

Generalitat de Catalunya Departament d'Educació <b>Institut Serrallarga</b> 	<b>Alumne/a</b>				<b>QUALIFICACIÓ</b>
	<b>Matèria</b>	MP04 PROCESSOS DE VENDA.	Primer curs	Curs 2023-24	
	Tema 5: Prospecció i preparació de la presentació.			07/11/2023	

Les preguntes no contestades valen zero. Totes les preguntes encertades valen 1 punt sobre 20. Sobre 10 valen 0'5. Totes les preguntes son únicament de dues alternatives. L'error es compta amb -1 sobre 20.

1. El programa de ventas incluye el proceso de ventas.
  - a) Verdadero
  - b) Falso
  
2. El programa de ventas incluye el conjunto de acciones desarrolladas en la venta.
  - a) Verdadero
  - b) Falso
  
3. La preparación de la presentación del producto es la fase en la que se pone en escena toda la preparación de la venta.
  - a) Verdadero
  - b) Falso
  
4. La prospección de clientes es la fase del proceso de venta en la que se identifican clientes potenciales.
  - a) Verdadero
  - b) Falso
  
5. Cuando un vendedor tiene mucha experiencia no es necesario que prepare la presentación de su producto, ni actualice su argumentario de ventas.
  - a) Verdadero
  - b) Falso
  
6. El vendedor utiliza diferentes argumentos de ventas en función de las características del cliente.
  - a) Verdadero
  - b) Falso
  
7. El seguimiento de la venta es útil para fidelizar al cliente.
  - a) Verdadero
  - b) Falso
  
8. La presentación de material de apoyo sirve para reforzar los argumentos de ventas.
  - a) Verdadero
  - b) Falso
  
9. En el desarrollo del proceso de venta, el representante pone en juego sobretodo su elocuencia para convencer al cliente hablando sin parar para entretenerlo.
  - a) Verdadero
  - b) Falso
  
10. La elaboración del argumentario de ventas se establece en función de objetivos, contenidos y dentro de una estructura.
  - a) Verdadero
  - b) Falso

De los argumentos estudiados en un proceso de venta, indica cuáles son racionales y cuáles irracionales. *[son preguntas de dos respuestas]*

11. Precio de venta.
  - a) Racional
  - b) Emocional
12. Buen prestigio de la venta en el sector porque tiene muchos trabajadores.
  - a) Racional
  - b) Emocional
13. Forma de pago y plazo de entrega
  - a) Racional
  - b) Emocional
14. Explicación de los productos
  - a) Racional
  - b) Emocional
15. Importancia de la mejora del nuevo diseño por aumento de la funcionalidad
  - a) Racional
  - b) Emocional
16. Importancia de la mejora del nuevo diseño por aumento de la estética.
  - a) Racional
  - b) Emocional
17. Repaso breve del buen trato comercial entre ambas empresas.
  - a) Racional
  - b) Emocional
18. Explicación del servicio post venta
  - a) Racional
  - b) Emocional
  
19. Tanto el pago al contado, como el pago en efectivo, son pagos que se realizan en el momento de la venta, no pagos aplazados. Pero es el pago en efectivo, es el que se realiza en dinero físico. Y al contado, con tarjeta o cheque.
  - a) Verdadero
  - b) Falso
20. Cuando se negocia quien asume el coste del transporte de la mercadería vendida, se dice que es **a portes pagados** cuando lo asume el comprador, y **a portes debidos** cuando lo asume el vendedor.
  - a) Verdadero
  - b) Falso