

EXAMEN

NOTA:

Para superar este examen es necesario contestar bien 10 preguntas de tipo test.

- **La obtención de calidad exige concepto como:**
 - Planificación, sistemas, personas y trabajo intenso.
 - Planificación, calidad, personas y trabajo intenso.
 - Planificación, máquinas, personas y trabajo intenso.
- **¿Cuáles son las acciones del plan de comunicación de la calidad?**
 - Fase de entrevistas y fase de preguntas.
 - Fase de lanzamiento del proyecto y fase de implantación.
 - Fase de exportación y fase de importación.
- **De los siguientes grupos, ¿cuáles influyen directamente en la retroalimentación del mantenimiento de la calidad?**
 - Inspectores de trabajo.
 - Clientes.
 - Policía de la calidad.
- **Entre varias premisas, ¿qué debe conseguir un directivo en cuanto a la calidad en su empresa?**
 - Animar a los empleados a llegar puntual al trabajo.
 - Obligarlos mantener limpio su lugar de trabajo.
 - Tratar de compensar las tendencias a la fragmentación, pero manteniendo la diversidad.
- **¿Cuáles son las claves del incremento de la productividad a partir de un número de empleados?**
 - Las personas y la mejora continua.
 - Las personas y las máquinas.
 - Los empleados y los directivos.
- **¿Son la competencia y la cooperación dos fuerzas contrapuestas en los grupos de personas que trabajan en equipo?**
 - Sí.
 - No.
- **¿Existe dentro de la definición de calidad el concepto de mejora continua e innovación?**
 - Sí.
 - No.
- **El estilo de un vendedor, ¿a qué es igual?**
 - ESTILO = PERSONALIDAD + CLIENTES.
 - ESTILO = CLIENTES + JEFE.
 - ESTILO = PERSONALIDAD + ENTORNO.
- **¿Es una de las características del *vendedor dinámico* el intentar imponer al cliente su punto de vista?**
 - Sí.
 - No.
- **¿Tiene el vendedor consejero miedo a molestar o a imponerse al cliente sintiéndose éstos ante alguien poco convincente?**
 - Sí.
 - No.
- **¿Cuál es la respuesta de un vendedor ante un cliente conformista?**
- **Si el vendedor encuentra lo que el cliente busca debe ofrecérselo sin más y estar siempre dispuesto a suministrar mucha información.**
 - Debe actuar con mucho tacto y sencillez, pues se encuentra ante un tipo dado a reacciones fuertes.
 - Hay que atenderle con rapidez pero sin ponerle nervioso.

• **Tanto si el vendedor ha triunfado o fracasado en la venta, debe dejar al cliente:**

- Buena impresión de él mismo y de la empresa.
- Buena impresión de los productos o servicios.
- Las dos respuestas anteriores son válidas.
- **¿Cuáles son las tres fuentes generadoras de reclamaciones?**
- El producto, el precio y el servicio.
- El producto, el cliente y el servicio.
- El producto, el proveedor y el cliente.
- **Dentro de los aspectos positivos de una objeción podemos citar:**
- **Interés por el producto, deseo de información para el cliente y la autodefensa.**
- **Deseo de contradecir , deseo de información y deseo de agradar.**
- **Suministro de información al vendedor y el deseo de seguridad.**

• **El momento idóneo para decirle el precio a un cliente es:**

- Justo cuando el cliente esté formulando su objeción.
- Cuando se hayan destacado las ventajas del servicio o producto.
- Cuando más desprevenido esté el cliente.

16. De las diferentes técnicas para presentar el precio podemos decir que.:

- a. La técnica de la suma es la que prolonga en el tiempo las ventajas que un producto o servicio proporciona.
- b. La técnica del producto es la que hace que una ventaja se sume al precio.
- c. Son cuatro: suma, resta, multiplicación y división.

• **Algunas de las reglas para destruir objeciones son:**

- Demostración, preguntar y ceder, siempre que sea posible.
- Dar lecciones particulares a los clientes acerca de los servicios que se prestan.
- Dedicar al cliente todo el tiempo que sea necesario

EJERCICIO

Dado el destino que aparece en el anexo, se pide:

- ¿Cuáles son aquellos aspectos más importantes para convencer al cliente de la calidad del servicio ofrecido?
- Determinar si hay fragmentación del mercado en dicho servicio y en caso afirmativo decir en qué consiste.
- Requisitos indispensables para la formación en la calidad en dicho servicio.

NOTA:

Para superar este examen es necesario contestar bien 10 preguntas de tipo test.

- **Dentro de los aspectos positivos de una objeción podemos citar:**
- **Interés por el producto, deseo de información para el cliente y la autodefensa.**
- **Deseo de contradecir , deseo de información y deseo de agradar.**
- **Suministro de información al vendedor y el deseo de seguridad.**
- **¿Existe dentro de la definición de calidad el concepto de mejora continua e innovación?**
- Sí.
- No.

- **De los siguientes grupos, ¿cuáles influyen directamente en la retroalimentación del mantenimiento de la calidad?**
- Inspectores de trabajo.
- Clientes.
- Policía de la calidad.
- **¿Cuál es la respuesta de un vendedor ante un cliente conformista?**
- **Si el vendedor encuentra lo que el cliente busca debe ofrecérselo sin más y estar siempre dispuesto a suministrar mucha información.**
- Debe actuar con mucho tacto y sencillez, pues se encuentra ante un tipo dado a reacciones fuertes.
- Hay que atenderle con rapidez pero sin ponerle nervioso.
- **La obtención de calidad exige conceptos como:**
- Planificación, sistemas, personas y trabajo intenso.
- Planificación, calidad, personas y trabajo intenso.
- Planificación, máquinas, personas y trabajo intenso.
- **¿Cuáles son las acciones del plan de comunicación de la calidad?**
- Fase de entrevistas y fase de preguntas.
- Fase de lanzamiento del proyecto y fase de implantación.
- Fase de exportación y fase de importación.
- **¿Es una de las características del vendedor dinámico el intentar imponer al cliente su punto de vista?**
- Sí.
- No.
- **Entre varias premisas, ¿qué debe conseguir un directivo en cuanto a la calidad en su empresa?**
- Animar a los empleados a llegar puntual al trabajo.
- Obligarlos mantener limpio su lugar de trabajo.
- Tratar de compensar las tendencias a la fragmentación, pero manteniendo la diversidad.
- **¿Cuáles son las claves del incremento de la productividad a partir de un número de empleados?**
- Las personas y la mejora continua.
- Las personas y las máquinas.
- Los empleados y los directivos.
- **El estilo de un vendedor, ¿a qué es igual?**
- ESTILO = PERSONALIDAD + CLIENTES.
- ESTILO = CLIENTES + JEFE.
- ESTILO = PERSONALIDAD + ENTORNO.
- **El momento idóneo para decirle el precio a un cliente es:**
- Justo cuando el cliente esté formulando su objeción.
- Cuando se hayan destacado las ventajas del servicio o producto.
- Cuando más desprevenido esté el cliente.
- **¿Cuáles son las tres fuentes generadoras de reclamaciones?**
- El producto, el precio y el servicio.
- El producto, el cliente y el servicio.
- El producto, el proveedor y el cliente.
- **Algunas de las reglas para destruir objeciones son:**
- Demostración, preguntar y ceder, siempre que sea posible.
- Dar lecciones particulares a los clientes acerca de los servicios que se prestan.
- Dedicar al cliente todo el tiempo que sea necesario
- **¿Son la competencia y la cooperación dos fuerzas contrapuestas en los grupos de personas que trabajan en equipo?**
- Sí.
- No.
- **Tanto si el vendedor ha triunfado o fracasado en la venta, debe dejar al cliente:**
- Buena impresión de él mismo y de la empresa.

- Buena impresión de los productos o servicios.
- Las dos respuestas anteriores son válidas.
- **¿Tiene el vendedor consejero miedo a molestar o a imponerse al cliente sintiéndose éstos ante alguien poco convincente?**
- Sí.
- No.
- **De las diferentes técnicas para presentar el precio podemos decir que.:**

- a. La técnica de la suma es la que prolonga en el tiempo las ventajas que un producto o servicio proporciona.
- b. La técnica del producto es la que hace que una ventaja se sume al precio.
- c. Son cuatro: suma, resta, multiplicación y división.

EJERCICIO

Dado el destino que aparece en el anexo, se pide:

- ¿Cuáles son aquellos aspectos más importantes para convencer al cliente de la calidad del servicio ofrecido?
- Determinar si hay fragmentación del mercado en dicho servicio y en caso afirmativo decir en qué consiste.
- Requisitos indispensables para la formación en la calidad en dicho servicio.

SOLUCIONES AL TEST DE

CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

TEST A

1 – A

2 – B

3 – B

4 – C

5 – A

6 – A

7 – A

8 – C

9 – B

10– B

11- A

12- C

13- A

14- C

15- B

16- C

17- A

TEST B

1 - C

2 - A

3 - B

4 - A

5 - A

6 - B

7 - B

8 - C

9 - A

10- C

11- B

12- A

13- A

14- A

15- C

16- B

17- C

Omega formación

MÓDULO:

Nº DE CURSO: FECHA:

NOMBRE: APELLIDOS:

MÓDULO:

Nº DE CURSO: FECHA:

NOMBRE: APELLIDOS: