

ТЕСТ МЕНЕДЖЕРА III

Фамилия Имя Отчество _____ Дата: ____/____/____

Пометьте только один вариант ответа или дайте свой, если такая возможность указана.

Вопрос	Ответ соискателя	
Что из нижеперечисленного вам необходимо продемонстрировать и объяснить потенциальному заказчику (пометьте все варианты, которые подходят, их может быть больше одного):	<input type="checkbox"/> Конкретные характеристики или составные части вашего товара (Например, у этой машины есть воздушная подушка и она покрашена в замечательный серебристый цвет) <input type="checkbox"/> Как эти характеристики/части влияют на использование вашего товара (При столкновении воздушная подушка автоматически активируется и не дает вам разбить голову о лобовое стекло, серебристый цвет машины будет привлекать внимание окружающих, которые будут завидовать, что у вас такая красивая машина) <input type="checkbox"/> Какие выгоды эти характеристики/части приносят заказчику (Благодаря воздушной подушке вы не должны беспокоиться о безопасности, а благодаря тому, что все будет восхищаться замечательным цветом вашей машины, вы будете чувствовать себя замечательно, на высоте положения).	1
Вы запланировали встречу с потенциальным клиентом, для подготовки вы:	<input type="checkbox"/> Заранее делаете подборку материалов и планируете план встречи <input type="checkbox"/> Освежаете информацию о клиенте по дороге на встречу <input type="checkbox"/> Предпочитаете общение с клиентом в форме свободной импровизации <input type="checkbox"/> Другое:	2
Что из нижеперечисленного кажется вам наиболее правильным подходом к поиску новых заказчиков:	<input type="checkbox"/> Отдел маркетинга должен обеспечить вашей компании и товару достаточную известность на рынке, в результате потенциальные заказчики будут звонить в вашу компанию, и задача торгового агента — это качественно отработать по этим входящим звонкам и довести их до заключения сделки. <input type="checkbox"/> В задачи торгового агента должен входить постоянный поиск новых заказчиков, включая ежедневные звонки	3
На первой встрече с заказчиком, которая ограничена во времени, наиболее важно	<input type="checkbox"/> Дать заказчику максимум информации о вашей компании <input type="checkbox"/> Потратить максимум времени на выяснение проблем и потребностей заказчика <input type="checkbox"/> Дать заказчику максимум информации о характеристиках и преимуществах вашего товара <input type="checkbox"/> Другое:	4
Каков должен быть ваш первый шаг, в ситуации, когда заказчик высказывает вам аргумент, почему он не будет покупать ваш товар (Например, если после вашей замечательной речи он говорит “Все хорошо, но, к сожалению, это стоит слишком дорого”)	<input type="checkbox"/> Доказать заказчику, что он не прав и его аргумент на самом деле не имеет силы (“Да вы что, для такого хорошего товара это совсем не дорого”) <input type="checkbox"/> Попытаться справиться с аргументом (“Хорошо, я даю вам 10 процентов скидки, тогда вы готовы купить товар?”) <input type="checkbox"/> Задать заказчику ряд вопросов, чтобы выяснить, является ли данный аргумент действительно камнем преткновения или у заказчика есть другие причины по которым он не хочет покупать ваш товар (Например, “А если бы цена не была проблемой, то есть ли что-то еще, что остановило бы вас от покупки данного товара?”)	5
Предположим, что Вы весь день готовились к приему дальних родственников, а те, сидя за щедро накрытым столом, начинают морщиться и критиковать Ваши блюда. Какой будет Ваша реакция ?	<input type="checkbox"/> Скажу им, что они у меня дома и пусть едят, что дают, а если не нравится- идут к черту. <input type="checkbox"/> Промолчу или извинюсь за нерадивую жену/ мужа. <input type="checkbox"/> Я объясню родственникам, что очень старался(лась) приготовить вкусный обед, сожалею, что им не понравилось, и постараюсь учесть в следующий раз все замечания. <input type="checkbox"/> Другое:	6
Как вы считаете, какие взаимоотношения с потенциальным клиентом наиболее эффективны:	<input type="checkbox"/> Формальные отношения. Вы продаете не себя, а ваш продукт и вашу компанию, поэтому ни к чему излишне тесные отношения, особенно если вдруг вам придется что-то пообещать клиенту, а ваша компания не сможет потом выполнить ваши обещания. <input type="checkbox"/> Как можно более тесные отношения. Вы должны знать, когда день рождения вашего клиента, сколько лет его детям, какое у него хобби, какой цвет ему нравится и т.п. Такие отношения помогут вам построить доверие необходимое для заключения сделки. <input type="checkbox"/> Другое:	7
Из нижеперечисленного, что наиболее важно для того, чтобы добиться успеха в продажах:	<input type="checkbox"/> Напористость <input type="checkbox"/> Умение “информационно загрузить” клиента <input type="checkbox"/> Умение выслушать клиента и понять его конкретные потребности <input type="checkbox"/> Привлекательная внешность <input type="checkbox"/> Другое:	8

<p>Как вы думаете, что согласно статистике является наиболее распространенной причиной, из-за которой заказчик не идет на сделку:</p>	<input type="checkbox"/> Продавец не сумел объяснить преимущества товара <input type="checkbox"/> Продавец не сумел построить доверительные отношения с человеком, который принимает решение о покупке <input type="checkbox"/> Товар слишком дорогой <input type="checkbox"/> Условия поставки, обслуживания и прочие составляющие контракта неприемлемы для заказчика	9
<p>Процесс продажи (от первого контакта с клиентом до заключения сделки) лучше всего описать следующим образом</p>	<input type="checkbox"/> Это некий не нормализуемый процесс, где все зависит от фантазии и творчества конкретного человека. В нем невозможно ничего спланировать, т.к. все зависит от множества объективных и субъективных факторов, исходящих от заказчика. <input type="checkbox"/> Это процесс, который можно формализовать - разбить на ряд четко очерченных этапов, на каждом из которых можно спланировать и выполнять определенные действия для достижения результата <input type="checkbox"/> Другое:	10
<p>Представьте, что Вы пытаетесь помочь встать поскользнувшемуся незнакомцу, а он, поднявшись, начинает винить Вас в своем несчастье. Как Вы будете реагировать?</p>	<input type="checkbox"/> Скажу ему, что он идиот и ничего не понял. <input type="checkbox"/> Молча повернусь и уйду. Что с дураками разговаривать! <input type="checkbox"/> Спокойно объясню пострадавшему, что я здесь ни причем, и предложу поймать такси. <input type="checkbox"/> Другое:	11
<p>Что из нижеперечисленного является наиболее эффективным подходом в случае если вы провели встречу с потенциальным заказчиком и он однозначно и бесповоротно отказался приобрести ваш товар:</p>	<input type="checkbox"/> Поскорее распрощаться и уйти, чтобы скорее продолжить работу с другими перспективными заказчиками <input type="checkbox"/> Постараться получить у этого заказчика информацию о его знакомых, которым ваш товар может быть интересен. <input type="checkbox"/> Другое:	12
<p>Если заказчик заявил вам, что у него недостаточно денег для приобретения вашего товара, наиболее эффективный подход состоит в том, чтобы</p>	<input type="checkbox"/> Предложить ему скидку <input type="checkbox"/> Прекратить работу с этим заказчиком и сконцентрироваться на других, перспективных заказчиках, которые готовы заплатить требуемую сумму <input type="checkbox"/> Постараться понять, как лучше проиллюстрировать особенности вашего товара, чтобы повысить ценность этого товара в глазах заказчика. <input type="checkbox"/> Другое:	13
<p>Предположим, что вы ведете переговоры по заключению сделки и заказчик настаивает на определенном условии, которое реально не может быть выполнено вашей компанией – например, производство заказного товара в течение 10 дней (вы можете сделать это не раньше, чем в течение 20 дней). Заказчик настаивает на этом условии, хотя оно и не является критически важным для удовлетворения его потребностей, но он ссылается на вашего конкурента, который готов предложить ему такие условия. Какой путь вы выберете:</p>	<input type="checkbox"/> Будете стоять на своем (что установка будет в течение 20 дней) и убеждать заказчика в других преимуществах вашего товара чтобы избежать его ухода к конкуренту. <input type="checkbox"/> Пообещаете заказчику установку в течение 10 дней, чтобы он все-таки заключил сделку с вами, а не с конкурентом, а позже уже будете разбираться с жалобами которые возникнут из-за неизбежной просрочки.	14
<p>Если и у вас и у вашего конкурента срок доставки товара составляет от 2 до 6 дней, в среднем 4 дня, то что является более эффективным подходом при продаже:</p>	<input type="checkbox"/> Пообещать доставку в течение 6 дней и если доставка будет осуществлена быстрее, пусть это будет приятным сюрпризом для заказчика. <input type="checkbox"/> Пообещать срок доставки в 2 или 3 дня – ведь есть вероятность, что получится, а если нет, то можно будет придумать причину для данного заказчика, почему доставка заняла больше времени. Зато вы не предстанете в невыгодном свете перед заказчиком, если ваш конкурент пообещает более быструю доставку	15
<p>Если вы пообещали заказчику доставить товар в течение 10 дней и быстрая доставка была чрезвычайно важным фактором для него и он будет чрезвычайно рассержен если условия поставки будут нарушены, а на следующий день вы узнали, что из-за проблем на складе доставка займет 20 дней, то наиболее эффективным решением будет:</p>	<input type="checkbox"/> Сразу же связаться с заказчиком и откровенно признаться в возникшей проблеме и дать ему информацию о реальном ожидаемом сроке доставки. <input type="checkbox"/> Дождаться дня, когда заказчик ожидает доставку, позвонить в этот день и дать ему информацию о реальном ожидаемом сроке доставки. <input type="checkbox"/> Дождаться дня, когда заказчик ожидает доставку, позвонить в этот день и сказать, что доставка задерживается на один-два дня. Затем позвонить через два дня и проинформировать что произошла еще задержка на день-два и так продолжать дипломатично отодвигать срок до того момента, пока не произойдет фактическая поставка. <input type="checkbox"/> Другое:	16
<p>Вы обещали обязательно вернуться домой к 18 часам, чтобы успеть на родительское собрание в школу сына, однако, придя на работу, узнали, что у одного из Ваших коллег день рождения. И он настойчиво просит Вас задержаться после рабочего дня и отметить с ним. Как Вы поступите?</p>	<input type="checkbox"/> Позвоню домой и скажу жене/мужу, что шеф дал срочное задание, и я должен задержаться. <input type="checkbox"/> Скажу коллеге, что я должен срочно отвезти тещу в больницу. <input type="checkbox"/> Извинюсь перед коллегой и объясню ему, что я уже обещал пойти на родительское собрание и не могу подвести людей. <input type="checkbox"/> Другое:	17

Подпись _____

Дата: _____ г.