

1. Какие основные функции выполняют товарные запасы в цепи поставок?
2. Какие виды затрат формируют общие затраты на управление запасами?
3. Что характеризует "эффект хлыста" (bullwhip effect) в цепях поставок?
4. Для чего применяется ABC-анализ в управлении запасами?
5. Что представляет собой страховой запас?
6. В чем состоит ключевое отличие прямого канала сбыта от косвенного?
7. Какие функции выполняют посредники (дистрибьюторы, дилеры) в каналах сбыта?
8. Что такое стратегия интенсивного распределения?
9. Что является примером конфликта в канале сбыта?
10. Какие критерии учитываются при выборе канала сбыта?
11. Что характеризует централизованную стратегию распределения запасов?
12. В чем состоят преимущества децентрализованной стратегии распределения?
13. Какое утверждение описывает "выталкивающую" (push) стратегию управления запасами?
14. Что является основой "вытягивающей" (pull) стратегии?
15. Что такое технология кросс-докинга?
16. Что такое точка заказа (reorder point)?
17. Модель оптимального размера заказа (EOQ) позволяет найти баланс между затратами ...
18. Высокий показатель оборачиваемости товарных запасов свидетельствует о ...
19. Что является целями категорийного менеджмента в розничной торговле?
20. Система с фиксированным интервалом времени между заказами ...
21. Какие ключевые факторы влияют на выбор местоположения распределительного центра?
22. Что такое WMS (Warehouse Management System)?



23. В чем заключаются принципы зонирования склада?
24. Что является особенностями распределительного центра (РЦ)?
25. Какие задачи решает технология Pick-by-Voice на складе?
26. Какие особенности характерны для управления запасами в e-commerce?
27. Что такое фулфилмент-центр?
28. Что такое "обратная логистика" (reverse logistics) в контексте e-commerce?
29. В чем суть модели сбыта "дропшиппинг"?
30. Каково назначение "даркстора" (dark store)?
31. Какие из перечисленных платформ являются ключевыми для взаимодействия в сегменте B2C?
32. Каковы основные цели использования CRM-системы в B2C-сегменте?
33. Что характеризует персонализацию взаимодействия с потребителем в B2C?
34. Какие задачи решают программы лояльности в B2C?
35. Какую роль играют чат-боты на сайтах B2C компаний?
36. В чем заключается особенность мобильных приложений как канала взаимодействия в B2C?
37. Какие метрики эффективности важны при оценке B2C платформ взаимодействия?
38. Что является примером омниканального взаимодействия в B2C?
39. Ключевое отличие цикла продаж в B2B от B2C заключается в ...
40. Какие платформы характерны для сегмента B2B?
41. Какие функции выполняет CRM-система в B2B-компании?
42. Что такое Account-Based Marketing (ABM) в B2B?
43. Какие роли играют вебинары и онлайн-конференции в B2B?
44. Для чего в B2B используются коммерческие предложения и white papers?



Магазин готовых ответов на тесты, практики, купить в магазине! ➔ **ОТВЕТЫ**
Нужна помощь с тестами, практикой, дипломной вкр? ➔ **КОНСУЛЬТАЦИЯ**

45. Какие каналы коммуникации наиболее эффективны в B2B?
46. Особенности контента для B2B-сегмента являются ...
47. Что является основной платформой для взаимодействия бизнеса с государством (B2G)?
48. Какие характеристики наиболее точно описывает процесс взаимодействия в B2G?
49. Каково назначение электронной цифровой подписи (ЭЦП) в B2G?
50. Что является важными факторами успеха для компании-поставщика в B2G?
51. Что является особенностями ценообразования в B2G?
52. Какие риски существуют для бизнеса при работе в B2G сегменте?
53. Какую информацию бизнес может получить на платформах госзакупок?
54. Какой из сервисов является классическим примером платформы G2C (Government-to-Citizen)?
55. Каковы основные цели создания и развития G2C-платформ?
56. Какую роль выполняет подтвержденная учетная запись на портале госуслуг?
57. Какие из перечисленных услуг можно получить через G2C-платформы?
58. Что такое "проактивное" предоставление услуг в G2C?
59. Какие технологии используются для улучшения взаимодействия в G2C?
60. В чем заключается особенность платформы G2C?
61. Ключевые особенности омниканального подхода заключаются в ...
62. Каковы основные цели внедрения омниканальной стратегии в торговле?
63. Что является характеристиками омниканального покупательского опыта?
64. Почему развитие омниканальных продаж является важным трендом в современной торговле?
65. Какие из сценариев являются примерами омниканального взаимодействия?
66. Какая технологическая платформа является ядром для построения омниканальной системы?

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



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com

67. Какую роль играют API (интерфейсы прикладного программирования) в омниканальной архитектуре?
68. Какие технологии используются для связи физического и цифрового пространства в розничном магазине?
69. Что такое "единая корзина покупок" (unified shopping cart)?
70. Система управления товарными данными в омниканальных продажах используется для ...
71. Что является первым шагом при переходе к омниканальной модели?
72. Какая организационная проблема является главным барьером на пути к омниканальности?
73. Что подразумевает интеграция бизнес-процессов в омниканальной стратегии?
74. Каковы цели анализа карты пути клиента (CJM)?
75. Что означает создание "единого источника правды" (Single Source of Truth) о клиенте?
76. Персонализация в омниканальных продажах основывается на ...
77. Какие инструменты используются для реализации персонализированных продаж?
78. Каковы главные задачи персонализации в омниканальном подходе?
79. В чем состоит отличие персонализации от сегментации?
80. Что такое триггерные коммуникации в рамках персонализированных продаж?
81. Какие метрики являются ключевыми для оценки эффективности омниканальной стратегии?
82. Что позволяет измерять модель атрибуции в омниканальной аналитике?
83. Какие задачи являются наиболее сложными при построении сквозной аналитики?
84. Что такое ROPO-эффект (Research Online, Purchase Offline)?
85. Какие инструменты помогают в оценке омниканальных продаж?
86. В чем заключается сложность планирования запасов в омниканальной модели?
87. Машинное обучение (ML) и искусственный интеллект (AI) в прогнозировании ...
88. Что является целями омниканального планирования продаж?



89. Омниканальный подход при планировании работы персонала ...
90. Что такое «лояльность клиента» в современном понимании?
91. Какие два ключевых измерения включает в себя понятие лояльности?
92. Какой тип лояльности характеризуется высокой эмоциональной привязанностью, но низкой частотой повторных покупок?
93. Во сколько раз дешевле обходится удержание существующего клиента по сравнению с привлечением нового согласно исследованиям?
94. На какой стадии жизненного цикла продукта управление лояльностью является наиболее важным?
95. Какой вопрос лежит в основе расчета индекса потребительской лояльности (NPS)?
96. Как называются клиенты, оценившие вероятность рекомендации на 9-10 баллов по шкале NPS?
97. В чем заключается суть клиентской базы?
98. Какие данные относятся к поведенческому блоку в структуре клиентской базы?
99. Какой метод анализа клиентской базы оценивает клиентов по трем параметрам: давность, частота и сумма покупок?
100. Что означает аббревиатура RFM в методе анализа клиентской базы?
101. Какой способ расширения клиентской базы считается одним из самых эффективных и дешевых?
102. Какая программа лояльности основана на накоплении и обмене баллов на вознаграждение?
103. Какое психологическое явление лежит в основе многоуровневых программ лояльности?
104. Какая программа лояльности предполагает объединение нескольких компаний-партнеров в единую систему?
105. Для какой целевой группы наиболее эффективны платные программы лояльности?
106. Какая программа лояльности строится на совпадении ценностей бренда и клиента?
107. В чем заключается двойственная природа стимулирования продаж?
108. Что такое «потребительская ценность» в контексте стимулирования продаж?



109. Какой метод стимулирования продаж наиболее рискован с точки зрения формирования лояльности?
110. Какой неценовой метод стимулирования продаж имеет очень высокий потенциал влияния на лояльность?
111. Какой психологический принцип лежит в основе ограниченных по времени акций ("Только сегодня!")?
112. Что является первой стадией формирования лояльности согласно модели трех компонентов?
113. Какой уровень лояльности характеризуется эмоциональной привязанностью клиента к бренду?
114. Какой ключевой фактор способствует переходу от когнитивной к аффективной лояльности?
115. В чем заключается разница между лояльностью и привязанностью к бренду?
116. Какой психологический принцип используется, когда компания дает клиенту что-то бесплатно и без предварительных условий?
117. Какой психологический эффект гласит, что боль от потери чего-либо примерно в два раза сильнее, чем радость от приобретения чего-то эквивалентного?
118. Согласно какому психологическому правилу, наше итоговое впечатление о процессе покупки определяется самым эмоционально интенсивным моментом и финалом?
119. Какой этап взаимодействия с клиентом в процессе продажи является невидимым для клиента, но закладывает фундамент для персонализированного общения?
120. Какой подход в процессе продажи ориентирован на формирование лояльности при установлении контакта с клиентом?
121. Что является ключевым отличием подхода, ориентированного на лояльность, при презентации товара?
122. Какой этап взаимодействия с клиентом может стать "пиковым моментом", который превратит сомневающегося клиента в лояльного?
123. Какая технология позволяет "слушать" клиента 24/7, собирая данные о его поведении на сайте?
124. Какая метрика используется для оценки усилий, которые клиент затрачивает при взаимодействии с компанией?
125. Какая формулировка вопроса используется при измерении CES?
126. Какая метрика дает наиболее комплексную оценку удовлетворенности компанией в целом?
127. Что является главным приоритетом для улучшений, согласно матрице, «Важность-Удовлетворенность»?



128. В чем особенность измерения уровня удовлетворенности в B2B по сравнению с B2C?
129. Что такое «бенчмаркинг» в контексте оценки удовлетворенности клиентов?
130. Какие затраты относятся к капитальным (CAPEX) при запуске программы лояльности?
131. Какая статья операционных расходов программы лояльности обычно является самой большой?
132. Что такое CRC (Customer Retention Cost)?
133. Что необходимо для объективной оценки эффективности программы лояльности?
134. Какой коэффициент показывает, какой процент клиентов компании стал участниками программы лояльности?
135. Какой коэффициент показывает, насколько ценными и достижимыми являются вознаграждения в программе лояльности?
136. Какая метрика является главной стратегической метрикой, показывающей общую чистую прибыль от клиента за все время сотрудничества?
137. Какая формула используется для расчета ROI программы лояльности?
138. Какой показатель измеряет стоимость привлечения нового участника в программу лояльности?
139. Какие два показателя являются главными компасами при оценке эффективности программы лояльности?
140. Что является центральным элементом в системе управления клиентской лояльностью?
141. Какие две связи формируют привязанность клиента к бренду?
142. Какой тип лояльности характеризуется низкой эмоциональной привязанностью, но высокой частотой повторных покупок?
143. Какой этап жизненного цикла клиента характеризуется тем, что клиент становится "адвокатом бренда"?
144. Какой метод стимулирования продаж создает ощущение элитарности и повышает ценность предложения?
145. Что такое «эффект цели» в контексте программ лояльности?
146. Какая метрика позволяет оценить, насколько программа лояльности влияет на частоту покупок клиентов?
147. Какой принцип психологии используется, когда клиенту предлагают зарегистрироваться в программе лояльности?



148. Какой вид бенчмаркинга позволяет выйти за рамки отраслевых стандартов и перенять инновационные практики?

149. Какое условие является необходимым, но не достаточным для формирования лояльности?

