TEST DI VERIFICA

CORSO ITS VII° CICLO 2017-2019

**“Tecnico Superiore per il Marketing dei Prodotti Agroalimentari”**

Sede del Corso: *Fondazione ITS Agroalimentare Puglia - Locorotondo (BA)*

Unità Formativa: Principi di negoziazione

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Docente: | Dott. Raffaele Valletta | Nome: |  |
| Corso ITS: | **T.EM.PR.A** | Data: | 23/03/2018 |
| Criterio: | 6/10 | Risultati: |  |

Istruzioni

Leggere con attenzione ogni domanda e quindi indicare la risposta esatta barrando la lettera corrispondente

**1)   Cosa è il sistema/mappa rappresentazionale**

      A   Una rapresentazione grafica

      B   Una rappresentazione vocale

      C   La modalità con cui rappresentiamo la realtà

**2)   Quali sono i canali rappreentazionali**

      A    Gestuale, mimico, visivo

      B    Tono, volume, ritmo

      C    Visivo, auditivo cinestetico

**3)   Cosa è la Psicografia**

      A     La nostra posizione geografica

      B     La relazione geografica che si instaura tra i membri di un gruppo

      C     La disposizione dei partecipanti in una riunione

**4)   Cosa si intende per negoziazione distributiva**

      A      Il guadagno dell’uno corrisponde al pari guadagno dell'altra parte

      B      Il guadagno dell'uno corrisponde alla perdita dell'altro

      C      Aggiungere alla nostra proposta dei benefit

**5)   Cosa si intende per negoziazioni generative**

      A       Generare valore alla nostra proposta

      B       Generare coinvolgimento

      C       Generare soddisfazione per entrambi le parti

**6)    Come aggiungiamo valore al nostro prodotto**

       A        Comunicando che il nostro prodotto è il migliore in assoluto

       B        Implementando gli aspetti performativi, emozionali e commerciali

       C        Aumentando il prezzo

**7)     Cosa è la AIDA**

        A         Un metodo di ascolto

        B         Una tecnica di vendita

        C         Un metodo di promozione

**8)     Cosa è la ZOPA**

        A          IL metodo di parlare

        B          Il momento di presentazione

        C          La definizione dell’area in cui è possibile raggiungere un risultato

                     soddisfacente

**9)      Cosa è la BATNA**

        A           Un metodo efficace per analizzare soluzioni alternative

        B           Una strategia di vendita

        C           una strategia per coinvolgere il cliente

**10)    Cosa in tendiamo per WIN-WIN**

        A           Nella negoziazione uno perde l'altro vince

        B           Nella negoziazione perdono entrambi

        C           Entrambi escono dalla negoziazione soddisfatti

**11)  Cosa intendiamo per WIN-LOSE**

        A           Nella negoziazione entrambi le parti escono sodisfatti

        B           Nella negoziazione entrambi le parti escono insoddisfatti

        C           Nella negoziazione uno delle parti esce soddisfatto

**12)   La fase negoziale di quante fasi si compone**

        A            2

        B            4

        C            3

**13)   La fase di pianificazione della negoziazione cosa prevede**

        A          La definizione dei tempi

        B          Gli obiettivi, le concessioni i piani di riserva

        C          Come presentarsi

**14)   Un piano negoziale cosa prevede**

         A          La diagnosi, la definizione dell'obiettivo, la strategia/tattica

         B         Acquisire informazioni sul cliente

         C        Definire il prezzo

**15)    AIDA sta per**

         A         Arroganza, Interesse, Dare, Avere

         B         Attenzione, Interesse, Desiderio, Azione

         C         Aggiungere, Implementare, Dare, Agire

**16)   SPIN sta per**

         A          Soluzione, Prezzo, Immagine, Negoziazione

         B          Situazione, Problema, Implicazioni

         C          Soluzione, Prezzo, Immagine, Narrazione

**17)         Su cosa è importante concentrarsi nella trattativa**

          A          Sui prodottie sulla loro immagine

          B           Sulle caratteristiche del cliente

          C           Sul cliente e le sue risposte

**18)   Quanto devi parlare nel corso dell'incontro**

          A            Devi ascoltare di più di quanto parli

          B            Parlare molto

          C            Alimentare un’ampia conversazione per portare il cliente

                         a comprare il prodotto

**19)   Se sei in un momento difficile della trattativa cosa fai?**

         A              Perdi la tua forza d'animo

         B              Allenti la tensione e non rinunci al tuo ottimismo

         C             Allenti la tensione e rimandi la vendita ad altro momento

**20)     Quanto è importante la relazione con il cliente**

         A               La relazione è un paravento per nascondere i propri interessi

         B              La relazione va molto curata

         C              La relazione è molto importante devi porti come consulente

                          Amico