YÜ

Yeni Ümit Üst Düzey Yönetici Kursu

ÜDY · ODY SINAVINA HAZIRLIK

ÜNİTE 15 · KONU TESTİ

Müşteri İlişkileri ve Pazarlama

TEST 32 SORU

32	A–D	ÜDY 1·2·3·4
soru	dört şık	belge

NASIL ÇÖZÜLÜR?

1. Soruyu okuyun, cevabınızı düşünün.
2. Seçtiğiniz **şıkka dokunun**; sonuç sayfası açılır.
3. Doğru mu, yanlış mı görün, açıklamayı okuyun ve **sonraki soruya** geçin.

SORU 1

32 sorudan 1. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aynı zincirdeki çalışma arkadaşlarına ne ad verilir?

👇 Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

A Dış müşteri

B İç müşteri

C Aracı müşteri

D Potansiyel müşteri

SORU 2

32 sorudan 2. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi müşteri ihtiyacını tespit etme yöntemi değildir?

A Anket formları

B Şikâyet ve yorum analizi

C Reklam ve tanıtım

D Doğrudan görüşme

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 3

32 sorudan 3. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Müşteri ilişkilerinin en önemli amacı aşağıdakilerden hangisidir?

A Sadakat yaratmak

B Kârlılık sağlamak

C Müşteri sayısını arttırmak

D Ürün çeşitliliğini arttırmak

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 4

32 sorudan 4. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

CRM anlayışının geleneksel pazarlamadan farkı hangisidir?

A Pazar payına odaklanır.

B Ürünleri yönetir.

C Sürekli yeni müşteri arar.

D Müşteri payına ve uzun dönemli ilişkiye odaklanır.

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 5

32 sorudan 5. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi sadakat yaratmak için müşterinin firmadan beklentileri arasında değildir?

A Karşılık görebilme

B Tutarlılık

C Ürün çeşitliliği

D Güven verme

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 6

32 sorudan 6. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Müşteri hizmeti algılarken ne ölçüt alır?

A Profesyonelliği ve beceriyi

B Depo büyüklüğünü

C Firmanın araç sayısını

D Kuruluş tarihini

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 7

32 sorudan 7. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi müşteriyle ilişkiyi büyüten bir davranıştır?

A Gerekçe sunup başkasını suçlamak

B Sorunda “biz” demek ve sorumluluk almak

C Talebi bekletmek

D Geçmişi, eski güzel günleri konuşmak

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 8

32 sorudan 8. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi müşteri odaklı stratejinin unsuru değildir?

A Uzun dönemli ilişki

B Müşterileri farklılaştırmak

C Veri korumaya saygı

D Kitle pazarlara tek yönlü (monolog) reklam

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 9

32 sorudan 9. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Müşteri ilişkiler yönetiminde müşteri temasları hangi sıraya göre yapılmalıdır?

A Tanımla-gruplandır-temas kur-kişiselleştir

B Gruplandır-kişiselleştir-temas kur-tanımla

C Kişiselleştir-temas kur-gruplandır-tanımla

D Tanımla-kişiselleştir-gruplandır-temas kur

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 10

32 sorudan 10. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) evrelerinden değildir?

A Müşteri seçimi

B Müşteri edinme

C Müşteri ömrü

D Müşteri derinleştirme

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 11

32 sorudan 11. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi CRM’in pazarlamaya katkılarından değildir?

A Terk etmiş müşteriyi geri kazanma

B Sadakat yaratma

C Çapraz satış

D Üretim maliyetinden tasarruf

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU
12

32 sorudan 12. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Müşteri tatmini neyi ifade eder?

A Fiyatın düşük olmasını

B Beklenen ile elde edilenin örtüşmesini

C Reklam sayısını

D Ürün çeşidini

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 13

32 sorudan 13. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi hizmet kalitesinin boyutlarından biri değildir?

A Güvenilirlik

B Empati

C Fiziksel unsurlar

D Hizmet tanıtımı

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU
14

32 sorudan 14. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

İlgisiz görünen büyük veri yığınından anlamlı örüntüler çıkaran CRM uygulaması hangisidir?

A E-CRM

B Veri madenciliği

C Çapraz satış

D Konumlandırma

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 15

32 sorudan 15. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi pazara girişte Avrupa Birliği'nin öngördüğü temel kriterlerden biri değildir?

A Bir taşımacılık derneğine üye olma zorunluluğu

B Mesleki saygınlık

C Mali yeterlilik

D Mesleki yeterlilik

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 16

32 sorudan 16. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi pazara giriş şartlarında uygulanmaz?

A Pazar araştırması

B Hedef pazarın analizi

C Düşük maliyetli olanın tercihi

D Pazarlama yönetim bileşenlerinin analizi

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 17

32 sorudan 17. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi makro çevre unsurudur?

A Tedarikçiler

B Rakipler

C Teknolojik çevre

D Aracı kuruluşlar

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 18

32 sorudan 18. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi, pazarlamayı etkileyen işletme dışı faktörlerden biridir?

A Aracılar

B Üretim

C Üst yönetim

D Finans

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 19

32 sorudan 19. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın dinamik bir işletme fonksiyonu olmasını sağlar?

A Üretim koşulları

B Çevre koşulları

C İşgücü koşulları

D Teknik koşullar

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 20

32 sorudan 20. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın sosyal çevre koşullarındandır?

A Doğal kaynaklar

B Teknolojik yapı

C Taşıma sistemi

D Kültürel yapı

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU
21

32 sorudan 21. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Bir pazarın "aynı özellikleri taşıyan alıcı alt gruplarına göre kısımlara ayrılması" aşağıdakilerden hangisini ifade eder?

A Hedef pazar seçimi,

B Alternatifleri değerlendirmek için kriterlerin tespiti

C Pazar bölümlendirme,

D Pazara nüfuz etme.

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 22

32 sorudan 22. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Hayat tarzı, kişilik ve sosyal sınıfa göre yapılan pazar bölümlendirmesi hangisidir?

A Psikografik

B Coğrafi

C Demografik

D Davranışsal

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 23

32 sorudan 23. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi pazar bölümlemenin sağladığı yararlardan birisidir?

A Pazara uygun ve etkili pazarlama karmalarının geliştirilmesi

B Pazar bölümünün ihtiyaçlarının daha iyi saptanması

C Yeni pazar fırsatlarının ele geçirilmesi

D Hepsi

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 24

32 sorudan 24. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Tek bir pazar bölümüne odaklanan, ucuz ama "tüm yumurtaları bir sepete koyan" hedef pazar stratejisi hangisidir?

A Farklılaştırılmamış

B Yoğunlaştırılmış

C Farklılaştırılmış

D Kitlesel

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 25

32 sorudan 25. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Ürünün müşteri zihninde rakiplerinden ayrılan net bir yer edinmesi için yapılan çalışmaya ne ad verilir?

A Bölümlendirme

B Konumlandırma

C Tutundurma

D Fiyatlandırma

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 26

32 sorudan 26. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi pazarlama anlayışında odak noktasıdır?

A Tüketici ihtiyaçları

B Mamuller

C Satış hacmi yoluyla karlar

D Tüketici tatmini yoluyla karlar

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU
27

32 sorudan 27. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Bireylere, ailelere, gruplara ve diğer kuruluşlara mal ve hizmetlerin sunulması ve değişim yoluyla ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması olarak bilinen ekonomik ve sosyal sürece ne ad verilir?

A Koordinasyon

B Plânlama

C Pazarlama

D Finansman

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU
28

32 sorudan 28. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Pazarlama karmasının (4P) unsurları hangileridir?

A Fiyat, kalite, müşteri, rakip

B Üretim, finansman, personel, pazar

C Ürün, personel, reklam, kâr

D Ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 29

32 sorudan 29. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Ürün hayat eğrisinde satış ve kârın en üst noktaya ulaştığı, rekabetin yoğunlaştığı aşama hangisidir?

A Sunuş

B Büyüme

C Olgunluk

D Gerileme

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 30

32 sorudan 30. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin kullandığı fiyat belirleme yöntemlerinden biri değildir?

A Dönemsel fiyatlandırma

B Psikolojik fiyatlandırma

C Maliyete yönelik fiyatlandırma

D Rekabete yönelik fiyatlandırma

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 31

32 sorudan 31. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

99,90 TL gibi algıya dayalı fiyat hangi yöntemle belirlenir?

A Maliyete yönelik

B Psikolojik

C Rekabete yönelik

D Talebe yönelik

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU
32

32 sorudan 32. soru
Şıkka dokunarak cevaplayın

Belirli bir amaca ulaşmak için bir konu ya da düşünce çerçevesinde oluşturulan planlı ve düzenli bir dizi tutundurma faaliyetine ne ad verilir?

A Tutundurma karması

B Reklam

C Tanıtım

D Kampanya

Cevabı görmek için bir şıkka dokunun

SORU 1 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aynı zincirdeki çalışma arkadaşlarına ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Dış müşteri

DOĞRU CEVAP

B) İç müşteri

AÇIKLAMA

Aynı zincirdeki çalışma arkadaşları iç müşteridir; ihtiyacını tespit etmek dış müşteriye göre daha kolaydır.

SORU 1 · SEÇİMİNİZ B

Doğru cevap!

SORU

Aynı zincirdeki çalışma arkadaşlarına ne ad verilir?

DOĞRU CEVAP

B) İç müşteri

AÇIKLAMA

Aynı zincirdeki çalışma arkadaşları iç müşteridir; ihtiyacını tespit etmek dış müşteriye göre daha kolaydır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 1 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aynı zincirdeki çalışma arkadaşlarına ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Aracı müşteri

DOĞRU CEVAP

B) İç müşteri

AÇIKLAMA

Aynı zincirdeki çalışma arkadaşları iç müşteridir; ihtiyacını tespit etmek dış müşteriye göre daha kolaydır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 1 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Aynı zincirdeki çalışma arkadaşlarına ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Potansiyel müşteri

DOĞRU CEVAP

B) İç müşteri

AÇIKLAMA

Aynı zincirdeki çalışma arkadaşları iç müşteridir; ihtiyacını tespit etmek dış müşteriye göre daha kolaydır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 2 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteri ihtiyacını tespit etme yöntemi değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Anket formları

DOĞRU CEVAP

C) Reklam ve tanıtım

AÇIKLAMA

Reklam ve tanıtım tutundurma faaliyetidir; ihtiyaç tespit yöntemi değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 2 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteri ihtiyacını tespit etme yöntemi değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Şikâyet ve yorum analizi

DOĞRU CEVAP

C) Reklam ve tanıtım

AÇIKLAMA

Reklam ve tanıtım tutundurma faaliyetidir; ihtiyaç tespit yöntemi değildir.

SORU 2 · SEÇİMİNİZ C

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteri ihtiyacını tespit etme yöntemi değildir?

DOĞRU CEVAP

C) Reklam ve tanıtım

AÇIKLAMA

Reklam ve tanıtım tutundurma faaliyetidir; ihtiyaç tespit yöntemi değildir.

SORU 2 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteri ihtiyacını tespit etme yöntemi değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Doğrudan görüşme

DOĞRU CEVAP

C) Reklam ve tanıtım

AÇIKLAMA

Reklam ve tanıtım tutundurma faaliyetidir; ihtiyaç tespit yöntemi değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 3 · SEÇİMİNİZ A

Doğru cevap!

SORU

Müşteri ilişkilerinin en önemli amacı aşağıdakilerden hangisidir?

DOĞRU CEVAP

A) Sadakat yaratmak

AÇIKLAMA

Müşteri ilişkilerinin en önemli amacı sadakat yaratmaktır. Yeni müşteri kazanmak mevcut müşteriyi korumaktan çok daha maliyetlidir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 3 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri ilişkilerinin en önemli amacı aşağıdakilerden hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Kârlılık sağlamak

DOĞRU CEVAP

A) Sadakat yaratmak

AÇIKLAMA

Müşteri ilişkilerinin en önemli amacı sadakat yaratmaktır. Yeni müşteri kazanmak mevcut müşteriyi korumaktan çok daha maliyetlidir.

SORU 3 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri ilişkilerinin en önemli amacı aşağıdakilerden hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Müşteri sayısını arttırmak

DOĞRU CEVAP

A) Sadakat yaratmak

AÇIKLAMA

Müşteri ilişkilerinin en önemli amacı sadakat yaratmaktır. Yeni müşteri kazanmak mevcut müşteriyi korumaktan çok daha maliyetlidir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 3 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri ilişkilerinin en önemli amacı aşağıdakilerden hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Ürün çeşitliliğini arttırmak

DOĞRU CEVAP

A) Sadakat yaratmak

AÇIKLAMA

Müşteri ilişkilerinin en önemli amacı sadakat yaratmaktır. Yeni müşteri kazanmak mevcut müşteriyi korumaktan çok daha maliyetlidir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 4 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

CRM anlayışının geleneksel pazarlamadan farkı hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Pazar payına odaklanır.

DOĞRU CEVAP

D) Müşteri payına ve uzun dönemli ilişkiye odaklanır.

AÇIKLAMA

CRM müşterileri yönetir, müşteri payına ve uzun dönem ilişki kalitesine odaklanır. Pazar payı ve ürün yönetimi geleneksel anlayıştır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 4 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

CRM anlayışının geleneksel pazarlamadan farkı hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Ürünleri yönetir.

DOĞRU CEVAP

D) Müşteri payına ve uzun dönemli ilişkiye odaklanır.

AÇIKLAMA

CRM müşterileri yönetir, müşteri payına ve uzun dönem ilişki kalitesine odaklanır. Pazar payı ve ürün yönetimi geleneksel anlayıştır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 4 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

CRM anlayışının geleneksel pazarlamadan farkı hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Sürekli yeni müşteri arar.

DOĞRU CEVAP

D) Müşteri payına ve uzun dönemli ilişkiye odaklanır.

AÇIKLAMA

CRM müşterileri yönetir, müşteri payına ve uzun dönem ilişki kalitesine odaklanır. Pazar payı ve ürün yönetimi geleneksel anlayıştır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 4 · SEÇİMİNİZ D

Doğru cevap!

SORU

CRM anlayışının geleneksel pazarlamadan farkı hangisidir?

DOĞRU CEVAP

D) Müşteri payına ve uzun dönemli ilişkiye odaklanır.

AÇIKLAMA

CRM müşterileri yönetir, müşteri payına ve uzun dönem ilişki kalitesine odaklanır. Pazar payı ve ürün yönetimi geleneksel anlayıştır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 5 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi sadakat yaratmak için müşterinin firmadan beklentileri arasında değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Karşılık görebilme

DOĞRU CEVAP

C) Ürün çeşitliliği

AÇIKLAMA

Sadakat için müşteri karşılık görme, tutarlılık, güven, çabukluk ve iletişim bekler. Ürün çeşitliliği bu beklentilerden değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 5 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi sadakat yaratmak için müşterinin firmadan beklentileri arasında değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Tutarlılık

DOĞRU CEVAP

C) Ürün çeşitliliği

AÇIKLAMA

Sadakat için müşteri karşılık görme, tutarlılık, güven, çabukluk ve iletişim bekler. Ürün çeşitliliği bu beklentilerden değildir.

SORU 5 · SEÇİMİNİZ C

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi sadakat yaratmak için müşterinin firmadan beklentileri arasında değildir?

DOĞRU CEVAP

C) Ürün çeşitliliği

AÇIKLAMA

Sadakat için müşteri karşılık görme, tutarlılık, güven, çabukluk ve iletişim bekler. Ürün çeşitliliği bu beklentilerden değildir.

SORU 5 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi sadakat yaratmak için müşterinin firmadan beklentileri arasında değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Güven verme

DOĞRU CEVAP

C) Ürün çeşitliliği

AÇIKLAMA

Sadakat için müşteri karşılık görme, tutarlılık, güven, çabukluk ve iletişim bekler. Ürün çeşitliliği bu beklentilerden değildir.

SORU 6 · SEÇİMİNİZ A

Doğru cevap!

SORU

Müşteri hizmeti algılarken ne ölçüt alır?

DOĞRU CEVAP

A) Profesyonelliği ve beceriyi

AÇIKLAMA

Müşterinin hizmeti algılama ölçütü araç sayısı ya da kuruluş tarihi değil, profesyonellik ve beceridir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 6 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri hizmeti algılarken ne ölçüt alır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Depo büyüklüğünü

DOĞRU CEVAP

A) Profesyonelliği ve beceriyi

AÇIKLAMA

Müşterinin hizmeti algılama ölçütü araç sayısı ya da kuruluş tarihi değil, profesyonellik ve beceridir.

SORU 6 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri hizmeti algılarken ne ölçüt alır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Firmanın araç sayısını

DOĞRU CEVAP

A) Profesyonelliği ve beceriyi

AÇIKLAMA

Müşterinin hizmeti algılama ölçütü araç sayısı ya da kuruluş tarihi değil, profesyonellik ve beceridir.

SORU 6 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri hizmeti algılarken ne ölçüt alır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Kuruluş tarihini

DOĞRU CEVAP

A) Profesyonelliği ve beceriyi

AÇIKLAMA

Müşterinin hizmeti algılama ölçütü araç sayısı ya da kuruluş tarihi değil, profesyonellik ve beceridir.

SORU 7 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteriyle ilişkiyi büyüten bir davranıştır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Gerekçe sunup başkasını suçlamak

DOĞRU CEVAP

B) Sorunda “biz” demek ve sorumluluk almak

AÇIKLAMA

Sorumluluğu kabullenmek, “biz” demek, öneride bulunmak ve geleceği planlamak ilişkiyi büyütür. Gerekçe sunmak ve bekletmek bozar.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 7 · SEÇİMİNİZ B

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteriyle ilişkiyi büyüten bir davranıştır?

DOĞRU CEVAP

B) Sorunda “biz” demek ve sorumluluk almak

AÇIKLAMA

Sorumluluğu kabullenmek, “biz” demek, öneride bulunmak ve geleceği planlamak ilişkiyi büyütür. Gerekçe sunmak ve bekletmek bozar.

SORU 7 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteriyle ilişkiyi büyüten bir davranıştır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Talebi bekletmek

DOĞRU CEVAP

B) Sorunda “biz” demek ve sorumluluk almak

AÇIKLAMA

Sorumluluğu kabullenmek, “biz” demek, öneride bulunmak ve geleceği planlamak ilişkiyi büyütür. Gerekçe sunmak ve bekletmek bozar.

SORU 7 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteriyle ilişkiyi büyüten bir davranıştır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Geçmişi, eski güzel günleri konuşmak

DOĞRU CEVAP

B) Sorunda “biz” demek ve sorumluluk almak

AÇIKLAMA

Sorumluluğu kabullenmek, “biz” demek, öneride bulunmak ve geleceği planlamak ilişkiyi büyütür. Gerekçe sunmak ve bekletmek bozar.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 8 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteri odaklı stratejinin unsuru değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Uzun dönemli ilişki

DOĞRU CEVAP

D) Kitle pazarlara tek yönlü (monolog) reklam

AÇIKLAMA

Müşteri odaklı strateji diyalog kurmayı ve müşteri payını öne çıkarır. Kitleye tek yönlü reklam ve pazar payı bu stratejinin unsuru değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 8 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteri odaklı stratejinin unsuru değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Müşterileri farklılaştırmak

DOĞRU CEVAP

D) Kitle pazarlara tek yönlü (monolog) reklam

AÇIKLAMA

Müşteri odaklı strateji diyalog kurmayı ve müşteri payını öne çıkarır. Kitleye tek yönlü reklam ve pazar payı bu stratejinin unsuru değildir.

SORU 8 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteri odaklı stratejinin unsuru değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Veri korumaya saygı

DOĞRU CEVAP

D) Kitle pazarlara tek yönlü (monolog) reklam

AÇIKLAMA

Müşteri odaklı strateji diyalog kurmayı ve müşteri payını öne çıkarır. Kitleye tek yönlü reklam ve pazar payı bu stratejinin unsuru değildir.

SORU 8 · SEÇİMİNİZ D

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi müşteri odaklı stratejinin unsuru değildir?

DOĞRU CEVAP

D) Kitle pazarlara tek yönlü (monolog) reklam

AÇIKLAMA

Müşteri odaklı strateji diyalog kurmayı ve müşteri payını öne çıkarır. Kitleye tek yönlü reklam ve pazar payı bu stratejinin unsuru değildir.

SORU 9 · SEÇİMİNİZ A

Doğru cevap!

SORU

Müşteri ilişkiler yönetiminde müşteri temasları hangi sıraya göre yapılmalıdır?

DOĞRU CEVAP

A) Tanımla-gruplandır-temas kur- kişiselleştir

AÇIKLAMA

CRM adımları sırasıyla tanımla, gruplandır, temas kur ve kişiselleştir şeklindedir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 9 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri ilişkiler yönetiminde müşteri temasları hangi sıraya göre yapılmalıdır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Gruplandır-kişiselleştir-temas kur-tanımla

DOĞRU CEVAP

A) Tanımla-gruplandır-temas kur- kişiselleştir

AÇIKLAMA

CRM adımları sırasıyla tanımla, gruplandır, temas kur ve kişiselleştir şeklindedir.

SORU 9 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri ilişkiler yönetiminde müşteri temasları hangi sıraya göre yapılmalıdır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Kişiselleştir-temas kur-gruplandır-tanımla

DOĞRU CEVAP

A) Tanımla-gruplandır-temas kur- kişiselleştir

AÇIKLAMA

CRM adımları sırasıyla tanımla, gruplandır, temas kur ve kişiselleştir şeklindedir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 9 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri ilişkiler yönetiminde müşteri temasları hangi sıraya göre yapılmalıdır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Tanımla-kişiselleştir-gruplandır-temas kur

DOĞRU CEVAP

A) Tanımla-gruplandır-temas kur- kişiselleştir

AÇIKLAMA

CRM adımları sırasıyla tanımla, gruplandır, temas kur ve kişiselleştir şeklindedir.

SORU 10 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) evrelerinden değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Müşteri seçimi

DOĞRU CEVAP

C) Müşteri ömrü

AÇIKLAMA

CRM evreleri müşteri seçimi ve edinme, koruma-sadakat ve derinleştirmedir. “Müşteri ömrü” bir evre değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 10 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) evrelerinden değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Müşteri edinme

DOĞRU CEVAP

C) Müşteri ömrü

AÇIKLAMA

CRM evreleri müşteri seçimi ve edinme, koruma-sadakat ve derinleştirmedir. “Müşteri ömrü” bir evre değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 10 · SEÇİMİNİZ C

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) evrelerinden değildir?

DOĞRU CEVAP

C) Müşteri ömrü

AÇIKLAMA

CRM evreleri müşteri seçimi ve edinme, koruma-sadakat ve derinleştirmedir. “Müşteri ömrü” bir evre değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 10 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) evrelerinden değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Müşteri derinleştirme

DOĞRU CEVAP

C) Müşteri ömrü

AÇIKLAMA

CRM evreleri müşteri seçimi ve edinme, koruma-sadakat ve derinleştirmedir. “Müşteri ömrü” bir evre değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 11 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi CRM’in pazarlamaya katkılarından değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Terk etmiş müşteriyi geri kazanma

DOĞRU CEVAP

D) Üretim maliyetinden tasarruf

AÇIKLAMA

CRM’in katkıları müşteriyi geri kazanma, sadakat, yeni müşteri ve çapraz satıştır. Üretim maliyeti tasarrufu bunlardan değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 11 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi CRM'in pazarlamaya katkılarından değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Sadakat yaratma

DOĞRU CEVAP

D) Üretim maliyetinden tasarruf

AÇIKLAMA

CRM'in katkıları müşteriyi geri kazanma, sadakat, yeni müşteri ve çapraz satıştır. Üretim maliyeti tasarrufu bunlardan değildir.

SORU 11 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi CRM'in pazarlamaya katkılarından değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Çapraz satış

DOĞRU CEVAP

D) Üretim maliyetinden tasarruf

AÇIKLAMA

CRM'in katkıları müşteriyi geri kazanma, sadakat, yeni müşteri ve çapraz satıştır. Üretim maliyeti tasarrufu bunlardan değildir.

SORU 11 · SEÇİMİNİZ D

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi CRM'in pazarlamaya katkılarından değildir?

DOĞRU CEVAP

D) Üretim maliyetinden tasarruf

AÇIKLAMA

CRM'in katkıları müşteriyi geri kazanma, sadakat, yeni müşteri ve çapraz satıştır. Üretim maliyeti tasarrufu bunlardan değildir.

SORU 12 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri tatmini neyi ifade eder?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Fiyatın düşük olmasını

DOĞRU CEVAP

B) Beklenen ile elde edilenin örtüşmesini

AÇIKLAMA

Müşteri tatmini beklenen ile elde edilenin örtüşmesidir. Değer yaratmak ise müşterinin ödediğinden fazlasını almasıdır.

SORU 12 · SEÇİMİNİZ B

Doğru cevap!

SORU

Müşteri tatmini neyi ifade eder?

DOĞRU CEVAP

B) Beklenen ile elde edilenin örtüşmesini

AÇIKLAMA

Müşteri tatmini beklenen ile elde edilenin örtüşmesidir. Değer yaratmak ise müşterinin ödediğinden fazlasını almasıdır.

SORU 12 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri tatmini neyi ifade eder?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Reklam sayısını

DOĞRU CEVAP

B) Beklenen ile elde edilenin örtüşmesini

AÇIKLAMA

Müşteri tatmini beklenen ile elde edilenin örtüşmesidir. Değer yaratmak ise müşterinin ödediğinden fazlasını almasıdır.

SORU 12 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Müşteri tatmini neyi ifade eder?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Ürün çeşidini

DOĞRU CEVAP

B) Beklenen ile elde edilenin örtüşmesini

AÇIKLAMA

Müşteri tatmini beklenen ile elde edilenin örtüşmesidir. Değer yaratmak ise müşterinin ödediğinden fazlasını almasıdır.

SORU 13 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi hizmet kalitesinin boyutlarından biri değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Güvenilirlik

DOĞRU CEVAP

D) Hizmet tanıtımı

AÇIKLAMA

Hizmet kalitesinin boyutları fiziksel unsurlar, güvenilirlik, karşılık verebilme, güven ve empatidir. Tanıtım bir kalite boyutu değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 13 · SEÇİMİNİZ B

Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi hizmet kalitesinin boyutlarından biri değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Empati

DOĞRU CEVAP

D) Hizmet tanıtımı

AÇIKLAMA

Hizmet kalitesinin boyutları fiziksel unsurlar, güvenilirlik, karşılık verebilme, güven ve empatidir. Tanıtım bir kalite boyutu değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 13 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi hizmet kalitesinin boyutlarından biri değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Fiziksel unsurlar

DOĞRU CEVAP

D) Hizmet tanıtımı

AÇIKLAMA

Hizmet kalitesinin boyutları fiziksel unsurlar, güvenilirlik, karşılık verebilme, güven ve empatidir. Tanıtım bir kalite boyutu değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 13 · SEÇİMİNİZ D

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi hizmet kalitesinin boyutlarından biri değildir?

DOĞRU CEVAP

D) Hizmet tanıtımı

AÇIKLAMA

Hizmet kalitesinin boyutları fiziksel unsurlar, güvenilirlik, karşılık verebilme, güven ve empatidir. Tanıtım bir kalite boyutu değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 14 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

İlgisiz görünen büyük veri yığınından anlamlı örüntüler çıkaran CRM uygulaması hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) E-CRM

DOĞRU CEVAP

B) Veri madenciliği

AÇIKLAMA

Büyük veriden anlamlı örüntü çıkarmaya veri madenciliği denir.

↩ Soruya dön | Sonraki soru →

SORU 14 · SEÇİMİNİZ B

Doğru cevap!

SORU

İlgisiz görünen büyük veri yığınından anlamlı örüntüler çıkaran CRM uygulaması hangisidir?

DOĞRU CEVAP

B) Veri madenciliği

AÇIKLAMA

Büyük veriden anlamlı örüntü çıkarmaya veri madenciliği denir.

SORU 14 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

İlgisiz görünen büyük veri yığınından anlamlı örüntüler çıkaran CRM uygulaması hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Çapraz satış

DOĞRU CEVAP

B) Veri madenciliği

AÇIKLAMA

Büyük veriden anlamlı örüntü çıkarmaya veri madenciliği denir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 14 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

İlgisiz görünen büyük veri yığınından anlamlı örüntüler çıkaran CRM uygulaması hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Konumlandırma

DOĞRU CEVAP

B) Veri madenciliği

AÇIKLAMA

Büyük veriden anlamlı örüntü çıkarmaya veri madenciliği denir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 15 · SEÇİMİNİZ A

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazara girişte Avrupa Birliği'nin öngördüğü temel kriterlerden biri değildir?

DOĞRU CEVAP

A) Bir taşımacılık derneğine üye olma zorunluluğu

AÇIKLAMA

Pazara giriş şartları mesleki saygınlık, mali yeterlilik ve mesleki yeterliliktir. Derneğe üyelik zorunluluğu bir şart değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 15 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazara girişte Avrupa Birliği'nin öngördüğü temel kriterlerden biri değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Mesleki saygınlık

DOĞRU CEVAP

A) Bir taşımacılık derneğine üye olma zorunluluğu

AÇIKLAMA

Pazara giriş şartları mesleki saygınlık, mali yeterlilik ve mesleki yeterliliktir. Derneğe üyelik zorunluluğu bir şart değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 15 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazara girişte Avrupa Birliği'nin öngördüğü temel kriterlerden biri değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Mali yeterlilik

DOĞRU CEVAP

A) Bir taşımacılık derneğine üye olma zorunluluğu

AÇIKLAMA

Pazara giriş şartları mesleki saygınlık, mali yeterlilik ve mesleki yeterliliktir. Derneğe üyelik zorunluluğu bir şart değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 15 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazara girişte Avrupa Birliği'nin öngördüğü temel kriterlerden biri değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Mesleki yeterlilik

DOĞRU CEVAP

A) Bir taşımacılık derneğine üye olma zorunluluğu

AÇIKLAMA

Pazara giriş şartları mesleki saygınlık, mali yeterlilik ve mesleki yeterliliktir. Derneğe üyelik zorunluluğu bir şart değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 16 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazara giriş şartlarında uygulanmaz?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Pazar araştırması

DOĞRU CEVAP

C) Düşük maliyetli olanın tercihi

AÇIKLAMA

Pazara girerken pazar araştırması, hedef pazar analizi ve pazarlama bileşenlerinin analizi yapılır. “Düşük maliyetliyi tercih” bir giriş şartı değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 16 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazara giriş şartlarında uygulanmaz?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Hedef pazarın analizi

DOĞRU CEVAP

C) Düşük maliyetli olanın tercihi

AÇIKLAMA

Pazara girerken pazar araştırması, hedef pazar analizi ve pazarlama bileşenlerinin analizi yapılır. “Düşük maliyetliyi tercih” bir giriş şartı değildir.

SORU 16 · SEÇİMİNİZ C

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazara giriş şartlarında uygulanmaz?

DOĞRU CEVAP

C) Düşük maliyetli olanın tercihi

AÇIKLAMA

Pazara girerken pazar araştırması, hedef pazar analizi ve pazarlama bileşenlerinin analizi yapılır. “Düşük maliyetliyi tercih” bir giriş şartı değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 16 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazara giriş şartlarında uygulanmaz?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Pazarlama yönetim bileşenlerinin analizi

DOĞRU CEVAP

C) Düşük maliyetli olanın tercihi

AÇIKLAMA

Pazara girerken pazar araştırması, hedef pazar analizi ve pazarlama bileşenlerinin analizi yapılır. “Düşük maliyetliyi tercih” bir giriş şartı değildir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 17 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi makro çevre unsurudur?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Tedarikçiler

DOĞRU CEVAP

C) Teknolojik çevre

AÇIKLAMA

Demografik, ekonomik, doğal, teknolojik, politik ve sosyal-kültürel çevre makro çevredir ve işletmenin kontrolü dışındadır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 17 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi makro çevre unsurudur?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Rakipler

DOĞRU CEVAP

C) Teknolojik çevre

AÇIKLAMA

Demografik, ekonomik, doğal, teknolojik, politik ve sosyal-kültürel çevre makro çevredir ve işletmenin kontrolü dışındadır.

SORU 17 · SEÇİMİNİZ C

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi makro çevre unsurudur?

DOĞRU CEVAP

C) Teknolojik çevre

AÇIKLAMA

Demografik, ekonomik, doğal, teknolojik, politik ve sosyal-kültürel çevre makro çevredir ve işletmenin kontrolü dışındadır.

SORU 17 · SEÇİMİNİZ D

Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi makro çevre unsurudur?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Aracı kuruluşlar

DOĞRU CEVAP

C) Teknolojik çevre

AÇIKLAMA

Demografik, ekonomik, doğal, teknolojik, politik ve sosyal-kültürel çevre makro çevredir ve işletmenin kontrolü dışındadır.

SORU 18 · SEÇİMİNİZ A

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi, pazarlamayı etkileyen işletme dışı faktörlerden biridir?

DOĞRU CEVAP

A) Aracılar

AÇIKLAMA

Aracılar işletme dışı (mikro çevre) faktördür. Üst yönetim, üretim ve finans işletmenin kendi içindedir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 18 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi, pazarlamayı etkileyen işletme dışı faktörlerden biridir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Üretim

DOĞRU CEVAP

A) Aracılar

AÇIKLAMA

Aracılar işletme dışı (mikro çevre) faktördür. Üst yönetim, üretim ve finans işletmenin kendi içindedir.

SORU 18 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi, pazarlamayı etkileyen işletme dışı faktörlerden biridir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Üst yönetim

DOĞRU CEVAP

A) Aracılar

AÇIKLAMA

Aracılar işletme dışı (mikro çevre) faktördür. Üst yönetim, üretim ve finans işletmenin kendi içindedir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 18 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi, pazarlamayı etkileyen işletme dışı faktörlerden biridir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Finans

DOĞRU CEVAP

A) Aracılar

AÇIKLAMA

Aracılar işletme dışı (mikro çevre) faktördür. Üst yönetim, üretim ve finans işletmenin kendi içindedir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 19 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın dinamik bir işletme fonksiyonu olmasını sağlar?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Üretim koşulları

DOĞRU CEVAP

B) Çevre koşulları

AÇIKLAMA

Pazarlamayı dinamik yapan, sürekli değişen çevre koşullarıdır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 19 · SEÇİMİNİZ B

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın dinamik bir işletme fonksiyonu olmasını sağlar?

DOĞRU CEVAP

B) Çevre koşulları

AÇIKLAMA

Pazarlamayı dinamik yapan, sürekli değişen çevre koşullarıdır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 19 · SEÇİMİNİZ C

Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın dinamik bir işletme fonksiyonu olmasını sağlar?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) İşgücü koşulları

DOĞRU CEVAP

B) Çevre koşulları

AÇIKLAMA

Pazarlamayı dinamik yapan, sürekli değişen çevre koşullarıdır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 19 · SEÇİMİNİZ D

Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın dinamik bir işletme fonksiyonu olmasını sağlar?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Teknik koşullar

DOĞRU CEVAP

B) Çevre koşulları

AÇIKLAMA

Pazarlamayı dinamik yapan, sürekli değişen çevre koşullarıdır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 20 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın sosyal çevre koşullarındandır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Doğal kaynaklar

DOĞRU CEVAP

D) Kültürel yapı

AÇIKLAMA

Kültürel yapı sosyal çevre koşuludur. Teknoloji ve taşıma sistemi teknolojik-ekonomik, doğal kaynaklar doğal çevredir.

SORU 20 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın sosyal çevre koşullarındandır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Teknolojik yapı

DOĞRU CEVAP

D) Kültürel yapı

AÇIKLAMA

Kültürel yapı sosyal çevre koşuludur. Teknoloji ve taşıma sistemi teknolojik-ekonomik, doğal kaynaklar doğal çevredir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 20 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın sosyal çevre koşullarındandır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Taşıma sistemi

DOĞRU CEVAP

D) Kültürel yapı

AÇIKLAMA

Kültürel yapı sosyal çevre koşuludur. Teknoloji ve taşıma sistemi teknolojik-ekonomik, doğal kaynaklar doğal çevredir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 20 · SEÇİMİNİZ D

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın sosyal çevre koşullarındandır?

DOĞRU CEVAP

D) Kültürel yapı

AÇIKLAMA

Kültürel yapı sosyal çevre koşuludur. Teknoloji ve taşıma sistemi teknolojik-ekonomik, doğal kaynaklar doğal çevredir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 21 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Bir pazarın “aynı özellikleri taşıyan alıcı alt gruplarına göre kısımlara ayrılması” aşağıdakilerden hangisini ifade eder?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Hedef pazar seçimi,

DOĞRU CEVAP

C) Pazar bölümlendirme,

AÇIKLAMA

Pazarın aynı özelliklere sahip alıcı gruplarına ayrılmasına pazar bölümlendirme denir.

SORU 21 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Bir pazarın “aynı özellikleri taşıyan alıcı alt gruplarına göre kısımlara ayrılması” aşağıdakilerden hangisini ifade eder?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Alternatifleri değerlendirmek için kriterlerin tespiti

DOĞRU CEVAP

C) Pazar bölümlendirme,

AÇIKLAMA

Pazarın aynı özelliklere sahip alıcı gruplarına ayrılmasına pazar bölümlendirme denir.

SORU 21 · SEÇİMİNİZ C

Doğru cevap!

SORU

Bir pazarın “aynı özellikleri taşıyan alıcı alt gruplarına göre kısımlara ayrılması” aşağıdakilerden hangisini ifade eder?

DOĞRU CEVAP

C) Pazar bölümlendirme,

AÇIKLAMA

Pazarın aynı özelliklere sahip alıcı gruplarına ayrılmasına pazar bölümlendirme denir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 21 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Bir pazarın “aynı özellikleri taşıyan alıcı alt gruplarına göre kısımlara ayrılması” aşağıdakilerden hangisini ifade eder?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Pazara nüfuz etme.

DOĞRU CEVAP

C) Pazar bölümlendirme,

AÇIKLAMA

Pazarın aynı özelliklere sahip alıcı gruplarına ayrılmasına pazar bölümlendirme denir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 22 · SEÇİMİNİZ A

Doğru cevap!

SORU

Hayat tarzı, kişilik ve sosyal sınıfa göre yapılan pazar bölümlendirmesi hangisidir?

DOĞRU CEVAP

A) Psikografik

AÇIKLAMA

Kişilik, hayat tarzı ve sosyal sınıf psikografik ölçütlerdir. Yaş ve gelir demografik, beklenen yarar ve kullanım sıklığı davranışsaldır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 22 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Hayat tarzı, kişilik ve sosyal sınıfa göre yapılan pazar bölümlendirmesi hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Coğrafi

DOĞRU CEVAP

A) Psikografik

AÇIKLAMA

Kişilik, hayat tarzı ve sosyal sınıf psikografik ölçütlerdir. Yaş ve gelir demografik, beklenen yarar ve kullanım sıklığı davranışsaldır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 22 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Hayat tarzı, kişilik ve sosyal sınıfa göre yapılan pazar bölümlendirmesi hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Demografik

DOĞRU CEVAP

A) Psikografik

AÇIKLAMA

Kişilik, hayat tarzı ve sosyal sınıf psikografik ölçütlerdir. Yaş ve gelir demografik, beklenen yarar ve kullanım sıklığı davranışsaldır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 22 · SEÇİMİNİZ D

Yanlış cevap

SORU

Hayat tarzı, kişilik ve sosyal sınıfa göre yapılan pazar bölümlendirmesi hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Davranışsal

DOĞRU CEVAP

A) Psikografik

AÇIKLAMA

Kişilik, hayat tarzı ve sosyal sınıf psikografik ölçütlerdir. Yaş ve gelir demografik, beklenen yarar ve kullanım sıklığı davranışsaldır.

SORU 23 · SEÇİMİNİZ A

Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazar bölümlemenin sağladığı yararlardan birisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Pazara uygun ve etkili pazarlama karmalarının geliştirilmesi

DOĞRU CEVAP

D) Hepsi

AÇIKLAMA

Bölümlendirme ihtiyaçları daha iyi saptamayı, yeni fırsatları görmeyi ve uygun pazarlama karması kurmayı sağlar. Hepsi doğrudur.

SORU 23 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazar bölümlemenin sağladığı yararlardan birisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Pazar bölümünün ihtiyaçlarının daha iyi saptanması

DOĞRU CEVAP

D) Hepsi

AÇIKLAMA

Bölümlendirme ihtiyaçları daha iyi saptamayı, yeni fırsatları görmeyi ve uygun pazarlama karması kurmayı sağlar. Hepsi doğrudur.

SORU 23 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazar bölümlemenin sağladığı yararlardan birisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Yeni pazar fırsatlarının ele geçirilmesi

DOĞRU CEVAP

D) Hepsi

AÇIKLAMA

Bölümlendirme ihtiyaçları daha iyi saptamayı, yeni fırsatları görmeyi ve uygun pazarlama karması kurmayı sağlar. Hepsi doğrudur.

SORU 23 · SEÇİMİNİZ D

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazar bölümlemenin sağladığı yararlardan birisidir?

DOĞRU CEVAP

D) Hepsi

AÇIKLAMA

Bölümlendirme ihtiyaçları daha iyi saptamayı, yeni fırsatları görmeyi ve uygun pazarlama karması kurmayı sağlar. Hepsi doğrudur.

SORU 24 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Tek bir pazar bölümüne odaklanan, ucuz ama "tüm yumurtaları bir sepete koyan" hedef pazar stratejisi hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Farklılaştırılmamış

DOĞRU CEVAP

B) Yoğunlaştırılmış

AÇIKLAMA

Yoğunlaştırılmış strateji tek bölüme odaklanır; ucuzdur ama risklidir. Farklılaştırılmış strateji her bölüme ayrı karma uygular.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 24 · SEÇİMİNİZ B

Doğru cevap!

SORU

Tek bir pazar bölümüne odaklanan, ucuz ama "tüm yumurtaları bir sepete koyan" hedef pazar stratejisi hangisidir?

DOĞRU CEVAP

B) Yoğunlaştırılmış

AÇIKLAMA

Yoğunlaştırılmış strateji tek bölüme odaklanır; ucuzdur ama risklidir. Farklılaştırılmış strateji her bölüme ayrı karma uygular.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 24 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Tek bir pazar bölümüne odaklanan, ucuz ama “tüm yumurtaları bir sepete koyan” hedef pazar stratejisi hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Farklılaştırılmış

DOĞRU CEVAP

B) Yoğunlaştırılmış

AÇIKLAMA

Yoğunlaştırılmış strateji tek bölüme odaklanır; ucuzdur ama risklidir. Farklılaştırılmış strateji her bölüme ayrı karma uygular.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 24 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Tek bir pazar bölümüne odaklanan, ucuz ama "tüm yumurtaları bir sepete koyan" hedef pazar stratejisi hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Kitlesel

DOĞRU CEVAP

B) Yoğunlaştırılmış

AÇIKLAMA

Yoğunlaştırılmış strateji tek bölüme odaklanır; ucuzdur ama risklidir. Farklılaştırılmış strateji her bölüme ayrı karma uygular.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 25 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Ürünün müşteri zihninde rakiplerinden ayrılan net bir yer edinmesi için yapılan çalışmaya ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Bölümlendirme

DOĞRU CEVAP

B) Konumlandırma

AÇIKLAMA

Ürünün müşteri zihninde rakiplerinden farklı bir yer edinmesine konumlandırma denir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 25 · SEÇİMİNİZ B

Doğru cevap!

SORU

Ürünün müşteri zihninde rakiplerinden ayrılan net bir yer edinmesi için yapılan çalışmaya ne ad verilir?

DOĞRU CEVAP

B) Konumlandırma

AÇIKLAMA

Ürünün müşteri zihninde rakiplerinden farklı bir yer edinmesine konumlandırma denir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 25 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Ürünün müşteri zihninde rakiplerinden ayrılan net bir yer edinmesi için yapılan çalışmaya ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Tutundurma

DOĞRU CEVAP

B) Konumlandırma

AÇIKLAMA

Ürünün müşteri zihninde rakiplerinden farklı bir yer edinmesine konumlandırma denir.

SORU 25 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Ürünün müşteri zihninde rakiplerinden ayrılan net bir yer edinmesi için yapılan çalışmaya ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Fiyatlandırma

DOĞRU CEVAP

B) Konumlandırma

AÇIKLAMA

Ürünün müşteri zihninde rakiplerinden farklı bir yer edinmesine konumlandırma denir.

SORU 26 · SEÇİMİNİZ A

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlama anlayışında odak noktasıdır?

DOĞRU CEVAP

A) Tüketici ihtiyaçları

AÇIKLAMA

Pazarlama anlayışının odak noktası tüketici ihtiyaçlarıdır.

SORU 26 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlama anlayışında odak noktasıdır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Mamuller

DOĞRU CEVAP

A) Tüketici ihtiyaçları

AÇIKLAMA

Pazarlama anlayışının odak noktası tüketici ihtiyaçlarıdır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 26 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlama anlayışında odak noktasıdır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Satış hacmi yoluyla karlar

DOĞRU CEVAP

A) Tüketici ihtiyaçları

AÇIKLAMA

Pazarlama anlayışının odak noktası tüketici ihtiyaçlarıdır.

SORU 26 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi pazarlama anlayışında odak noktasıdır?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Tüketici tatmini yoluyla karlar

DOĞRU CEVAP

A) Tüketici ihtiyaçları

AÇIKLAMA

Pazarlama anlayışının odak noktası tüketici ihtiyaçlarıdır.

SORU 27 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Bireylere, ailelere, gruplara ve diğer kuruluşlara mal ve hizmetlerin sunulması ve değişim yoluyla ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması olarak bilinen ekonomik ve sosyal sürece ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Koordinasyon

DOĞRU CEVAP

C) Pazarlama

AÇIKLAMA

Değişim yoluyla ihtiyaç ve isteklerin karşılandığı ekonomik ve sosyal sürece pazarlama denir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 27 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Bireylere, ailelere, gruplara ve diğer kuruluşlara mal ve hizmetlerin sunulması ve değişim yoluyla ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması olarak bilinen ekonomik ve sosyal sürece ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Plânlama

DOĞRU CEVAP

C) Pazarlama

AÇIKLAMA

Değişim yoluyla ihtiyaç ve isteklerin karşılandığı ekonomik ve sosyal sürece pazarlama denir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 27 · SEÇİMİNİZ C

Doğru cevap!

SORU

Bireylere, ailelere, gruplara ve diğer kuruluşlara mal ve hizmetlerin sunulması ve değişim yoluyla ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması olarak bilinen ekonomik ve sosyal sürece ne ad verilir?

DOĞRU CEVAP

C) Pazarlama

AÇIKLAMA

Değişim yoluyla ihtiyaç ve isteklerin karşılandığı ekonomik ve sosyal sürece pazarlama denir.

SORU 27 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Bireylere, ailelere, gruplara ve diğer kuruluşlara mal ve hizmetlerin sunulması ve değişim yoluyla ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması olarak bilinen ekonomik ve sosyal sürece ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Finansman

DOĞRU CEVAP

C) Pazarlama

AÇIKLAMA

Değişim yoluyla ihtiyaç ve isteklerin karşılandığı ekonomik ve sosyal sürece pazarlama denir.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 28 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Pazarlama karmasının (4P) unsurları hangileridir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Fiyat, kalite, müşteri, rakip

DOĞRU CEVAP

D) Ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma

AÇIKLAMA

4P: ürün (product), fiyat (price), dağıtım (place) ve tutundurma (promotion). Üretim, finansman ve personel pazarlama dışı kaynaklardır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 28 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Pazarlama karmasının (4P) unsurları hangileridir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Üretim, finansman, personel, pazar

DOĞRU CEVAP

D) Ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma

AÇIKLAMA

4P: ürün (product), fiyat (price), dağıtım (place) ve tutundurma (promotion). Üretim, finansman ve personel pazarlama dışı kaynaklardır.

SORU 28 · SEÇİMİNİZ C

Yanlış cevap

SORU

Pazarlama karmasının (4P) unsurları hangileridir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Ürün, personel, reklam, kâr

DOĞRU CEVAP

D) Ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma

AÇIKLAMA

4P: ürün (product), fiyat (price), dağıtım (place) ve tutundurma (promotion). Üretim, finansman ve personel pazarlama dışı kaynaklardır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 28 · SEÇİMİNİZ D

Doğru cevap!

SORU

Pazarlama karmasının (4P) unsurları hangileridir?

DOĞRU CEVAP

D) Ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma

AÇIKLAMA

4P: ürün (product), fiyat (price), dağıtım (place) ve tutundurma (promotion). Üretim, finansman ve personel pazarlama dışı kaynaklardır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 29 · SEÇİMİNİZ A

Yanlış cevap

SORU

Ürün hayat eğrisinde satış ve kârın en üst noktaya ulaştığı, rekabetin yoğunlaştığı aşama hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Sunuş

DOĞRU CEVAP

C) Olgunluk

AÇIKLAMA

Olgunlukta rekabet yoğundur; satış ve kâr zirvededir ve reklam yeniden önem kazanır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 29 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Ürün hayat eğrisinde satış ve kârın en üst noktaya ulaştığı, rekabetin yoğunlaştığı aşama hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Büyüme

DOĞRU CEVAP

C) Olgunluk

AÇIKLAMA

Olgunlukta rekabet yoğundur; satış ve kâr zirvededir ve reklam yeniden önem kazanır.

SORU 29 · SEÇİMİNİZ C

Doğru cevap!

SORU

Ürün hayat eğrisinde satış ve kârın en üst noktaya ulaştığı, rekabetin yoğunlaştığı aşama hangisidir?

DOĞRU CEVAP

C) Olgunluk

AÇIKLAMA

Olgunlukta rekabet yoğundur; satış ve kâr zirvededir ve reklam yeniden önem kazanır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 29 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Ürün hayat eğrisinde satış ve kârın en üst noktaya ulaştığı, rekabetin yoğunlaştığı aşama hangisidir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Gerileme

DOĞRU CEVAP

C) Olgunluk

AÇIKLAMA

Olgunlukta rekabet yoğundur; satış ve kâr zirvededir ve reklam yeniden önem kazanır.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 30 · SEÇİMİNİZ A

Doğru cevap!

SORU

Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin kullandığı fiyat belirleme yöntemlerinden biri değildir?

DOĞRU CEVAP

A) Dönemsel fiyatlandırma

AÇIKLAMA

Fiyat belirleme yöntemleri maliyete, talebe, rekabete yönelik ve psikolojik fiyatlandırmadır. Dönemsel fiyatlandırma bunlardan sayılmaz.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 30 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin kullandığı fiyat belirleme yöntemlerinden biri değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Psikolojik fiyatlandırma

DOĞRU CEVAP

A) Dönemsel fiyatlandırma

AÇIKLAMA

Fiyat belirleme yöntemleri maliyete, talebe, rekabete yönelik ve psikolojik fiyatlandırmadır. Dönemsel fiyatlandırma bunlardan sayılmaz.

SORU 30 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin kullandığı fiyat belirleme yöntemlerinden biri değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Maliyete yönelik fiyatlandırma

DOĞRU CEVAP

A) Dönemsel fiyatlandırma

AÇIKLAMA

Fiyat belirleme yöntemleri maliyete, talebe, rekabete yönelik ve psikolojik fiyatlandırmadır. Dönemsel fiyatlandırma bunlardan sayılmaz.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 30 · SEÇİMİNİZ D

✖ Yanlış cevap

SORU

Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin kullandığı fiyat belirleme yöntemlerinden biri değildir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Rekabete yönelik fiyatlandırma

DOĞRU CEVAP

A) Dönemsel fiyatlandırma

AÇIKLAMA

Fiyat belirleme yöntemleri maliyete, talebe, rekabete yönelik ve psikolojik fiyatlandırmadır. Dönemsel fiyatlandırma bunlardan sayılmaz.

↩ Soruya dön

Sonraki soru →

SORU 31 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

99,90 TL gibi algıya dayalı fiyat hangi yöntemle belirlenir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Maliyete yönelik

DOĞRU CEVAP

B) Psikolojik

AÇIKLAMA

Psikolojik fiyatlandırma müşterinin algısına dayanır; 99,90 TL gibi fiyatlar bu yöntemin örneğidir.

SORU 31 · SEÇİMİNİZ B

Doğru cevap!

SORU

99,90 TL gibi algıya dayalı fiyat hangi yöntemle belirlenir?

DOĞRU CEVAP

B) Psikolojik

AÇIKLAMA

Psikolojik fiyatlandırma müşterinin algısına dayanır; 99,90 TL gibi fiyatlar bu yöntemin örneğidir.

SORU 31 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

99,90 TL gibi algıya dayalı fiyat hangi yöntemle belirlenir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Rekabete yönelik

DOĞRU CEVAP

B) Psikolojik

AÇIKLAMA

Psikolojik fiyatlandırma müşterinin algısına dayanır; 99,90 TL gibi fiyatlar bu yöntemin örneğidir.

SORU 31 · SEÇİMİNİZ D

Yanlış cevap

SORU

99,90 TL gibi algıya dayalı fiyat hangi yöntemle belirlenir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

D) Talebe yönelik

DOĞRU CEVAP

B) Psikolojik

AÇIKLAMA

Psikolojik fiyatlandırma müşterinin algısına dayanır; 99,90 TL gibi fiyatlar bu yöntemin örneğidir.

SORU 32 · SEÇİMİNİZ A

✖ Yanlış cevap

SORU

Belirli bir amaca ulaşmak için bir konu ya da düşünce çerçevesinde oluşturulan planlı ve düzenli bir dizi tutundurma faaliyetine ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

A) Tutundurma karması

DOĞRU CEVAP

D) Kampanya

AÇIKLAMA

Belirli bir amaç için planlı ve düzenli tutundurma faaliyetleri dizisine kampanya denir.

↩ Soruya dön

Testi bitir →

SORU 32 · SEÇİMİNİZ B

✖ Yanlış cevap

SORU

Belirli bir amaca ulaşmak için bir konu ya da düşünce çerçevesinde oluşturulan planlı ve düzenli bir dizi tutundurma faaliyetine ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

B) Reklam

DOĞRU CEVAP

D) Kampanya

AÇIKLAMA

Belirli bir amaç için planlı ve düzenli tutundurma faaliyetleri dizisine kampanya denir.

↩ Soruya dön

Testi bitir →

SORU 32 · SEÇİMİNİZ C

✖ Yanlış cevap

SORU

Belirli bir amaca ulaşmak için bir konu ya da düşünce çerçevesinde oluşturulan planlı ve düzenli bir dizi tutundurma faaliyetine ne ad verilir?

SİZİN SEÇİMİNİZ

C) Tanıtım

DOĞRU CEVAP

D) Kampanya

AÇIKLAMA

Belirli bir amaç için planlı ve düzenli tutundurma faaliyetleri dizisine kampanya denir.

↩ Soruya dön

Testi bitir →

SORU 32 · SEÇİMİNİZ D

Doğru cevap!

SORU

Belirli bir amaca ulaşmak için bir konu ya da düşünce çerçevesinde oluşturulan planlı ve düzenli bir dizi tutundurma faaliyetine ne ad verilir?

DOĞRU CEVAP

D) Kampanya

AÇIKLAMA

Belirli bir amaç için planlı ve düzenli tutundurma faaliyetleri dizisine kampanya denir.

↩ Soruya dön

Testi bitir →

TEST BİTTİ

Tebrikler, testi tamamladınız

Yanlış yaptığınız soruların konusuna ünite kitabından bir kez daha bakın, sonra deneme sınavlarıyla kendinizi ölçün.

📚 ÜDY Dijital Eğitim Kitabı
Konuyu tekrar okumak ya da sonraki üniteye geçmek için dokunun

📝 ÜDY · ODY Deneme Sınavları
Bütün konulardan karışık deneme çözün

YENİ ÜMİT ÜST DÜZEY YÖNETİCİ KURSU

📍 Camlı Kahve Meydanı, Mareşal Çakmak, Bağcılar Cd. No: 114/2, 34610 Güngören / İstanbul

📞 **(0212) 641 92 94**

🌐 **www.udybelgesi.com**