

## 《销售管理》考试试卷

题号	一	二	三	四	五	总分	核分人
得分							

得分	阅卷人

### 一、判断题（每小题 1 分，共 10 分。正确打√，错误打×）

- 销售管理的核心是人员管理。 ( )
- 不同的销售模式, 具有不同的特点, 也有着不同的管理要求。 ( )
- 销售计划是企业为达到销售目标而进行的统筹与设计, 是对销售目标进行量的分解及落实。 ( )
- 窜货也称为倒货、冲货, 即产品越区销售。 ( )
- 销售专项训练是对销售活动中最常用的 20 个核心技能的训练。 ( )
- 销售区域是指企业特定的市场或客户群, 并非是一个单纯的地理概念。 ( )
- 多问少说永远是销售的黄金法则。 ( )
- 寻找目标顾客的通俗表述就是“到有鱼的地方去钓鱼”。 ( )
- 效率型销售决策过程快, 且基本上市个人决策。 ( )
- 记忆式产品介绍也称熟记或套路式销售陈述。 ( )

得分	阅卷人

### 二、多项选择题（每小题 2 分，共 30 分）

- 常见的销售人员的称谓有 ( )
  - 销售代表
  - 销售工程师
  - 业务员
  - 职业顾问

- 销售经理需要具备的工作能力是 ( )
  - 行政管理
  - 人事管理
  - 领导协调
  - 营销管理
- 销售终端促销的主要方法或手段有 ( )
  - 导购服务
  - 销售促进
  - 关系营销
  - 人员促销
- 效率型销售模式适用的产品或服务是 ( )
  - 食品
  - 化妆品
  - 照相机
  - 家用电器
- 企业常用的销售培训方法主要有 ( )
  - 课堂培训法
  - 销售会议法
  - 模拟培训法
  - 岗位培训法
- 薪酬制度的主要类别是 ( )
  - 纯薪金制
  - 纯佣金制
  - 混合薪酬制
  - 个性薪酬制
- 企业销售组织的主要类型有 ( )
  - 区域性组织
  - 产品型组织
  - 客户型组织
  - 复合型组织
- 效能型销售模式适用的产品或服务有 ( )
  - 工业用品
  - 各类问题解决方案
  - 大型设备
  - 快速消费品
- 构成潜在目标顾客的三要素是 ( )
  - 有需求
  - 有购买力
  - 有决策权
  - 有商品
- SPIN 模式即提问式产品展示的步骤是 ( )
  - 背景问题
  - 难点问题
  - 暗示问题
  - 价值问题
- 有效约见顾客的方法主要有 ( )
  - 当面约见
  - 电话约见
  - 信函约见
  - 介绍约见
- 销售队伍完整的工作目标体系应包含 ( )
  - 财务类指标
  - 客户增长指标
  - 客户满意指标
  - 管理动作指标
- 销售人员的培训通常包括 ( )
  - 入职强化训练
  - 销售专项训练
  - CSP体系
  - 集训轮训
- 销售人员识别客户购买信号的途径是 ( )
  - 语言信号
  - 行为信号
  - 表情信号
  - 事态进展

学号:

姓名:

班级:

专业:

系(院):

线  
订  
装

15. 经销商窜货的表现形式是 ( )

- A. 自然性窜货    B. 良性窜货    C. 跨区倾销    D. 恶性窜货

得分	阅卷人

**三、简答题**（每小题 8 分，共 24 分）

1. 简述销售管理“125 模式”的主要内容。

2. 简述效率型销售模式对管理风格的要求。

3. 销售竞赛的方式有哪些？

得分	阅卷人

**四、论述题**（每小题 8 分，共 16 分）

1. 分析销售工作的基本流程。

2. 简述销售计划的内容。

学号：

姓名：

班级：

专业：

系（院）：

线  
订  
装

学号：

姓名：

班级：

专业：

系（院）：

线  
订  
装

得分	阅卷人

五、案例分析题（每小题 10 分，共 20 分）

**案例 1：客户异议的处理**

甲公司的营销员小黄按照约定时间来到 H 公司推销他们最新生产的一款办公自动化产品。小黄刚敲开经理办公室的门，说明了他的来意，女经理立即就说：“对不起，我很忙，我们以后再谈吧。”说完就要关门送客，这时小黄立刻说道：“正因为你忙，你一定想过要设法节省时间吧。我们的产品可以帮助你节省时间。”女经理看了他一会，犹豫地让小黄进办公室谈。

小黄取得了初步进展，便径直走到办公室里面坐在了沙发上。女经理先说道：“我时间不多，之前没有仔细了解你们公司的情况。”小黄简要地介绍了自己的公司后，女经理说“啊，你原来是甲公司的营销员，你们公司周围的环境可真差，交通也不方便呀！”小黄听到这些话有点气不过，但想到销售产品，就没说什么，而是拿出产品对女经理说：“×经理，请您看看产品。”女经理接过产品，小黄预计她可能对产品提出异议，便主动说道：“我们的产品功能确实不太多，但所有基本功能保证都是齐全的。而且，我们的产品设计是便携式的，一般也不需要那么多功能。”

女经理研究了一会，认为产品的录制功能使用起来不是很方便，小黄应对道：“这是此类产品的通病，目前国内还没有哪家企业能够彻底解决这个问题。但是，与其他同类产品相比，我们的产品在这方面是做得最好的。”女经理又询问了一些产品功能方面的问题，小黄觉得对方的购买意愿很强，他估计接下来双方要就价格问题进行商讨。果然，女经理说“你们的产品太贵了。”小黄回答：“您说的很正确，与同类产品相比，我们产品的价格确实略高。但是物有所值，我们的产品采用目前最先进的技术制作而成，且保修五年，比其他产品的保修期要长两年。您看我们的产品价格略高是不是也有所值呢？”

最后，该经理同意先预定 5 台甲公司生产的产品，小黄出色地解决了一系列的顾客异议。

问题：

1. 请结合案例中具体谈话，找出女经理提出的异议的类型包括哪些方面？

2. 小黄采用了哪些策略处理女经理的异议？你认为小黄的作法中，最可取的地方是什么？

**案例 2：陈经理的失败**

2002年开始，S公司所代理的品牌厂商对市场策略进行了调整，决定将战略发展方向放在发展商用电脑上(商用电脑，即专为政府机关、大公司、社会组织等设计制造的电脑，商用电脑的用户不是普通的家庭用户，像清华大学、中国石化、北京电信、北京市政府、平安保险等单位，才是商用电脑的采购方)。

S公司的市场策略也进行了相应的调整，他们瞄准了北京的四个大行业：教育、金融、电

学号：

姓名：

班级：

专业：

系（院）：

线  
订  
装

信运营商和政府采购，准备大力发展公司的销售二部，也就是商用电脑销售部。因为陈经理在家用电脑销售部管理出色，公司撤换了原来负责商用电脑销售工作的经理，改由陈经理出任。很自然，陈经理又把他原来的那套管理模式移植到了新部门。上任以后，他采取了一些同以前类似的改革措施：

第一，他把商用电脑销售部销售代表的底薪都降低了，相应地提高了提成的比例。同时他也采用了强势激励措施，还是“第一个月红灯；第二个月走人；连续两个月业绩排最后的，末位淘汰”。

第二，严格执行早会和夕会制度，不管你今天要到哪里去，都要先到公司来开早会，陈述一下今天的计划；也不管你今天跟客户谈得怎么样，是否赶上了吃饭的点儿，也都要回来开夕会，向陈经理汇报一天的客户进展情况。

第三，强调对每个项目的整个过程进行严格的控制与管理。他要求每一个销售代表都要严格填写各种管理控制表格，包括日志、周计划、月计划、竞争对手资料、项目信息表、客户背景表等共十二项表格，而且每个表单都设计得非常细致，用陈经理的话说：“公司一定要监控到每一个业务细节”。

第四，严格业务费申报制度，所有的业务招待费用，必须事先填好相应的申请单据。比如想请客户吃饭，一定要事先写明什么时候请、参与吃饭的人是谁、想通过吃饭达到何种目的等，都要填写清楚，由陈经理签字认才能实施，否则，所有招待费用一律自理。

开始，商用电脑部的状况仿佛有了很大的改观，迟到早退的人少。财务费用降低了，经常可以看到办公室里人头攒动，大家在办公室里谈天早晚还会传来阵阵激动人心的口号声。

但好景不长，到了2002年7月，竟出现了以下几种情况：

第一，个别业务代表为了完成业绩，开始蒙骗客户，过分夸大公司产品的性能配置，过分承诺客户的要求，使公司在最终订单实施的时候陷于被动，尾款收得非常费力。

第二，员工之间表面上一团和气、充满激情，但私下里互不服气拆台，甚至内部降价，互相挖强客户。

第三，以前的业务尖子不满意公司当前的管理机制，抱怨管理机理不合理，控制得过死，事事都要汇报，根本无法开展业务。两名前期业绩最好的业务员都已离职。

第四，新招的四个人，业务水平明显不足，除了冲劲之外一无所有想培养他们“上道”，达

到基本要求，看起来是“路漫漫其修远”。

整个商用电脑销售部的业绩水平没有像预期的那样增长，甚至还略有下降，应收账款的拖欠也日趋严重，更令人堪忧的是，前期公司的老客户群正在流失，新客户的开拓也无着落，致使整个销售二部下半年完成业务指标的希望更加渺茫。

9月，公司将陈经理调离了商用电脑销售部经理的岗位。10月，一个阴雨连绵的下午，陈经理带着郁闷和疑惑，最终不得不离开了这家公司。

问题：

1. 点评陈经理失败的原因。

2. 本案例对你有何启示？