

1. К основным принципам взаимоотношений банка с клиентами, как основы их деятельности можно отнести:
2. Система партнёрских отношений банка с клиентов подразумевает наличие прав у обеих сторон. Укажите права банка в данной системе:
3. Обозначьте факторы, присущие современному клиенто-ориентированному банку:
4. Укажите верную последовательность этапов продаж продукта банка клиенту:
5. В ставшем классическим труде Филиппа Котлера «Основы маркетинга» автор выделяет три исторических этапа, на протяжении которых формировался современный маркетинг. По схожему пути шло формирование банковского продукта. Определите последовательность в процессе которой сформировался современный банковский продукт:
6. Соотнесите левую и правую сторону таблицы, указывая характеристику психологических типов оппонентов личности:
7. Как называются группы подразделений банка, занимающиеся прямой клиентской работой...
8. Клиент хочет открыть в банке вклад на 1 год под 10% годовых на сумму 200 000 рублей. Проконсультируйте его по продукту и представьте клиенту расчёт, полученной им прибыли.
9. Расставьте в правильном порядке этапы жизненного цикла банковского продукта:
10. Какие характеристики присуще этапу «Зрелости» банковского продукта:
11. Какие характеристики присуще этапу «Роста» банковского продукта:
12. Какие характеристики присуще этапу «Спад» банковского продукта:
13. Перечислите правильную последовательность основных этапов ценообразования продукта:
14. Какой механизм ценообразования предполагает последующее планирование центрами прибыли объемов активных и пассивных операций...
15. Соотнесите левую и правую сторону таблицы, указывая логическое соответствие:
16. Продуктовая линейка банка, это:
17. Универсальным банком можно назвать тот банк, который оказывает:
18. Соотнесите левую и правую сторону таблицы, указывая характеристику группам потребительских кредитов:



19. Какие продукты можно отнести к продуктовой линейки корпоративного сектора:
20. Расширение продуктовой линейки позволяет компании добиться следующих преимуществ (расположите в правильной последовательности):
21. Классическая техника продаж, включающая пять этапов, подразумевает выполнение их в следующей последовательности:
22. Клиент получил кредит сроком на 6 месяцев в размере 10 млн. рублей. Сумма возврата кредита 10,5 млн. руб. Определите процентную ставку банка. Проценты простые.
23. Вид маркетингового анализа, позволяющий анализировать рынок и конкурентов, сильные и слабые стороны, возможности и угрозы:
24. В каких случаях банку целесообразно проводить ребрендинг:
25. К признакам лояльности клиента банка можно отнести:
26. Соотнесите левую и правую сторону таблицы, указывая классификацию методов исследований:
27. Процесс формирования конкурентной стратегии банка включает в себя следующие последовательные этапы (расположить в правильном порядке):
28. Этапы стратегического управления клиентской базой банка подразумевают последовательное выполнение операций (расположить в правильном порядке):
29. Оцените себестоимость банковского продукта «Карта ++», если известно, что банк планирует привлечь в первый год 70 000 клиентов. Себестоимость изготовления банковской карты составляет 50 руб. за штуку. Расходы на рекламу 700 000 рублей в год. Расходы на кадры и сопровождение продукта 1 500 000 в год.
30. Наиболее востребованной на сегодняшний день является стратегия пакетирования банковских продуктов, которая предполагает:
31. Организация продаж по типу «финансовый бутик», как правило имеет отношение к продаже продуктов и обслуживанию:
32. Организация продаж по типу «финансовый супермаркет», как правило имеет отношение к продаже продуктов и обслуживанию:
33. Этапы взаимодействия с клиентом банка (установите правильную очередность):



34. Укажите последовательность становления клиентом банка:

35. Верно ли утверждать, что клиентоориентированный подход подразумевает нацеленность коммерческих компаний на интересы лояльных и потенциальных клиентов?

36. Соотнесите левую и правую стороны по соответствующему структуре функционалу:

37. Какой из предложенных вариантов можно отнести к косвенному способу расширения клиентской базы:

38. Расположите в правильном порядке важнейшие этапы презентации банковских продуктов и услуг менеджером банка:

39. Подготавливаясь к встрече и переговорам с клиентом менеджер должен:

40. Основным способом выявления потребностей клиента является:

41. Соотнесите продукты и услуги банка с их характеристикой:

42. Определите последовательность в принятии решения клиентом о приобретении продукта банка:

