

بازاریابی بانکی

۱- با محوریت این بینش، بازاریابی دیگر وظیفه صرفاً یک واحد در بانک نیست. تمامی واحدها باید با کمک یکدیگر در خدمت مشتریان باشند.

(۱) بازاریابی داخلی (۲) بازاریابی یکپارچه (۳) بازاریابی رابطه مند (۴) بازاریابی عملیاتی

۲- اولین گام در فرآیند مدیریت بازاریابی کدام است؟

(۲) تهیه ترکیب عناصر بازاریابی

(۳) مدیریت بازار (۴) تجزیه و تحلیل فرصت های بازار

۳- کدام یک از گزینه های ذیل، جزء چهار حوزه اصلی کسب و کار در بانکداری جامع نمی باشد؟

(۱) بانکداری خرد (۲) بانکداری شرکتی (۳) بانکداری تفکیکی (۴) بانکداری سرمایه گذاری

۴- مهم ترین اصل قابل توجه در هنگام ارائه یک خدمت جدید بانکی کدام است؟

(۱) محصول مورد انتظار (۲) منافع اصلی (۳) محصول مکمل (۴) محصول بالقوه

۵- این که "مشتریان مختلف در قبال کیفیت خدمات برداشت های متفاوتی دارند، حتی اگر نیازهای مشابهی برای خدمات مورد نظر داشته باشند"، جزء کدام یک از ویژگی های خدمات است؟

(۱) تفکیک ناپذیری (۲) ناملموس بودن (۳) نامتجانس بودن (۴) غیرقابل ذخیره بودن

۶- اولین مرحله در فرآیند ارائه خدمات جدید و خروجی های مورد انتظار جهت پیاده سازی سریع و موثر تر چه نام دارد ؟

(۱) غربال ایده ها (۲) توسعه و آزمون مفهوم خدمت (۳) تدوین استراتژی بازاریابی (۴) خلق ایده ها

۷- یکی از مراحل ارائه خدمت جدید که در آن تخمین فروش، هزینه ها و نهایتاً سودآوری خدمت برای حداقل یک دوره ۵ ساله انجام می شود چه نام دارد؟

(۱) غربال ایده ها (۲) تجزیه و تحلیل تجاری (۳) توسعه و آزمون مفهوم خدمت (۴) تدوین استراتژی بازاریابی

۸- با توجه به بررسی های به عمل آمده، کدام یک از کانال های ارائه خدمت، از دیدگاه مشتریان بیشترین اهمیت را دارد ؟

- (۱) بانکداری اینترنتی (۲) شعبه (۳) تلفن (۴) همه موارد

۹- کدام یک از عوامل ذیل جزء عوامل موثر بر انتخاب کانال های مشتریان نمی باشد؟

- (۱) مشخصات مشتری (۲) محصول (۳) متغیرهای چندگانه (۴) ویژگی جمعیت شناختی

۱۰- مهمترین علل خودداری مشتریان بانک از ادامه خرید خدمات بانک کدام است؟

- (۱) ناتوانی و بی تفاوتی کارکنان خدمات (۲) ضعف و ناقص بودن کیفیت خدمات (۳) ضعف در خدمات ارائه شده مانند تسهیلات و امکانات و ... (۴) جذب شدن مشتری توسط رقبا

۱۱- کدام یک از موارد ذیل جزء عوامل تشکیل دهنده حاشیه سود نمی باشد؟

- (۱) سود پرداختی به سپرده ها (۲) هزینه های پرسنلی - اداری (۳) سود دریافتی از تسهیلات (۴) هزینه مطالبات مشکوک الوصول

۱۲- در کدام یک از اهداف فروش قصد داریم یک رابطه بلند مدت با مشتریان ایجاد کنیم؟

- (۱) اهداف تاکتیکی (۲) اهداف عملیاتی (۳) اهداف استراتژیک (۴) اهداف رابطه مند

۱۳ - کدام یک از موارد ذیل از مصداق های فروش با کیفیت نمی باشند؟

- (۱) اختصاص زمان بیشتر برای مشتریان سودآورتر (۲) توجه به مشتریانی که احتمالا در گذشته با ما ارتباط داشته اند. (۳) توجه ویژه به مشتریان وفادار (۴) توجه ویژه به همه مشتریان و ارتباط با همه آن ها

۱۴- به فروشی که در آن سعی می شود در زمانی بسیار کوتاه نسبت به تبلیغ محصول و یا خدمت سازمان با مشتری صحبت شود چه می گویند؟

- (۱) فروش یک دقیقه ای (۲) فروش آسانسوری (۳) فروش دوستانه (۴) فروش ارتباطی

۱۵- این روش مذاکره رویکردی جهت به دست آوردن نتایج معقول و کارا از طریق ایجاد روابط دوستانه و مسالمت آمیز است.

- (۱) مذاکره مبتنی بر موضع گیری
(۲) مذاکره مبتنی بر استراتژی
(۳) مذاکره مبتنی بر اساس شایستگی
(۴) مذاکره اصولی

۱۶- اشاره کلامی دست به سینه نشستن یا پا روی پا انداختن نشانه چیست ؟

- (۱) حالت دفاعی / خشونت / ناباوری
(۲) عدم تعهد
(۳) علاقه به ادامه مذاکره
(۴) حواس پرتی

۱۷- استراتژی که در آن با ایجاد موانع ، مانع از تعویض سازمان توسط مشتریان می گردند چه نام دارد؟

- (۱) استراتژی تهاجمی
(۲) استراتژی تدافعی
(۳) استراتژی قفل کردن
(۴) استراتژی رضایت مشتری

۱۸- بررسی دلایل ترک شرکت توسط مشتری در کدام یک از طرح های جلب اعتماد و وفادار نمودن مشتریان بررسی می شود؟

- (۱) بازاریابی و مشهور کردن شرکت
(۲) شناخت مشتریان
(۳) جایزه و پاداش دادن به مشتریان
(۴) مشارکت دادن مشتریان

۱۹- ، ادراک مصرف کننده است از ویژگی های برجسته خدمت و محصول . در واقع ترکیبی است از تمامی علائم برند نظیر نام، علائم ظاهری، خدمات تبلیغات، پیام ها و

- (۱) تصویر برند
(۲) شخصیت برند
(۳) هویت برند
(۴) ابعاد برند

۲۰- آموزش پرسنل در خصوص برخورد خاص با مشتریان در کدام یک از جنبه های برند دیده می شود؟

- (۱) جنبه های بصری
(۲) جنبه های فنی
(۳) جنبه های رفتاری
(۴) جنبه های آموزشی

۲۱- ملموس ترین بخش بازاریابی کدام است؟

- (۱) شناسایی
(۲) فروش
(۳) شناساندن
(۴) رضایت مشتری

۲۲- کدام گزینه جزء ابعاد سه گانه بازاریابی است؟

(۱) تبلیغات / پیشبرد فروش / رضایت مشتری

(۲) شناسایی / نوآوری / رضایت مشتری

(۳) شناسایی / شناساندن / رضایت مشتری

(۴) تجزیه تحلیل بازار / تبلیغات / رضایت مشتری

۲۳- در کدام یک از فلسفه های بازاریابی بر مقوله قیمت تاکید می گردد؟

(۱) تولید گرایی

(۲) کالاگرایی

(۳) فروش

(۴) بازاریابی

۲۴- کدام یک از گزینه های زیر صحیح است .

(۱) مفهوم فروش برابر است با شروع کارخانه $\longleftrightarrow$ تمرکز نیاز مشتری $\longleftrightarrow$ ابزار فروشندگی و تبلیغات

(۲) مفهوم بازاریابی برابر است با شروع نیاز مشتری $\longleftrightarrow$ تمرکز کالای موجود $\longleftrightarrow$ ابزار آمیزه بازاریابی

(۳) مفهوم فروش برابر است با شروع کارخانه $\longleftrightarrow$ تمرکز کالای موجود $\longleftrightarrow$ ابزار آمیزه بازاریابی

(۴) مفهوم بازاریابی برابر است با شروع نیاز مشتری $\longleftrightarrow$ تمرکز نیاز مشتری $\longleftrightarrow$ ابزار آمیزه بازاریابی

۲۵- کدام یک از موارد زیر در زمره بازاریابی یکپارچه قرار دارد؟

(۱) محور اول تکمیل زنجیره ارائه خدمت / محور دوم یکپارچگی ابزار ارتباطی / محور سوم یکپارچگی در استراتژی های بازاریابی

(۲) محور اول مکانیزم ارتقای بهره وری و سود آوری / محور دوم برقراری ارتباط عمیق و بلند مدت با مشتری / محور سوم تکمیل زنجیره ارائه خدمت

(۳) محور اول یکپارچگی ابزار ارتباطی / محور دوم برقراری ارتباط عمیق و بلند مدت با مشتری / محور سوم یکپارچگی در استراتژی های بازاریابی

(۴) محور اول تکمیل زنجیره ارائه خدمت / محور دوم یکپارچگی ابزار ارتباطی / محور دوم برقراری ارتباط عمیق و بلند مدت با مشتری

۲۶- کدام یک از موارد زیر از اجزاء فرآیند مدیریت بازاریابی نیست .

(۱) انتخاب بازار هدف

(۲) تهیه و ترکیب عناصر بازاریابی

(۳) تجزیه و تحلیل فرصت های بازار

(۴) مسئولیت های اجتماعی

۲۷- کدام یک از گزینه های زیر در انتخاب بازار هدف صحیح است؟

(۱) ویژگی جمعیت شناختی / هدف گیری بازار / تفکیک حوزه کسب و کار

(۲) تقسیم بازار / هدف گیری بازار / تعیین جایگاه در بازار

(۳) تقسیم بازار / تفکیک حوزه کسب و کار / هدف گیری بازار

(۴) تقسیم بازار / تعیین جایگاه در بازار / تجزیه و تحلیل فرصت های بازار

۲۸- کدام یک از موارد زیر جزء حوزه های اصلی کسب و کار نیست؟

(۱) بانکداری خرد

(۲) بانکداری شرکتی

(۳) بانکداری اختصاصی

(۴) بانکداری کلان

۲۹- کدام یک از گزینه های زیر صحیح است .

(۱) در بانکداری خرد، تعداد مشتریان زیاد و اندازه مشتریان کوچک است

(۲) در بانکداری شرکتی، تعداد مشتریان زیاد و اندازه مشتریان بزرگ است.

(۳) در بانکداری اختصاصی، تعداد مشتریان کم و اندازه مشتریان کوچک است

(۴) در بانکداری سرمایه گذاری، تعداد مشتریان بسیار زیاد و اندازه مشتریان بسیار بزرگ است

۳۰- کدام یک از موارد زیر از جمله ویژگی های بازار کارا و اثربخش است .

(۱) قابل اندازه گیری / قابل دسترسی / قابل تفکیک / قابل توجه بودن بازار

(۲) قابل اندازه گیری / قابل اجرا / قابل تفکیک / قابل بررسی

(۳) قابل اندازه گیری / قابل دسترسی / قابل تفکیک / قابل مقایسه

(۴) قابل تفکیک / قابل اجرا / قابل توجه / قابل هدف گیری

۳۱- این خط مشی وقتی به کار گرفته می شود که شرکت با محدودیت منابع روبرو می شود.

(۱) غیر تفکیکی

(۲) غیر متمرکز

(۳) تفکیکی

(۴) متمرکز

۳۲- کدام یک از موارد زیر از جمله مراحل جایگاه یابی در بازار نیست ؟

(۱) شناسایی مزیت های رقابتی

(۲) انتخاب مزایای رقابتی

(۳) تقسیم بازار

(۴) برقراری ارتباط موثر برای انتقال جایگاه یابی در بازار

۳۳- در کدام یک از موارد زیر بانک تلاش می کند برای جلب رضایت مشتری از سطح انتظار مشتری فراتر رود؟

- (۱) محصول اصلی (۲) محصول مورد انتظار (۳) محصول بالقوه (۴) محصول مکمل

۳۴- کدام یک از گزینه های زیر در مورد خصوصیات خدمات صحیح است؟

(۱) ملموس بودن / تفکیک ناپذیری / غیرقابل ذخیره بودن

(۲) ناملموس بودن / تفکیک ناپذیری / غیرقابل ذخیره بودن

(۳) ناملموس بودن / تفکیک پذیری / قابل ذخیره بودن

(۴) ملموس بودن / تفکیک ناپذیری / قابل ذخیره بودن

۳۵- کدام یک از موارد زیر از مهمترین علل خودداری مشتریان از ادامه خرید خدمات است؟

(۱) ناتوانی و بی تفاوتی کارکنان خدمات ۶۶ درصد / ضعف و ناقص بودن کیفیت خدمات ۱۴ درصد / تسهیلات و امکانات ۲۰ درصد

(۲) ناتوانی و بی تفاوتی کارکنان خدمات ۵۰ درصد / ضعف و ناقص بودن کیفیت خدمات ۳۴ درصد / تسهیلات و امکانات ۱۶ درصد

(۳) ناتوانی و بی تفاوتی کارکنان خدمات ۴۶ درصد / ضعف و ناقص بودن کیفیت خدمات ۱۴ درصد / تسهیلات و امکانات ۴۰ درصد

(۴) ناتوانی و بی تفاوتی کارکنان خدمات ۳۴ درصد / ضعف و ناقص بودن کیفیت خدمات ۱۴ درصد / تسهیلات و امکانات ۵۲ درصد

۳۶- کدام یک از موارد زیر جزء چهار محور اصلی مذاکره اصولی نیست؟

(۱) روی منافع متمرکز شوید نه روی مواضع (۲) برای تأمین منافع حق انتخابهای متنوعی بیندیشید

(۳) روی به کارگرفتن معیارهای عینی اصرار نکنید (۴) اشخاص را از مسئله جدا کنید

۳۷- کدام یک از موارد زیر از جمله نسبت موارد کلامی و غیرکلامی در مذاکره می باشد؟

(۱) ۵۵ درصد غیرکلامی / ۷ درصد لحن کلام / ۳۸ درصد متن کلام

(۲) ۵۵ درصد غیرکلامی / ۳۸ درصد لحن کلام / ۷ درصد متن کلام

(۳) ۴۵ درصد غیرکلامی / ۳۸ درصد لحن کلام / ۱۷ درصد متن کلام

(۴) ۵۵ درصد غیرکلامی / ۲۸ درصد لحن کلام / ۱۷ درصد متن کلام

۳۸- کدام یک از گزینه های زیر در مورد زبان بدن صحیح نیست؟

(۱) خنده بی موقع و تند صحبت کردن نشانه عصبی بودن است

(۲) دست دادن شل نشانه بی علاقه‌گی است

(۴) تماس چشمی مستقیم نشانه افکار مثبت است

(۳) خیره شدن به اطراف نشانه تمرکز است

۳۹- کدام یک از گزینه های زیر در مورد مقابله با تکنیک های متداول در مشتری مداری در رفتار زیر صحیح است؟

طرف مقابل شما را منتظر می گذارد و محل نامناسب و ناراحتی را برای نشستن شما در نظر می گیرد.

(۱) اهانت

(۲) بلوف

(۳) تهدید

(۴) ارباب

۴۰- کدام یک از گزینه های زیر در مورد وفاداری پنهان مشتریان صحیح است؟

(۱) مشتری معتقد نیست که گزینه های موجود متنوع است و شباهت بسیاری به مفهوم عدم فعالیت و بی علاقه‌گی دارد

(۲) مشتریان به طور منظم از سازمان خاصی به خاطر ترجیحات قوی خود خرید می کنند

(۳) در موقعیت هایی که نگرش نسبی مشتری و رفتار خرید وی در سطح پایینی قرار می گیرد

(۴) مشتری بر اساس نگرش بالای خود نسبت به سازمان و علامت تجاری آن مشخص می شود اما رفتار خریدش مشخص نیست