НССУЗ НП
«Региональный финансово-экономический техникум»

ЗАЧЕТ
по учебной дисциплине
«КУЛЬТУРА СЕРВИСА»

ОБЩИЕ ПРАВИЛА

Уважаемые студенты!

Согласно учебному плану техникума после изучения данного курса необходимо сдать зачет.

Чтобы сдать зачет, вам необходимо ответить на 35 тестовых вопросов.

Выполнение зачета оценивается по следующим критериям:

100-70% верных ответов – «зачтено», 70-0% верных ответов - «не зачтено».

Желаем вам успешной сдачи зачета!

ВОПРОСЫ ЗАЧЕТА

1. В перспективе больше выгоды можно получить от:
   а) Уже существующих клиентов.
   б) От новых клиентов.
   в) От конкурентов.

2. Почему постоянные клиенты не так чувствительны к цене?
   а) Покупателям легче заплатить немного больше вам, чем тратить время на поиски другой компании, которая сможет обслужить их на таком же высоком уровне.
   б) Потому что постоянные покупатели имеют большой доход.
   в) Потому что постоянные клиенты часто живут недалеко.

3. Что такое «объятие»?
   а) Комплимент клиенту.
   б) То, что превышает ожидания клиента.
   в) Обслуживание клиента.

4. Почему требования клиентов относительно сервиса постоянно растут?
   а) Клиенты имеют опыт качественного обслуживания.
   б) Клиенты не разбираются в ассортименте товаров.
   в) Клиенты не доверяют продавцам.

5. Чтобы заполучить клиента нужно:
   а) Много обещать, не важно реально это или нет, ведь важно первое впечатление.
   б) Ничего не обещать, чтобы не разочаровывать клиента в будущем.
   в) Установить высокие, но реалистичные ожидания того, какой сервис вы можете предоставить.

6. Где лучше получать советы по улучшению собственного сервиса?

а) У продавцов.

б) Из тематической литературы и прессы.

в) У своих клиентов.

7. Что создает конкурентное преимущество?

а) Капитал.

б) Инновации.

в) Люди и сервис.

8. «Что такое «ичибан»?

а) Первый номер.

б) Сервис.

в) Клиент.

9. Когда лучше предлагать клиенту анкету:

а) На входе в магазин.

б) Во время оплаты товара.

в) На выходе из магазина.

10. Что такое фокус-группа?

а) Группа людей-респондентов.

б) Компания, занимающаяся продажей объективов к зеркальным фотоаппаратам.

в) Группа постоянных клиентов.

11. Зачем нужны фокус-группы?

а) Это способ проверить, насколько хорошо вы работаете.

б) Это способ наладить отношения с потенциальными клиентами.

в) Это маркетинговый ход.

12. Если клиент вас о чем-либо просит, то нужно:

а) Помочь, если вопрос прямо качается вашего бизнеса.

б) Помочь, даже если вопрос косвенно касается вашего бизнеса.

в) Отказать, если клиент просит больше, чем обычно.

13. В каком случае не стоит брать с клиента денег?

а) Если вам эта услуга ничего не стоила.

б) Если вы бы не брали денег с друга, попросившего аналогичную помощь.

в) С клиента всегда нужно брать деньги, потому что это предполагается в любом бизнесе.

14. Сколько процентов успешного сервиса составляет любезное отношение с людьми?

а) 50%.

б) 5%.

в) 20%.

15. Сколько процентов клиентского сервиса составляет системный подход?

а) 50%.

б) 80%.

в) 100%.

16. Какая компания помогла установить стандарты качества для департамента сельского хозяйства США?

а) McDonald's.

б) KFC.

в) Cadillac.

17. Клиенты какой авиакомпании, взойдя на борт самолета, спрашивали: «Куда летим?.»

а) American Airlines.

б) People Express

в) Delta Airlines.

18. Чье мнение является окончательным в вопросе о том, кто будет обслуживать клиента?

а) Руководства.

б) Продавцов.

в) Клиента.

19. Сотрудники одной компании это:

а) Команда.

б) Конкуренты.

в) Приятели.

20. Богатство жизни напрямую зависит от:

а) Удачи.

б) Трудолюбия.

в) Богатства мыслей.

21. Кто важнее для руководителя?

а) Клиент.

б) Работник.

в) И клиент, и работник.

22. Если любимый сотрудник клиента уволился или просто умер, то нужно:

а) Предложить ему альтернативу.

б) Убедить клиента в том, что сотрудник был не так хорош, как ему кажется.

в) Извинится.

23. О чем должны интересоваться продавцы у клиента в первую очередь?

а) О том, что его интересует.

б) О нем самом.

в) О чем-либо отвлеченном.

24. Какие три «э» необходимы, чтобы угождать клиенту?

а) Энергия, энтузиазм, эффективность.

б) Экономичность, эффективность, экологичность.

в) Энтузиазм, эргономичность, эмоциональность.

25. Что такое «звонок об удовлетворении»?

а) Выражение благодарности клиентом по телефону.

б) Звонок клиенту с вопросом о том, доволен ли он покупкой и обслуживанием.

в) Кнопка на кассе, которую нажимает довольный клиент, чтобы оповестить магазин о том, что он доволен обслуживанием.

26. Если сотрудник работает не эффективно, то нужно:

а) Поработать с ним плотно, понять почему он не эффективен и, если не поможет, то позволить ему уйти.

б) Уволить его, ведь конкуренция свирепа.

в) Материально воздействовать на него.

27. Что делать, если выясниться, что люди зарабатывают слишком много в вашей компании?

а) Сгладить несправедливость, пересмотрев их контракт и понизить оплату.

б) Установить фиксированную оплату на данном уровне.

в) Не пытаться снизить их оплату, а подумать, каким образом они и компания могут получать еще больше.

28. Всегда ли клиент прав?

а) Всегда.

б) До определенного предела.

в) Не всегда.

29. Лучшей рекламой является:

а) Телевизионная.

б) Контекстная в сети Интернет.

в) «Из уст в уста».

30. Что является видом индивидуального маркетинга?

а) Массовая интернет-рассылка.

б) Сбор данных о покупателях.

в) Письмо.

31. Что такое внутренний менеджмент?

а) Менеджмент внутри коллектива.

б) Самодисциплина.

в) Менеджмент в семье.

32. Если вы допустили ошибку в обслуживании клиента, то:

а) Признайте ее, извинитесь и исправьте.

б) Не признавайте ошибку ни в коем случае, переложите ответственность на кого-либо или ссылайтесь на независящие от вас обстоятельства.

в) Убедите клиента, что это не ошибка и так должно быть.

33. Какие три «П» приводят к прибыли?

а) Практика, практика и еще раз практика.

б) Планирование, подготовка, практика.

в) Планирование, проверка, практика.

34. Как нужно относиться к покупателям?

а) Ко всем одинаково хорошо.

б) К постоянным клиентам лучше, чтобы они не ушли к конкурентам.

в) Лучше к новым покупателям, чтобы они привыкли покупать в нашем магазине.

35. Что такое «вау-эффект»?

а) Сильные положительные эмоции удивленного клиента.

б) Бессмысленный спор с клиентом.

в) Резкое снижение цен на продукцию.

Все замечания и предложения отсылайте по адресу: feedback@rfet.ru.