

2009年单证员考试辅导：国际产品决策（1）外销员考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/643/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_8D_95_c28_643856.htm 把外销员站点加入收藏夹 欢迎

进入：2009年外销员课程免费试听 点击进入免费体验：百考试题外销员在线考试中心 更多信息请访问：百考试题外销员、百考试题论坛外销员 一、 营销组合4P(掌握) 定义---企业可以控制的各种营销因素的综合运用。 包括：产品(Product)、渠道(Place)、定价(Price)、促销(Promotion)。 二、 整体产品概念-能给购买者带来任何无形、有形的利益的载体，能够满足购买者需求与欲望的物质与服务。 包括：Oslash. 有形产品是核心产品借以实现的形式，是企业向顾客提供的产品实体和服务的外观。形式产品有五个基本特征，即质量、特色、款式、品牌和包装等。 Oslash. 多种品牌: 所谓多种品牌策略是指一个品牌只用于一种产品的策略。 如：宝洁公司在中国生产的洗发水分别用“飘柔”、“海飞丝”、“潘婷”等品牌。 理由：起“隔离”作用，用品牌把不同产品的特性、档次、目标顾客的差异隔离开来.起“保险”作用，使某一产品的失败不至于影响其他产品.起“激励”作用，不断开发的新产品采用新的品牌，可给人以蒸蒸日上、进步发展的良好印象。 缺点：多种品牌费用大，包括商标设计及品牌命名费用、注册与续展费用、宣传推广费用等。 Oslash. 制造商品牌 Oslash. 品牌的文化差异 2 包装策略 Oslash. 配套包装策略 是指按人们消费习惯或特殊需要，将多种相关的商品组合装在同一包装物中。如把茶壶、茶杯、茶盘、茶碟放在一起进行包装。它便于顾客配套购买商品，以一物带多物增加销售.可带

动新产品上市，可满足特殊的心理需要。 Oslash. 双重用途包装策略是指在包装设计时，使包装物不但能包装商品，而且在商品用完后还能移作他用，以此给予消费者额外的利益。

3 商标策略用来辨别一个企业的产品、服务，以便于同竞争者的产品相区别的一个名称、术语、符号图案或组合。(了解) 驰名商标标准：相当公众的知名度 使用持续时间 任何宣传持续时间、程度、地理范围 保护记录 其他因素 例：1、整体产品概念包括核心产品、有形产品和附加产品三方面的内容。()属于有形产品。(04年试题) A、产品质量 B、产品保证 C、产品功能 D、产品包装 E、产品品牌 答案：ACDE 2、配套包装策略是将若干有关联的产品放置于同一个容器中，便于顾客购买和使用。适合采用配套包装策略的产品有() A. 电筒与电池 B. 牙膏与牙刷 C. 化妆品与钢笔 D. 手表与眼镜 E. 针与线 答案：ABE 3、牌子的形象就是企业的形象。(否) 分析：企业的品牌只是企业无形资产的一个重要组成部分。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com