**第十三章 促销策略**

一、判断正误

1、企业在促销活动中，如果采取 “推“的策略，则广告的作用最大；如果 采用”拉“的策略，则人员推销 的作用更大些。（ ）

2、企业进行有效沟通的第一步就是找出目标接受者。（ ）

3、促销的实质是沟通。（ ）

4、对于价格较低、技术性弱、买主多而分散的消费品适宜采用广告方式 促销；而对于价格昂贵、技术性强、 买主少而集中的工业用品，适宜采用人员推销方式促销。（ ）

5、劝说性广告主要用于推出新产品，其目的是为产品创造最初的基本需 求。（ ） 二、单项选择

1、营业推广的目标通常是（ ）。

A了解市场，促进产品试销对路 B、刺激消费者即兴购买 降低成本，提高市场占有率 D、帮助企业与各界公众建立良好关系

1. 以下哪个是报纸媒体的优点？

A形象生动逼真、感染力强 B、专业性强、针对性强 C、简便灵活、制作方便、费用低廉 D、表现手法多样、艺术性强

1. 制造商推销价格昂贵、技术复杂的机器设备时，适宜采取（ ）的方 式。
2. 广告宣传 B、营业推广 C、经销商商品陈列 D、人员推销
3. 在以下几种广告媒体中，效果最好、费用最高的是（ ）。
4. 报纸 B、电视 C、杂志 D、广播
5. 人员推销的缺点主要表现为（ ）。
6. 成本低、顾客量大 B.成本高、顾客量大 C.成本低、顾客有限 D.成本高、顾客有限
7. 问答
8. 什么是促销组合？企业促销组合的几种主要方式的特点及其适用条件 如何？

2、企业进行有效沟通及促销组合时需经过哪七个步骤？

3、影响企业促销组合策略应考虑的因素主要有哪些？

4、人员推销与广告各有哪些优缺点？各自适用的条件如何？