

---

## PREGUNTAS DE AUTOEVALUACIÓN Y REVISIÓN (capítulo 2)

A continuación encontrarás un total de diez cuestiones relacionadas con el contenido teórico tratado en este capítulo. En cada una de las preguntas propuestas se plantean cuatro posibles respuestas, siendo solamente una de ellas válida. Teniendo en cuenta este criterio, y que todas las preguntas tienen un valor de un punto, evalúa tu nivel de conocimientos resolviendo el cuestionario y calculando tu resultado comparando tus respuestas con las soluciones que encontrarás al final del mismo.

1. Indica cuál de las siguientes afirmaciones es correcta.

- a) La venta relacional se centra en crear y mantener relaciones satisfactorias.
- b) La venta relacional no tiene nada que ver con el marketing relacional.
- c) La venta relacional se centra en las ventas puntuales más que en la generación de clientes satisfechos.
- d) En la venta relacional no es importante que la empresa vendedora consiga la participación del cliente, sino únicamente la venta al cliente.

2. El marketing de relaciones desde una perspectiva amplia...

- a) Considera únicamente las relaciones entre empresa y cliente.
- b) Engloba las relaciones entre la empresa con sus clientes y con cualquier otro actor de su entorno, así como todas las relaciones que se producen en el interior de la organización.
- c) Engloba las relaciones entre la empresa con sus clientes y con cualquier otro actor de su entorno, pero no las relaciones en el interior de la organización.
- d) Engloba las relaciones entre la empresa con sus clientes, con sus proveedores más habituales y con el departamento comercial de la organización.

3. La venta transaccional...

- a) Adopta una perspectiva del largo plazo y el vendedor se centra en vender los productos.
- b) Exige un elevado nivel de compromiso con los clientes.
- c) Adopta el enfoque de gestión de cartera de productos y del ciclo de vida del producto.
- d) Comporta un elevado seguimiento postventa.

4. La venta relacional...

- a) Adopta una perspectiva del corto plazo.
- b) Adopta el enfoque de la gestión de la cartera de clientes y del ciclo de vida del cliente.
- c) El vendedor se centra en crear y mantener relaciones satisfactorias.
- d) Todas las anteriores.

5. ¿Cuál de las siguientes fases no está dentro de las etapas de la venta relacional?

- a) Análisis de la cartera de clientes.
- b) Análisis de la competencia.
- c) Monitorización de las acciones.
- d) Análisis de situación de la empresa.

6. El WOMM es...

- a) Un anglicismo que define la aplicación del marketing al boca a boca teniendo en cuenta el entorno digital.
- b) Un anglicismo que define el marketing aplicado al mercado de las mujeres.
- c) Un anglicismo que define el marketing omnicanal.
- d) Un anglicismo que define el marketing que deben planificar las empresas mes a mes.

7. El analista o dinamizador de ventas se encarga de...
- a) Contactar directamente con los clientes, hacerles ofertas personalizadas, cerrar las ventas y gestionar el cobro.
  - b) Aportar ideas con valor para los comerciales de la empresa y ayudar a diseñar espacios de venta más agradables y que favorezcan la generación de experiencias positivas para los clientes.
  - c) Dotar de contenidos a las campañas promocionales, así como enviar cupones y muestras, y del diseño de la web de la empresa.
  - d) Todas las anteriores.
8. ¿Cuál no es una de las acciones a llevar a cabo por el vendedor para propiciar el desarrollo de la venta relacional?
- a) La intensificación y ampliación de las relaciones con los clientes actuales.
  - b) Trasladar y comunicar a la empresa cuáles son las necesidades de los clientes.
  - c) Aprender del cliente y buscar que él aprenda de la empresa.
  - d) Desagregar al cliente de la propia actividad comercial y productiva de la empresa.
9. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones no es verdadera?
- a) Las acciones de patrocinio se incrementarán por la propia demanda de los clientes.
  - b) La vigilancia tecnológica dejará de ser una tendencia para convertirse en una actividad cotidiana de la empresa.
  - c) Una de las cuestiones que debe plantearse un emprendedor o una empresa actualmente, y en los próximos años, será: ¿qué es lo que sé hacer?
  - d) Las acciones de *Street marketing* o de marketing de guerrilla pueden verse complementadas y amplificadas de forma importante en las redes sociales.
10. ¿Cuál de las siguientes será una de las tendencias en los próximos años en la venta relacional?
- a) Las empresas y sus marcas deberán ser capaces de crear WOM positivo.
  - b) Se potenciará la escucha activa únicamente a través de los medios digitales.
  - c) Las empresas dejarán de ser empresas omnicanal.
  - d) La interacción del mundo offline y online dejará de ser relevante.
11. ¿Qué significa el acrónimo WOM?
- a) *Word of Marketing.*
  - b) *Word of Mind.*
  - c) *Win of the Month.*
  - d) *Word of Mouth.*