о рынке сбыта по продукту NN:

- численность потребителей в сегменте – 857 тыс. чел.;
- уровень потребления на душу населения в базисном году составил 80 ед. в год;
- поправка на эластичность спроса составляет сокращение в 2 ед. на 1 % роста цен (по прогнозу в текущем году цены вырастут на 3 %).

Рассчитайте емкость рынка продукта NN.

130. Имеются следующие данные о рынке сбыта продукта X:

- численность потребителей в регионе – 1 200 тыс. чел.;
- норма душевого потребления – 3,5 шт./чел. в год;
- мощность местных предприятий – 1 200 тыс. шт.;
- ввоз аналогичных продуктов в год – 2 000 тыс. шт.;
- вывоз продукции из региона – 500 тыс. шт.

Определите емкость рынка продукта X и целесообразность создания предприятия по производству данной продукции в регионе.

131. В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение рыночной доли фирмы с 14 до 18 % при емкости рынка 52 млн шт. продукта.

Прибыль на одно изделие составляет 1 406 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн руб.

Рассчитайте дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году.

132. В результате усиления конкурентной борьбы возможно снижение цен на услугу А – на 15 % и на услугу В – на 8 %.

Себестоимость услуг составляет, соответственно, 450 и 570 руб. Рентабельность услуги А – 15 %, услуги В – 22 %. План оказания услуг в соответствии с заданием: А – 1 274 шт., В – 1 124 шт.

Определите общий объем потерь от возможного снижения цен.

133. Традиционно применяя затратный метод ценообразования, гостиницы получают 25 % прибыли к затратам от работы лобби-бара.

Закупочная цена товара А – 1,3 дол./л, товара Б – 12 дол./шт., товара С – 30 дол./кг.

Объем закупок товара А – 300 л, товара Б – 1 000 шт., товара С – 150 кг. Общие транспортные расходы – 200 дол., стоимость аренды площади в гостинице – 15 дол. в день, заработная плата бармена – 200 дол. в неделю. Товар предполагается продать за неделю. В неделе 7 рабочих дней.

Определите цены продажи товаров, реализуемых в лобби-баре гостиницы. Приведите расчеты.

134.

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

135. Ресторан реализует продукт через сайт. На продвижение ресторана через объявления Google владелец готов потратить 100 000 руб. К концу месяца доход от рекламы должен составить 500 000 руб. PPC-специалисту за настройку объявлений заплатят 20 000 руб., копирайтеру за написание объявлений – 50 000 руб.

Определите эффективность рекламной кампании ресторана (окупаемость инвестиций в маркетинг). Приведите расчеты.

136. Директор по маркетингу гостиницы потратил 12 000 руб. на контекстную рекламу, создал объявление на поиске в Яндекс.Директ с CTR 13 %. За весь срок рекламной кампании он получил 437 кликов.

Сколько рекламных объявлений было показано и сколько составила стоимость показа, если был потрачен весь рекламный бюджет? Приведите расчеты.

137. Разработка лояльности для деловых клиентов гостиницы.

Лояльность – это один из самых эффективных способов стимулирования продаж в сфере услуг. Программа лояльности должна быть дифференцирована по типу клиента.

На совещании с руководством гостиницы специалист по маркетингу предложил разработать программу лояльности для сегмента «Командировочные (деловые туристы)». Он рассказал о возможности подключить отель к системе «Деловой турист», которая уже объединяет 104 отеля из 52 городов. Всего планируется подключить свыше 300 гостиниц.

Эта система позволяет после пребывания клиента в гостиницах, получить 10 % от заплаченной за проживание суммы на свой личный счет. Выгодно это, в первую очередь, командировочным. Они имеют возможность заселиться самостоятельно, без агентов, и на этом заработать.

По коммерческому предложению стоимость подключения к системе составит:

- 7 % от стоимости заказа – оплата услуг системе «Деловой турист»;
- 10 % – возврат клиенту от стоимости оплаченного заказа.

Программу решено подключить в ближайшее время.

Определите, на сколько человек (процентов) в квартал должен увеличиться в отеле приток гостей из направления делового туризма, чтобы подключение к системе лояльности было экономически оправдано.

138. На начало периода у компании было 504 пользователей. За полгода появилось 40 новых клиентов, но при этом некоторые клиенты ушли, и на конец периода у компании стало 527 клиентов.

Определите коэффициент удержания клиентов (RR).

139. Какими параметрами измеряется маркетинг взаимоотношений:

140. Подход формирования взаимоотношений, при котором предусматривается кэшбэк при следующем посещении, называется:

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com

готовые ответы магазин
https://sinerqy.com/list/

готовые ответы магазин
https://sinerqy.com/list/ https://sinerqy.com/konsultaciya/ https://sinerqy.com/konsultaciya/



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

141. То, с чем остался клиент после взаимодействия со служащим, относится к толкованию качества как:
142. Показатель, измеряемый, сколько затрат клиент должен понести, чтобы получить ответ или решение своей проблемы:
143. Если расчет показателя NPS показал отрицательное значение, то это значит, что:
144. Проекция потенциального дохода, который компания может получить от клиента, это метрика:
145. Совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя, это...
146. Менеджмент построения долгосрочных взаимовыгодных отношений с ключевыми партнерами, взаимодействующими на рынке: покупателями, поставщиками, дистрибьюторами, это...
147. Ценность клиента в течение всего срока взаимоотношений с ним, называется...
148. Характеристика программы предоставления услуг, т.е. качество основного продукта, которое потребитель получает в результате купли-продажи, это...
149. Маркетинговый показатель и метод оценки качества маркетинга компании, основанный на опросе потребителей, совершивших то или иное действие в отношении продукта, бренда или компании, называется:
150. Качественная маркетинговая характеристика отношения потребителей к товарам и услугам по признаку их привязанности к определенной марке, называется:
151. Установите соответствие между уровнями отношений в маркетинге и их характеристикой
152. Установите соответствие между элементами программы качественного обслуживания и их характеристиками
153. Установите соответствие между названиями индексов и их обозначением:
154. Установите соответствие между показателями и формулами расчета:
155. Укажите порядок этапов программы установления маркетинговых отношений в компании:
156. Укажите порядок наступления ступеней модели качества обслуживания, начиная с первой ступени:
157. Укажите порядок проведения оценки удовлетворенности:
158. Установите соответствие между ступенями модели качества и их описанием

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com

готовые ответы магазин
<https://sinerqy.com/list/>

готовые ответы магазин
<https://sinerqy.com/list/>

готовые ответы магазин
<https://sinerqy.com/list/>

готовые ответы магазин
<https://sinerqy.com/list/>

<https://sinerqy.com/konsultaciya/> <https://sinerqy.com/konsultaciya/> <https://sinerqy.com/konsultaciya/>



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

159. Цель какого этапа формирования имиджа компании достигается путем постоянного мониторинга всевозможных средств информации: это и СМИ, и Интернет, и социальные сети:
160. Имидж организации, отражающий действия по отношению к своей целевой аудитории, это:
161. Для какого пана ставится цель измеримая, конкретная, достижимая и реальная, имеющая четкий временной период достижения:
162. Если для компании важно понять, кто является клиентом, и уже после этого позиционировать свой бренд, то это позиционирование:
163. Акции, когда одна компания предлагает скидку или подарок за покупку в другой компании, это:
164. Мероприятия, когда клиентам показываются сильные стороны сервиса с целью подтолкнуть покупателя к решению существующей у него проблемы, как один из методов партизанского маркетинга, называется:
165. Интуитивно понятная структура сайта с меню, каталогом услуг, ценами, контактами, понятными элементами навигации, которые помогают сориентироваться на сайте и сделать правильный выбор, это:
166. Мнение об объекте, создаваемое в массовом сознании на основе целенаправленных действий людей, эмоционально окрашенный образ, придающий организации либо преувеличенные, либо не присущие ему характеристики, и тем самым вызывающий к нему повышенный интерес, это ... организации сферы услуг
167. Формы выражения разных маркетинговых инструментов, маркетинговых направленностей, маркетинговых стратегий, различных подходов к процессу управления в менеджменте и его осуществлению, являются составляющими...
168. Длительный план развития бизнеса до установленной цели, а тактика маркетинга — это комплекс приемов, которые помогают ее достичь, называется...
169. План маркетинга, который учитывает четыре элемента маркетингового комплекса (продукт, цена, продвижение, место) и точность сегментации целевой аудитории, называется:
170. Маркетинговая деятельность двух или большего числа компаний для достижения общих целей, называется:
171. Протокол безопасной передачи данных клиента через интернет, называется:
172. Установите соответствие между типами имиджа организации и их характеристиками
173. Сопоставьте составляющие внутреннего имиджа организации с их содержанием:

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy

Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/

Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

174. Установите соответствие между объектами усилий по формированию имиджа компании и их целями

175. Установите соответствие между ошибками, которые допускают при создании имиджа и их причинами:

176. Установите соответствие между факторами, которые нужно учитывать при планировании стратегии и их направлениями:

177. Укажите порядок этапов формирования имиджа компании

178. Установите последовательность этапов разработки маркетинговых коммуникаций:

179. Укажите порядок этапов разработки маркетинговой стратегии:

180. Устойчивый эмоционально окрашенный образ, сложившийся в массовом сознании в результате целенаправленного смещения ракурса восприятия на социально значимые стороны объекта, это:

181. Критерии, которые необходимо учитывать в нейминге:

182. Добиться от потребителя при восприятии содержания бренда положительных эмоций от полученной информации, является целью:

183. Богатые ассоциации, которые вызывают у обладателей фирмы и ее потенциальных клиентов, это:

184. Какое название является более подходящим для барбер-шопа:

185. Укажите критерии для привлечения целевой аудитории:

186. Образ компании или услуги, который маркетологи выстраивают в сознании целевой аудитории с помощью разных тактик, это...

187. Способ визуализации понимания целевой аудиторией ключевых атрибутов услуг рынка, это...

188. Мнение потребителя о торговой марке, товаре или услуге, на которое влияют качество и его постоянство, социальные выгоды, эмоции, полученные от контакта с продуктом, ассоциации, возникающие от соприкосновения с брендом, называется...

189. Контакт, связь с потребителями с целью обмена идеями и содержащейся в бренде информацией в устном или письменном виде посредством символов, называется:

190. Традиционный вид рекламы, подразумевающий размещение в прессе, на телевидении и радио, а также наружную и печатную рекламу, называется:

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com

<https://sinerqy.com/list/>
готовые ответы магазин
<https://sinerqy.com/list/>
готовые ответы магазин
<https://sinerqy.com/list/>
готовые ответы магазин

<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
<https://sinerqy.com/konsultaciya/>



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

191. Направление в дизайне, целью которого является привлечение интереса потребителя к продвигаемому на рынок товару или услуге, называется:

192. Процесс, в котором с одной стороны, осуществляется воздействие на целевые покупательские сегменты, а с другой стороны — получение ответной информации о реакции этих потребителей на осуществленные компанией коммуникативные мероприятия, называется:

193. Критерий нейминга, который позволяет понять или догадаться, чем занимается компания по названию, это:

194. Сопоставьте специфические признаки услуг с задачами по маркетингу

195. Установите соответствие между стратегиями фокусирования и их характеристикой фирм их применяющих

196. Установите соответствие между

197. Укажите порядок действий при создании нейминга;

198. Укажите порядок разработки позиционирование бренда:

199. Модель ценности услуги включает ...

200. Согласно модели ценности услуги, сумма расходов, которые несет покупатель при получении услуги, отражают ...

201. Возможность выбора специалиста, филиала/представительства, времени для посещения, дополнительных услуг формирует такой элемент ценности услуги, как ...

202. Такой элемент маркетинга-микс, как ... является наиболее гибким в краткосрочном периоде

203. Ценность для клиента определяется как разница между ...

204. Клиентский поток компании формируется посредством ...

205. Такой фактор, как ... обуславливает минимальный уровень в процессе формирования цены

206. Апеллирование в коммуникациях к эмоциям и подсознательным нуждам применяется в сфере услуг для ...

207. Способность удовлетворить потребность или обеспечить выгодой покупателя, - это ...

208. Численная оценка общего количества клиентов, обратившихся за услугами в течение определенного периода, это ... клиентов

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com

готовые ответы магазин
https://sinerqy.com/list/
готовые ответы магазин
https://sinerqy.com/list/
готовые ответы магазин
https://sinerqy.com/list/

готовые ответы магазин
https://sinerqy.com/list/
готовые ответы магазин
https://sinerqy.com/list/
готовые ответы магазин
https://sinerqy.com/list/



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

- 209.** Метод продвижения услуг посредством специалистов и сотрудников компании, а также через клиентов, лояльно настроенных к компании и выполняющих дистрибьюторские функции, называется ...
- 210.** Совокупность всех расходов предприятия в течение данного периода времени, которые являются необходимыми для изготовления определенного вида товаров, работ, услуг, называются общие ...
- 211.** Затраты, связанные с выполнением необходимых операций в рамках оказанных услуг, - это ... услуги
- 212.** Сумма денег, за которую клиент может купить, а компания сферы услуг готова продать данную услугу, называется ... услуги
- 213.** Установите соответствие между факторами в процессе формирования цены и их характеристикой:
- 214.** Установите соответствие между факторами, обуславливающими низкую осведомленность об услугах с их характеристиками
- 215.** Установите соответствие между элементами модели ценности услуги и их описанием
- 216.** Укажите порядок определения цены на услугу
- 217.** Укажите последовательность создания ценности услуги для целевой аудитории:
- 218.** Установите последовательность этапов принятия потребителем решения о приобретении услуги:
- 219.** Установите соответствие между элементами, формирующими ценность услуги и их содержанием
- 220.** Особенности рынка услуг являются ...
- 221.** Входит в анализ рынка услуг ...
- 222.** Процесс оценки, определения, моделирования и прогнозирования изменений в рыночной среде и в сфере деятельности анализируемой компании, - это ...
- 223.** Видами количественных маркетинговых исследований являются ...
- 224.** Исследования, проводимые с целью измерения отношения потребителя к услуге и определения его выбора, называются ...
- 225.** Маркетинговые исследования, проводимые для выявления основных потребностей, которые потребители стремятся удовлетворить, а также выявления потребностей, которые в настоящее время не удовлетворены, - это ...

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал → t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru , WhatsApp , Telegram

226. Деление потребителей на группы в соответствии с рядом устойчивых признаков, - это...

227. Стадия, на которой человек уже знает, что ему нужно покупать, где и когда, называется полная ...

228. Группа потребителей, которой интересна и нужна определенная услуга, которой интересны ее характеристики и преимущества, называется целевая ...

229. Группа людей, которая, приобретая товар, все равно не является инициатором покупки конкретной продукции или услуги, называется ... целевая аудитория

230. Информация об объекте исследования, полученная непосредственно от источника (в момент возникновения) в результате специально проведенных для решения конкретных проблем так называемых полевых маркетинговых исследований, это ... информация

231. Установите соответствие между направлениями маркетинговых исследований рынка услуг и их целями

232. Установите соответствие между этапами поведения потребителей на рынке услуг и их содержанием:

233. Проранжируйте выбор потребителя согласно селективности вариантов от удовлетворяющих потребность, до неподходящих:

234. Укажите порядок проведения сегментирования:

235. Укажите порядок этапов принятия решений потребителями, включенных в модель потребительского поведения:

236. Установите соответствие:

237. Установите соответствие между этапами модели потребительского поведения и их задачами:

238. Установите соответствие между этапами определения целевой аудитории и их назначением:

239. Сфера обмена услугами, которые являются результатом труда предприятий непроизводственной сферы, - это ...

240. Отличительные характеристики услуг – это ...

241. Особенность услуг, связанная с одновременностью производства и потребления, называется ...

242. На такой стадии жизненного цикла услуги, как ... осуществляются активные рекламные мероприятия с целью пропаганды

243. Такой комплекс маркетинга, как ... считается классическим

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com

<https://sinerqy.com/list/>

готовые ответы магазин

<https://sinerqy.com/list/>

готовые ответы магазин

<https://sinerqy.com/list/>

<https://sinerqy.com/konsultaciya/>



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy

Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/

Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

244. Такой элемент маркетинга-микс, как ... направлен на увеличение спроса и увеличение продаж
245. Комплекс элементов, используя которые субъект рынка (гостиница или ресторан) может воздействовать на целевой рынок – это ...
246. Процесс разработки, продвижения и реализации услуг, ориентированный на выявление специфических потребностей клиентов, – это ...
247. Вид деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта, – это ...
248. Один из основных элементов маркетинга-микс, который обеспечивает гостиничному или ресторанному предприятию клиентский поток – это ...
249. Элемент комплекса маркетинга, от которого зависит уровень клиентского сервиса, – это ...
250. Некий набор инструментов, параметров, манипулируя которыми маркетологи стараются наилучшим образом удовлетворить клиентов, – это ...
251. Период с момента выхода услуги на рынок до момента ее ухода с рынка – это жизненный ...услуги
252. Установите соответствие между характеристиками услуги и их описанием:
253. Установите соответствие между основными классами услуг и сферой услуг
254. Установите соответствие между степенью контакта и степенью участия клиентов
255. Установите соответствие между типами и сферой услуг:
256. Ранжируйте представленные примеры услуг по степени их осязаемости от более материальных к менее материальным:
257. Укажите порядок маркетинговых мероприятий, соответствующих этапам жизненного цикла услуг, начиная с разработки услуги:
258. Установите соответствие между видами личных услуг и потребителями услуг:

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com

<https://sinerqy.com/list/>
готовые ответы магазин
<https://sinerqy.com/list/>
готовые ответы магазин
<https://sinerqy.com/list/>

<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
<https://sinerqy.com/konsultaciya/>