

الدرس الثالث:

• الفصل الثاني : اتخاذ القرار الشرائي

السؤال ١

ذكر خبراء التسويق وخبراء علم سلوك المستهلك بان المستهلك عبارة عن صندوق اسود

١- صح

٢- خطأ

السؤال ٢

يلجأ مديرو محلات التجزئة الى استخدام استراتيجيه خاصة في عرض البضائع داخل المحل التجاري بهدف

١- مساعدة المستهلك على حل مشكلته الاستهلاكية

٢- تيسير اتخاذ قراره الشرائي

٣- جميع ما سبق

السؤال ٢

انواع القرارات الشرائية

١- قرارات متعلقة بتخصيص بعض الموارد المتاحة له

٢- قرارات متعلقة بشراء المنتجات او عدم شرائها

٣- قرارات متعلقة بشراء علامة تجارية معينة أو تصميم.

٤- قرارات المرتبطة باختيار المحلات التجارية التي يرتادها

٥- جميع ما سبق

السؤال ٣

الغالبية العظمى من المستهلكين يخصصون جزء من ميزانيتهم للضروريات ويوجهون الباقي للادخار او الكماليات

١- صح

٢- خطأ

السؤال ٤

القرارات الخاصة بشراء نوع من المنتجات او عدم الشراء غالباً ما تتأثر بعدة عوامل من اهمها

١- قائمة الاولويات التي يضعها المستهلك لنفسه

٢- حجم المواد المتاحة له

٣- جميع ما سبق

السؤال ٥

تتكون مراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي من ثلاث مراحل رئيسية هي

١- مرحلة ما قبل الشراء

٢- مرحلة الشراء

٣- مرحلة بعد الشراء

٤- جميع ما سبق

السؤال ٦

مراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي التي يمر بها المستهلك

١- الشعور بالمشكلة

٢- البحث عن المعلومات

٣- تقييم البدائل المتاحة

٤- اختيار البديل الافضل

٥- الشراء

٦- تقييم المنتج اثناء الاستهلاك

٧- التخلص من المنتج

٨- جميع ما سبق

السؤال ٧

(الشعور بالمشكلة -البحث عن المعلومات - تقييم البدائل المتاحة - اختيار البديل الافضل) هذه

الخطوات تحصل خلال مرحلة

١- مرحلة ما قبل الشراء

٢- مرحلة الشراء

٣- مرحلة بعد الشراء

السؤال ٨

(تقييم المنتج اثناء الاستهلاك - التخلص من المنتج) هذه الخطوات تحصل خلال مرحلة

١- مرحلة ما قبل الشراء

٢- مرحلة الشراء

٣- مرحلة بعد الشراء

السؤال ٩

الشعور بالمشكلة هو

١- حالة من عدم التوازن الذي يحسه العميل بالفرق بين الوضع المثالي و الوضع الحالي

٢- الشعور بصعوبة الادراك والفشل

السؤال ١٠

الشعور بوجود مشكلة استهلاكية له مصدران

١- التغيرات التي تحدث في الحالة الحالية للفرد

٢- التغيرات التي تحدث في الحالة المرغوبة

٣- جميع ما سبق

السؤال ١١

ما هو دور المسوق عن شعور المستهلك بالمشكلة(الحاجة)

١- جعل العميل يشعر بالحاجة

٢- المبالغة في الشعور بالحاجة والتذكير بالحاجة

٣- الربط بين الحاجة و المنتج و عملية اقناع المستهلك بالمنتج وهو الحل لتلك الحاجة او المشكلة

٤- جميع ما سبق

السؤال ١٢

التغيرات التي تحدث في الحالة الحالية للفرد

١- نضوب المخزون من السلعة لدى المستهلك (الاحساس بالمشكلة عند اقتراب المخزون من الصفر)

٢- عدم رضا المستهلك عن المخزون الحالي

٣- تناقص الموارد المالية للمستهلك

٤- جميع ما سبق

السؤال ١٣

التغيرات التي تحدث في الحالة المرغوبة

١- نشوء حاجات جديدة لدى الفرد

٢- نشوء رغبات جديدة لدى الفرد

٣- ظهور منتجات جديدة في الاسواق

٤- الحاجة الى شراء منتجات مكملة للحاجات الاساسية

٥- جميع ما سبق

السؤال ١٤

مرحلة البحث عن المعلومات ذات العلاقة بالمشكلة وجمعها وتنقسم مصادر تلك المعلومات الى

١- مصادر داخلية

٢- مصادر خارجية

٣- جميع ما سبق

السؤال ١٥

هي المصادر التي ترتبط بالمستهلك وتشمل ذاكرته و خبرته السابقة، وشخصية كالأصدقاء

١- مصادر داخلية

٢- مصادر خارجية

السؤال ١٦

عندما يكون قرار الشراء مهم تكون المصادر الداخلية للمعلومات غير كافية لاتخاذ القرار الصحيح ويجب الاستعانة بالمصادر الخارجية

١- صح

٢- خطأ

السؤال ١٧

تنقسم المصادر الخارجية الى

- ١- المصادر الرسمية (غير شخصية)
- ٢- المصادر غير الرسمية (شخصية)

٣- جميع ما سبق

السؤال ١٨

هي اي معلومة حصلت عليها من كيان حكومي او تجاري او مستقل

١- المصادر الرسمية

٢- المصادر غير الرسمية

السؤال ١٩

تنقسم المصادر الرسمية الى

- ١- حكومية
- ٢- تجارية
- ٣- مستقلة

٤- جميع ما سبق

السؤال ٢٠

اي معلومة من الشركة او المنظمة التي تباع المنتج

١- حكومية

٢- تجارية

٣- مستقلة

السؤال ٢١

(موقع الشركة - المعلومات الموجودة في المحل) مثال على المصادر

١- حكومية

٢- تجارية

٣- مستقلة

السؤال ٢٢

يقدم المعلومة للعميل اما للوعي او التجارة كبيع الخبرات لتثقيف المستهلك

١- حكومية

٢- تجارية

٣- مستقلة

◆ شرح هذا السؤال

(يقصد به مثلاً إصدار مجلة تباع بسعر بسيط تتحدث تلك المجلة عن تثقيف المستهلك وتزويده بمعلومات عن مجموعة من السلع أو مثلاً موقع على الانترنت برسوم اشتراك يقوم بتوعية المستهلك ومساعدته في البحث عن السلع أو تزويده بمعلومات موثوقة عن الشركات ومنتجاتها وتكون تلك المجلة غير حكومية ولا تجارية)

السؤال ٢٣

لماذا تكون المصادر غير الرسمية اكثر تأثيرا في قراراتنا الشرائية من المصادر الرسمية

١- الثقة في الاقارب والاصدقاء

٢- قضية التجربة

٣- جميع ما سبق

السؤال ٢٤

اي المصادر التي تستخدم اكثر

١- المصادر التجارية

٢- المصادر المستقلة

السؤال ٢٥

ايهم اكثر تأثيرا في المصادر التجارية

١- الاعلانات

٢- مندوب البيع

السؤال ٢٦

متى تكون الاعلانات اكثر تأثيرا في المصادر التجارية

١- عند طول الاعلان

٢- عندما يكون مندوب البيع سيئاً

ABDULLAH007