# 国家开放大学电大专科《推销策略与艺术》简述案例分析题题库及答案

来源：网络 作者：清幽竹影 更新时间：2024-01-13

*国家开放大学电大专科《推销策略与艺术》简述案例分析题题库及答案盗传必究一、简述题1．小李向一位阿姨推荐一款刚上市的电磁炉：“阿姨，这是刚刚上市的××牌节能电磁炉。它具有微计算机逻辑控制功能和防干烧装置，安全可靠，能量消耗少，热效率高，适合于...*

国家开放大学电大专科《推销策略与艺术》简述案例分析题题库及答案

盗传必究

一、简述题

1．小李向一位阿姨推荐一款刚上市的电磁炉：“阿姨，这是刚刚上市的××牌节能电磁炉。它具有微计算机逻辑控制功能和防干烧装置，安全可靠，能量消耗少，热效率高，适合于煎、炒、烧、烤、蒸、煮、炖、火锅……”。阿姨：“哦，电磁炉啊，做饭看不见火，炒菜不好吃，我不用这东西。”

请阅读以上资料，简要回答以下问题：

这个案例属于哪一类异议？对这类客户异议最好的处理办法是什么？

答：这个案例属于需求异议。需求异议有多种成因，一是确实不需要，二是对产品缺乏认识，三是一种借口。对此，推销员应该对客户的需求异议做具体分析，弄清客户提出异议的真实原因。对需求异议处理的关键是要使客户相信产品能给他带来的利益。

上例中拒绝电磁炉的阿姨属于保守型客户，这类客户往往固守原来的消费方式，不容易接受新事物、新产品。对这类客户，关键是要改变其消费观念，让客户接受新的生活方式。(10分)

2.以下在推销洽谈中的提问属于哪一类提问方式？这类提问方式有什么好处？

(1)你是要稳健型的车，还是轻快型的？

(2)白色的和黑色的，您喜欢哪一种？

(3)您的预算是否在200元左右？

答：封闭式提问。这类问题只需要客户回答一两个词，简明扼要，不会耽误客户太多时间，比较受客户欢迎。同时这类提问还有一定诱导性，能够诱导客户在推销员所限定的范围内加以选择。

3.有人说：“推销商品之前先得推销自己”。你是否同意这个说法？并以实例说明。

答：同意“推销商品之前先得推销自己”的说法。

推销员要将自己的商品推销出去首先得让顾客接受自己，如果不能做到先把自己推销出去，让顾客抱有好感，也就无法向顾客推销产品。（6分）

举例。（2分）

4.顾客刚刚走进商店，销售人员就热情地迎上去，问：“先生，您要买点什么？”

请评价销售人员的这个行为。

答：顾客刚刚走进商店，销售人员就热情地迎上去，问：“先生，您要买点什么？”销售人员的这个行为一般情况下是不妥当的，这样会给顾客造成一种心理压力。

顾客只有在心情愉快、轻松的情况下才有可能购买商品，所以不要当顾客走近柜台还没有来得及选择他喜欢的商品时就给他们太多的压力。

作为零售业的推销人员，掌握必要的顾客心理知识和专业推销艺术，从而针对不同购买心理的顾客灵活采用不同的推销艺术，对推销成功有着举足轻重的作用。一定要让顾客轻松自由地置身于商品中，自由地去选择他所喜欢的商品。

当顾客长期停留在某一个商品面前，或者是顾客示意推销人员介绍商品时，说明顾客对这种商品产生了比较浓厚的兴趣，这时，推销人员就应当主动地上前为顾客介绍商品。（8分）

5.“我来是为了……”，“我只是想知道……”，“我来只是告诉你……”，“我到这里来的目的是……”，“很抱歉，打搅你了，但是……”，判断以这些话作为推销员的开场白是否恰当，为什么？

答：“我来是为了……”，“我只是想知道……”，“我来只是告诉你……”，“我到这里来的目的是……”，“很抱歉，打搅你了，但是……”，以这些话作为推销员的开场白是不够恰当的。推销员的开场白最好要以能引起客户的注意的方式，陈述本企业的产品能带给客户的一般性利益。（8分）

6．以下几种客户异议分别属于哪种类型？如果你是一名推销员，当你在推销中面临以下几种推销异议时，你将如何处理？请分别简要回答。

(1)我从来不吃保健品。

(2)这东西太贵了，我买不起。

(3)我得回去和先生商量一下。

答：(1)属于需求异议。对此，首先要弄清“不需要”的原因。分别不同情况进行处理。要注意的是，如果客户确实不需要，就不要强行推销。

(2)属于价格异议。对此，同样首先要判断其真实原因，同时要注意判断客户对产品的喜欢程度，然后采取积极有效的应对策略。例如，多讲产品的优点，强调收益等等。

(3)属于时间异议。对此，推销员要迅速判断原因，有针对性地去解决。如，假如是因为客户一时资金周转有困难，就可以帮助客户想办法解决资金。（8分）

7．推销洽谈要点是多多益善吗？为什么？

答：在推销洽谈中，推销要点并不是多多益善，而应该要能够切中对方的“要害”。要点过多，反而会淹没推销品真正的关键要素，影响推销效果。实际上，洽谈中的推销要点是由产品因素和非产品因素两方面组成。产品因素主要是指产品的特性。一项产品（或劳务）通常具备多方面的特性，究竟选择哪些特性作为推销洽谈要点，主要应考虑以下方面：(1)洽谈对象是什么样的人？(2)推销的产品是干什么用的？(3)要能够为客户解决哪些问题、满足哪些要求？

在推销要点中，非产品因素主要包括产品价格、付款方式、服务项目等。这些因素在现代推销过程中常常起着决定性的作用。（8分）

8.“褒贬是买主，喝彩是闲人”是一句广为流传的商业谚语。结合所学的异议处理的相关知识，谈谈你如何理解这个说法。

答：客户异议在推销过程中是客观存在的，不可避免的。它是成交的障碍，但它也是客户对推销品产生兴趣的信号。推销人员必须认识到推销过程中产生反对问题是正常的，提了问题的客户才是潜在最有可能的客户。

推销工作中不怕提异议，而怕没异议，无异议的客户反倒令人担忧，这往往是其不感兴趣的标志，而且也会使推销人员很难窥测到他们内心活动的情况，推销工作将无法进行下去。

只有客户对所推销商品发生兴趣时，才能从正反两方面来考虑问题，权衡得失，发表个人见解。所以，客户异议是推销成功的希望之光。“褒贬是买主，喝采是闲人。”这句商谚体现的就是这个意思，其对我们认识客户异议有很大的启发意义。(10分)

9.推销员为什么必须了解客户知识？客户知识主要包括哪几方面的内容？

答：在推销员的知识体系中，客户知识是最重要的。在我们的推销工作中，必须贯彻以满足客户需要为中心的客户导向的观念。为此，推销员必须懂得消费者心理与购买行为方面的知识。要全面、主动地了解客户的相关信息，见到客户的时候才会有更多的话可说，而且这些话也往往是客户所喜欢的。因此，作为推销员，必须要了解客户知识。客户知识包括客户自身的情况，如年龄、职业、收入、性格等等，产业客户的业务、职务等。（8分）

10.以下是两种关于约定时间的问话。请你对这两种问话分别作出评价，并作出你的选择：

问话一：“李先生，我现在可以来看您吗？”

问话二：“李先生，我是下星期一下午4点来拜访您呢，还是下星期四上午9点来呢？”

答：问话一的约见使推销员完全处于被动的地位，容易遭到客户的推辞。问话二则相反，推销人员对于会面时间要主动排定，顾客对推销人员提出的“选择题”不好推托，往往会随推销员的意志，做“二选一”的选择。

正确的选择应当是“问话二”。（8分）

10.简要分析成交后推销员为什么还要和客户保持关系？

答：成功的推销员都是善于保持现有客户并且扩充新客户，使客户越来越多，销售业绩越来越好。他们往往把成交后继续与客户保持关系视为推销的关键。

保持与客户的良好关系主要有以下作用：

(1)便于获取客户对产品的评价信息；

(2)有利于发展与壮大自己的客户队伍。

11．请看以下一组对话：

推销员：“以车身的颜色说，您喜欢白色的还是灰色的？”

客户：“嗯，我比较喜欢白色的。”

推销员：“选得不错！那么，汽车是在明天还是后天送来呢？”

客户：“既然要买，就越快越好吧。”

请回答：这位推销员采用的是哪种成交方法？这种成交法的优势是什么？

答：推销员采用的是积极假设促成法。

这种方法的核心在于用建议和行动向客户表示，问题看上去已经解决，客户非得以极大的努力才能阻止这一进程，因而易于达成交易。（8分）

12.顾客刚刚走进商店，销售人员就热情地迎上去，问：“先生，您要买点什么？”。请评价销售人员的这个行为。

答：顾客刚刚走进商店，销售人员就热情地迎上去，问：“先生，您要买点什么？”，销售人员的这个行为一般情况下是不妥当的，这样会给顾客造成一种心理压力。

顾客只有在心情愉快、轻松的情况下才有可能购买商品，所以不要当顾客走近柜台还没有来得及选择他喜欢的商品时就给他们太多的压力。

作为零售业的推销人员，掌握必要的顾客心理知识和专业推销艺术，从而针对不同购买心理的顾客灵活采用不同的推销艺术，对推销成功有着举足轻重的作用。一定要让顾客轻松自由地置身于商品中，自由地去选择他所喜欢的商品。

当顾客长期停留在某一个商品面前，或者是顾客示意推销人员介绍商品时，说明顾客对这种商品产生了比较浓厚的兴趣，这时，推销人员就应当主动地上前为顾客介绍商品。（8分）

二、案例分析题

1．小李的约见

小李是维科公司的复印机推销人员。维科公司的产品大多属于中小型机器，在整个复印机市场占有一定份额。维科复印机的市场价格在5000～40000元之间。该公司同时提供二手复印机的租赁服务，根据时间的长短，租金最低是每月200元。小李查找潜在顾客的资料，为下星期的约见做好准备。他获得的潜在顾客的信息具体如下：

人民医院的资深医生胡先生：胡先生是比较有名的医生，他领导的科室在某一领域的科研水平居于全行业领先水平，目前来看病的病人数量正在快速上升。办公室的一名文员负责资料和账目的管理，每天需要复印大量的文件资料。

佳园房地产公司：佳园房地产公司是一个在该地区规模和知名度都比较大的公司，在本地房地产市场已经推出了几个颇具影响力的楼盘。该公司已经购买了维科公司的大型复印机，现在随着公司规模的扩大，一些小的部门也需要采购复印机。采购部的申经理负责订货，但是否真的需要购买，则要由相关部门的负责人决定。虽然该公司的销售额在不断上升，但是由于公司经营战略的调整，管理层决定节约开支，压缩办公成本。

盛德法律事务所的钱先生：钱先生从某名牌大学法律系毕业，从业以来接手了很多经济纠纷案件，在业内小有名气，客户的数量逐渐增长，客户由小公司转向大中型企业。他招收了新的助手和合作伙伴。事务所每天要处理大量的文件，现在由一个秘书来负责打字、文案、档案管理工作。

育才小学的程校长：育才小学现有在校学生1000多人，100多名教师，平时需要处理大量的教学材料和档案管理文件。该学校的财务室决定办公费用的使用方向，他们没有明确什么

时候购买复印机。程校长已经从老师们那里得到需要复印机的建议。

问题：

(1)这些名单中哪些是合格的潜在顾客？为什么？

(2)谁是最不合格的潜在顾客？为什么？

(3)小李该怎么分别进行约见，他该如何开展约见准备工作？

答:(1)根据客户评估的MAN法则这些名单中合格的潜在顾客包括:人民医院的资深医生胡先生、佳园房地产公司的申经理和盛德法律事务所的钱先生。这是因为小李推销的复印机属于中小型机器符合上述潜在顾客的需要并且他们拥有相应资金和决策权。尤其是佳园地产虽然其处于节约开支、压缩办公成本的阶段但他们的需要是客观存在的小李可以通过租赁的方式来满足其资金方面的要求。

(2)育才小学的程校长是最不合格的潜在顾客一是因为小李的产品无法满足他们大量复印的需要;二是程校长没有决策权学校的财务室决定着办公费用的使用方向。

(3)对于人民医院的胡先生和盛德法律事务所的钱先生小李可以采用电话约见的方式进行;而对于佳园房地产公司采购部的申经理则可以采用电话约见和信函约见的方式这样更符合其作为团体客户的特点。展开约见的准备工作包括:除了考虑个体客户的准备内容外还应注意组织名称、性质、规模和所在地组织人事经营状况和购买情况。

2.张先生是一家小家用电器公司的推销员，他在向顾客推荐电饭煲、电熨斗时，强调他们公司的产品质量优良可靠、构造复杂精密，并且列举了7、8条突出的优点。他在介绍商品时条理清楚、分析透彻，顾客完全同意他的观点。在成交提议设计上，张先生也动了一番脑筋，提议方法巧妙灵活，以下是张先生和顾客的对话：

张先生：你同意我们产品的质量是一流的？

顾客：完全同意。

张先生：据你所知，还有比我们公司产品质量更好的电饭煲、电熨斗吗？

顾客：我不了解。

张先生：那么，你能设想还有哪家公司能提供比我们产品质量更好的电饭煲、电熨斗吗？

顾客：我想那是不可能的。

张先生：你觉得我们产品的价格和折扣有问题吗？

顾客：没问题，价格公道，折扣合理。

张先生：那您分别需要多少呢？

顾客：抱歉，我现在还不想买。

阅读以上资料，回答以下问题：

张先生的试探成交结束了，但他没有达到促成顾客购买的目的。为什么会出现这种事与愿违的情况？张先生的做法是否有问题？

答：这个案例是发生在洽谈阶段的事情。

张先生的准备工作是充分的，产品介绍是成功的。但是他忽略一个最重要的问题，就是推销产品要以客户为中心，满足客户需求是第一要旨。推销洽谈应该服从于这个根本目的。而张先生把重点都放在宣传产品上了，根本就没有关心客户的需要，也没有去了解客户真正需要什么。因此，他的推销没能取得成功。

3.一家公司的推销经理建议应该宽宏大量地对待顾客的抱怨。但该公司的一位工程师表示反对，他说：“如果仅仅为了讨好顾客，就不管顾客的抱怨对与不对，一概接受，这样下去就无法开展推销工作；另外，人们就会产生这样一种感觉，好象我们的大部分产品都有问题似的。其实并不尽然。”工程师说的这番话是有根据的，也是不能忽略的‘，同时也得到了几个技术人员的赞同。但是，推销经理依然坚持个人的观点。

问题：您更倾向于赞同哪种观点？为什么？

答：本题回答可以有支持技术人员和支持推销经理两种回答，但只能有一种选择。

(1)支持技术人员的观点。持这种观点的人，可能用一般是非的判断准则来看待顾客的意见，或出于从技术角度考虑而认为顾客的某些抱怨是不能成立的，或从技术人员自身的利益出发避免使顾客对产品设计、性能进一步提出刁难，增加设计人员的麻烦。技术本身就是在不断进步，任何产品本来就不存在尽善尽美的性能，顾客提出技术方面的抱怨也是可以理解的。

(2)支持推销经理的观点。持有这种观点的人，更多站在推销人员的角度、顾客的角度来考虑问题，认为推销品只不过是顾客解决其面临问题的手段，不是最终目的，顾客提出这样那样的抱怨是可以理解的，甚至包括顾客错误的意见，因为公司得到了回报——顾客的定单。因此，推销人员应改变思维方式，做“角色置换”，认真听取和理解顾客抱怨，善待顾客意见，使顾客真正满意，维系和发展同顾客的良好关系，以换取顾客长期地支持和购买。

4.请比较下面两个实例中推销员A和推销员B的对话：

(1)汽车加油站与客户的交流。

推销员A:“您需要加多少升汽油？”

客户：“加十升吧。”

推销员B:“我为您加满油吧。”

客户：“好吧！”

(2)房地产开发公司的职员与客户的交流。

客户：“我想看看这个小区的房子。”

推销员A:“好的，我们有许多高质量的房子正在出售呢，而且这些房子价格也很实惠。”推销员B：“请坐，×先生。我们这里有许多造型美观的房子正在出售呢，我保证这里一定有您满意的房子。如果您愿意提供更多一些情况，我们会帮助您选择的，您打算要哪类的房子呢？多大面积的？”

请认真阅读上述材料，回答以下问题：

(1)根据你的分析，两组对话中，推销员A与推销员B谁的问话是不够好的提问？谁的问话是恰当的提问？为什么？

(2)在推销洽谈中的提问应当注意什么？

答：(1)推销员A的提问不够好。

推销员B的提问比较恰当。

(2)在推销过程中，提问是一种非常有用的洽谈方式，其主要功能是：引起客户注意、探求客户潜在需求、获得自己所需要的信息、引起客户思考、向客户传递信息、减少与客户之间的误会等。提问的方式有多种，要善于根据情况恰当提问，从而达到较好的推销效果。

5.一位电子产品推销员在推销产品时，与客户进行了这样一场对话：

推销员；“你孩子快上中学了吧？”

客户愣了一下：“对呀。”

推销员：“中学是最需要开启智力的时候，我这儿有一些游戏软盘，对你孩子智力的提高一定有益。”

客户：“我们不需要什么游戏软盘，都快上中学了，谁还让他玩这些玩意儿。”

推销员：“我这个游戏卡是专门为中学生设计的，它是数学、英语综合在一块儿的智力游戏，绝不是一般的游戏卡。”

客户开始犹豫。

推销员接着说：“现在是一个知识爆炸的时代，不再象我们以前那样一味从书本上学知识了。现代的知识是要通过现代的方式学的。你不要再固执地以为游戏卡是害孩子的，游戏卡现在已经成了孩子的重要学习工具了。”

接着，推销员从包里取出一张磁卡递给客户，说：“这就是新式的游戏卡，来，咱们试着弄一下。”

果然，客户被这张游戏卡吸引住了。

推销员趁热打铁：“现在的孩子真幸福，一生下来就处在一个良好的环境中，家长们为了孩子的全面发展，往往在所不惜。我去过的好几家都买了这种游戏卡，家长们很高兴能有这样有助于孩子学习的产品，他们毫不犹豫地买了，还希望以后有更多的系列产品。”

客户已明显地表现出强烈的购买欲望。

推销员：“这种游戏卡是买给孩子的最佳礼物！孩子一定会很高兴的！”

结果是，客户心甘情愿地购买了几张游戏软盘。

请回答：本案例中的推销员是如何激发出客户的购买欲的？请你对推销员的洽谈技巧进行评析。

答：洽谈是整个推销过程中的一个至关重要的环节。洽谈的作用就在于努力激发客户的购买欲望，促使客户购买。因此，作为一个推销员必须要善于研究和分析客户心理，运用适当技巧，激起客户的购买欲望。本案例中的推销员就是抓住了作为学生家长的客户希望孩子努力学习的心理促成的。（16分）

6.一次，有人问一位出色的推销员，他的成功之道是什么？他回答说：“很简单！我把时间用在物色最有希望的可能买主身上，在希望不大的人身上，从不浪费光阴。”这位推销员回答了任何一个推销员都必然遇到的问题，那就是，我把东西卖给谁？这个问题实际上就是寻找选择推销对象的问题。它直接关系到推销员的推销能否成功，以及其推销绩效的大小。我们不妨看一看一个推销实例：

有老王和老赵两位推销员，他们同时接受了多功能语音器的推销任务，这是一种带有录放音功能的喊话器。人对着话筒喊话，语音器在扩音的同时，可以把声音录下来，重复播放。老王接受任务后，带上产品走街串巷，逢门就进，见人就介绍，引起了不少人的好奇和围观，但看的人多，买的人少，推销数量极微。老赵接受任务后，采取了与老王不同的做法，他推销的对象，一是工商行政管理部门，尤其是各个市场管理所；二是集贸市场的小商贩；三是公共汽车的司乘人员。结果他在短期内就取得了很高的推销成绩。他们在推销时，同样很卖力气，对产品的宣传介绍同样头头是道，引人人胜，可效果大不一样，请看下表。

由上表可知，老王和老赵的推销次数一样多，可推销额却大不相同。对此，老赵的解释是：

“我主要是在拜访前，分析顾客的资料，对那些购买可能性大的顾客进行重点拜访，并且根据其特点详细制订访问计划，这样把握性就大多了。”

请阅读以上案例，回答下列问题：

为什么老王和老赵一样辛苦，可推销的业绩却相差悬殊呢？

答：老赵的成功，就在于重视了对推销对象的选择。这个故事说明了寻找顾客的必要性。面对广大的市场，如果不经选择，盲目推销，只会浪费时间和精力。就像故事中的老王，功夫没少费，可是效果很不理想。因此，在开始推销活动之前，必须要认真进行寻找顾客工作，确定自己的目标顾客，集中精力说服那些有购买潜力的顾客，提高推销效率。（16分）

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！