Técnico em Vendas

Estratégias e técnicas de Vendas

PROFESSORA: IÚNA RIBEIRO GONÇALVES

CONTEÚDO: RESOLUÇÃO DA PRIMEIRA AVALIAÇÃO

DATA: 06/12/2018

1). Defina Marketing, de acordo com Kotler.

Processo social e de gestão pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e querem através da criação, oferta e troca de produtos e valores com outros.

2). Cite as 4 variáveis controláveis do Marketing.

- Produto;
- Preço;
- Publicidade ou promoção (Comunicação);
- Praça (Distribuição)

3). Dentre as 4 variáveis, escolha uma e descreva.

Produto: Deixar claro quais são as características do produto ou serviço que sua empresa está disponibilizando no mercado.
Preço: Valor do produto e como será cobrado ao cliente; Formas de pagamento.
Comunicação (publicidade ou promoção): Estratégias que serão utilizadas para a divulgação do produto ou serviço. É onde entra a publicidade.
Distribuição (praça): Local onde o produto será comercializado.

4). Defina Vendas, de acordo com Weitz et al.

Processo de comunicação pessoal em que um vendedor identifica e satisfaz às necessidades de um comprador para o benefício de longo prazo de ambas as partes.

5). Marque a alternativa correta que indica as etapas da venda pessoal.

a) Prospecção, Aproximação, Avaliação e Apresentação.

b) Prospecção, Aproximação, Avaliação e Apresentação, Argumentar, Fechar e Pós-venda.

c) Prospecção, Aproximação, Avaliação, Fechar e Formalizar.

d) Aproximação, Avaliação e Apresentação, Formalizar e Responder questões.

e) Nenhuma das alternativas está correta.

6). Marque a alternativa que é referente ao seguinte conceito: "Conjunto de práticas, estratégias de negócio e tecnologias focadas no cliente podem utilizar para gerenciar e analisar as interações com seus clientes, antecipar suas necessidades e desejos, otimizar a rentabilidade e aumentar as vendas e a assertividade de suas campanhas de captação de novos clientes".

a) CRM
b) Funil de vendas
c) Marketing
d) Pós-venda
e) Vendas

7). Funil de vendas é:

a) Despertar o interesse dele por algum assunto e fazer que perceba que tem um problema ou uma boa oportunidade de negócio.

b) O comprador está comparando as opções disponíveis e pesquisando qual delas é melhor para seu contexto. É importante nesta etapa ressaltar os diferenciais competitivos de cada uma das soluções.

c) Conjunto de etapas que tem o objetivo de dar suporte à jornada de compras de indivíduos de uma determinada organização.

d) O comprador vai identificar que tem uma solução para o problema dele, mas não vai se empenhar tanto assim em resolvê-lo.

e) Nenhuma das alternativas indica o conceito de Funil de Vendas.

8). A jornada de compra tem o objetivo de representar os passos que o cliente percorre até a aquisição de determinado produto, e em geral é constituída por 4 etapas. Das alternativas abaixo, qual etapa corresponde ao seguinte conceito: "O comprador está comparando as opções disponíveis e pesquisando qual delas é melhor para seu contexto. É importante nesta etapa ressaltar os diferenciais competitivos de cada uma das soluções".

a) Decisão de compra
b) Consideração da solução
c) Aprendizado e descoberta
d) Reconhecimento do problema
e) Definição.

9). Os métodos de vendas devem ser baseados em dois métodos. Marque a alternativa correta sobre quais são estes métodos.

a) Método Soft e Split.
b) Método Tuncan e Duncan.
c) Método Soft e Hard.
d) Método Skott e Not
e) Método Hard e Plot

10). Dentre os participantes do processo de compra organizacional, marque a alternativa que indica o participante de acordo com o seguinte conceito: "São as pessoas que percebem o problema ou oportunidade e requerem a compra de um novo produto ou serviço. Pode ser qualquer pessoa em qualquer nível hierárquico na organização".

a) Usuários
b) Influenciadores
c) Gatekeepers
d) Iniciadores
e) Compradores