



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ  
на нас в Телеграм



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

1. Основываясь на какой характеристике потребительского поведения, человек принимает решение о покупке самостоятельно:
2. В состав каких факторов, оказывающих влияние на мотивы покупательского поведения, входят референтные группы и ближайшее окружение человека:
3. То, что побуждает людей к деятельности, ради которой она совершается:
4. Какие мотивы покупательского поведения подразумевают достижение неких материальных, предметных или физических целей, которое может произойти, если человек приобретет рекламируемый продукт:
5. Какой мотив основан на желании человека получить признание окружающих, повысить свой социальный статус:
6. Какой мотив покупательского поведения основан на желании людей избежать риска, опасности, непредсказуемости:
7. На каком этапе процесса формирования покупательского поведения у потенциальных покупателей возникает потребность купить продукт или заказать услугу:
8. Установите соответствие между основными поведенческими разновидностями и их характеристиками:
9. Установите соответствие между направлениями анализа потребительского поведения и их целями:
10. Укажите последовательность этапов принятия решения о покупке:
11. К моделям покупательского поведения с высокой вовлеченностью относятся:
12. Низкой вовлеченностью покупателей и осознанным выбором можно охарактеризовать приобретение:
13. На каком этапе принятия решения о покупке потребитель определяет где и когда купить товар:
14. При позиционировании какой покупки необходимо делать акцент на качестве, свойствах продукта, простоте использования и цене:
15. Какие риски сложной покупки относятся к рискам эмоциональных потерь:
16. Определите тип референтной группы по примеру: кумир потребителя придерживается правильного питания, значит потребитель тоже будет правильно питаться:

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



WhatsApp



Telegram



Max



[sinerqy@yandex.ru](mailto:sinerqy@yandex.ru)



[sinerqy.com](https://sinerqy.com)



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ  
на нас в Телеграм



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

17. Согласно модели психографического сегментирования VALS потребители, которые ценят порядок, знания, ответственность, ясность мышления, образованы, стремятся к знаниям и обычно всегда в курсе последних мировых новостей и событий, это:
18. Установите соответствие между сегментами модели психографического сегментирования VALS и их описанием:
19. Установите соответствие между группами, разделенными по теории поколений и их описанием:
20. Согласно модели потребительского поведения AIDA, создание привлекательного и выделяющегося образа рекламируемого товара, это задача этапа:
21. Сколько решений о покупке определяется эмоциями:
22. Что определяет минимальный порог цен, обеспечивающий безубыточную работу и планируемую прибыль:
23. Какой метод ценообразования определяет цену на основе экономического эффекта, который принесет клиенту предлагаемый продукт:
24. Какой психологический эффект демонстрирует увеличение спроса на продукт, когда другие потребители хотят приобрести его:
25. Укажите последовательность этапов формирования цены на продукт:
26. В каких случаях лучше использовать округленную цену (без сотых):
27. Какое обозначение цены на ценнике легче для восприятия потребителями:
28. Какие цены используются рекламой, указывающей цены в других местах, обычные цены и т.д. в попытках убедить потребителя, что предлагаемый товар имеет относительно хорошую цену:
29. Укажите функции упаковки с точки зрения нейромаркетинга:
30. Какой цвет, используемый в упаковке, способствует созданию ассоциации с экологически чистыми продуктами:
31. Установите соответствие между сочетанием цветов и их воздействием на потребителей:
32. Установите соответствие между цветами и направлением их использования в логотипах/упаковке:
33. Установите соответствие между цветами и вызываемых ими положительными эмоциями:
34. Установите соответствие между цветами и вызываемых ими отрицательными эмоциями:

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



WhatsApp



Telegram



Max



[sinerqy@yandex.ru](mailto:sinerqy@yandex.ru)



[sinerqy.com](https://sinerqy.com)



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ  
на нас в Телеграм



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

35. Количество времени и сил, которые необходимы для получения удовольствия, это:
36. Форма когнитивной предвзятости, которая заставляет людей сосредотачиваться на первой доступной информации, данной им при принятии решения, называется:
37. Установите соответствие между элементами имплицитных целей потребителей с их характеристиками:
38. Укажите цели разработки программ лояльности:
39. Какой вид программ лояльности подразумевает возврат части средств, потраченных на покупку, на специальный счет клиента:
40. Какой инструмент Яндекс.Метрики фиксирует каждое посещение на сайте и следит за перемещением посетителя до точки выхода:
41. Какой инструмент Яндекс.Метрики представляет в графическом виде перемещение посетителей по страницам:
42. Доля визитов, во время которых пользователь сразу ушёл с сайта, от общего числа визитов, это:
43. Время, которое пользователь в среднем провёл на странице, это:
44. Если магазин предлагает покупателям добавлять понравившиеся товары в списки желаний (избранное), это называют:
45. Укажите последовательность этапов работы с жалобами клиентов:
46. Укажите типичные ошибки, которые допускают при работе с жалобами:
47. Какими параметрами измеряется маркетинг взаимоотношений:
48. Подход формирования взаимоотношений, при котором предусматривается кэшбэк при следующем посещении, называется:
49. То, с чем остался клиент после взаимодействия со служащим, относится к толкованию качества как:
50. Показатель, измеряемый, сколько затрат клиент должен понести, чтобы получить ответ или решение своей проблемы:
51. Если расчет показателя NPS показал отрицательное значение, то это значит, что:
52. Проекция потенциального дохода, который компания может получить от клиента, это метрика:

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



WhatsApp



Telegram



Max



[sinerqy@yandex.ru](mailto:sinerqy@yandex.ru)



[sinerqy.com](https://sinerqy.com)



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ  
на нас в Телеграм



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

53. Укажите порядок этапов программы установления маркетинговых отношений в компании:

54. Укажите порядок наступления ступеней модели качества обслуживания, начиная с первой ступени:

55. Укажите порядок проведения оценки удовлетворенности:

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

ГОТОВЫЕ ОТВЕТЫ МАГАЗИН

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

ГОТОВЫЕ ОТВЕТЫ МАГАЗИН

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

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

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



WhatsApp



Telegram



Max



[sinerqy@yandex.ru](mailto:sinerqy@yandex.ru)



[sinerqy.com](https://sinerqy.com)