

Тест 1 „Директен маркетинг“, З. Гъргаров – 3-та гр. 25.10.15г. – отличен 6.00

ВЪПРОС 1

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Премахване на отбелязването

В сравнение с масмедияте директната поща предлага:

Изберете едно

- a. по-голяма концентрация с помощта на по-голяма селективност
- b. по-голяма концентрация с помощта на по-малка селективност
- c. по-голяма концентрация с помощта на по-разнообразна селективност
- d. нито едно от посочените

ВЪПРОС 2

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Премахване на отбелязването

При маркетинг чрез връзка с потребителя целта е:

Изберете едно

- a. информацията да се превърне в движеща сила за производството
- b. информацията да се превърне в движеща сила в маркетинговия й отдел
- c. нито едно от посочените
- d. информацията да стане движеща сила за цялата организация

ВЪПРОС 3

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Премахване на отбелязването

Директният маркетинг е система от дейности, които се основават на:

Изберете едно

- a. създаването на силна марка за продукта и завоюване на пазарен дял за него
- b. нито едно от посочените
- c. създаването на потребители и завоюване на пазарен дял
- d. информация за отделния потребител, съхранявана в база данни

ВЪПРОС 4

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Премахване на отбелязването

Когато при традиционния маркетинг продажбите се извършват чрез посредници (търговци на дребно) обикновено:

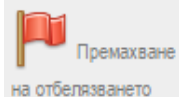
Изберете едно

- a. се поставят цели относно броя на потребителите
- b. не се поставят цели относно величината на печалбата
- c. нито едно от посочените
- d. не се поставят цели относно броя на потребителите

ВЪПРОС 5

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Концентрацията при директния маркетинг е способността да се насочват с голяма точност средствата, предназначени за комуникация, към онези:

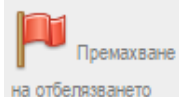
Изберете едно

- a. нито едно от посочените
- b. които са най-масови клиенти
- c. които е най-вероятно да се превърнат от потенциални в действителни клиенти
- d. които вече са действителни клиенти

ВЪПРОС 6

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



На кои клиенти компанията дължи по-голямата част от печалбата си:

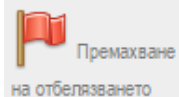
Изберете едно

- a. на коректните
- b. на платежоспособните
- c. нито едно от посочените
- d. на лоялните

ВЪПРОС 7

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Правило на директния маркетинг е, че средствата за отговор трябва да бъдат:

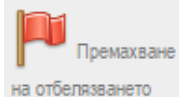
Изберете едно

- a. евтини за използване
- b. лесни за използване
- c. нито едно от посочените
- d. достъпни за използване

ВЪПРОС 8

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Защо много организации се стремят да задържат клиенти, от които губят пари?

Изберете едно

- a. нито едно от посочените
- b. защото повишават оборота на фирмата
- c. защото могат да допринесат за доверието в организацията
- d. защото повишават рентабилността на организацията

ВЪПРОС 9

Все още не е даден
отговор

От максимално 1,00



Премахване
на отбелязването

Запазването на лоялността на потребителите означава:

Изберете едно

- a. формиране на нова потребност
- b. задържането на съществуващ клиент
- c. нито едно от посочените
- d. привличане на нов клиент

ВЪПРОС 10

Все още не е даден
отговор

От максимално 1,00



Премахване
на отбелязването

Когато бизнесът стартира, по-голямата част от бюджета на маркетинга ще бъде насочена:

Изберете едно

- a. към навлизане на нови пазари
- b. нито едно от посочените
- c. към привличане на нови потребители
- d. към задържане на клиенти