
Solucionario de

ejercicios de autoevaluación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 1

1. El CRM es...

- a. ... **Customer Relationship Management.**
- b. ... centro relación en el mercado.
- c. ... *Center Relationship Management.*
- d. ... mantenimiento de las relaciones con el cliente.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa.

“Mediante el CRM se puede dejar reflejado el historial de compras de los clientes, estableciendo sus preferencias y obteniendo información para poder dirigirse a ellos y ofrecerles nuevos productos”.

- Verdadero
- Falso

3. ¿Cuál de los siguientes no se considera un motivo por el que una empresa puede querer implantar un CRM?

- a. Como herramienta de seguimiento.
- b. Para detectar oportunidades.
- c. Para detectar clientes insatisfechos.
- d. Para mejorar el sistema contable.**

4. ¿Qué tipo de datos no se recogen en un CRM?

- a. Nombre del cliente
- b. *E-mail* del cliente
- c. Teléfono del cliente
- d. Foto del cliente**

5. Ordene adecuadamente las fases del CRM

- 1. Planificar
- 2. Implementar
- 3. Funcionar
- 4. Utilizar

- 5. Mantener
- 6. Revisar

6. Julia necesita comprar un televisor para su dormitorio y ha pensado que uno de 35 pulgadas es el más adecuado, sin embargo, cuando acude al comercio, el vendedor le ofrece un televisor de 55 pulgadas que tiene mejores prestaciones. ¿Qué tipo de estrategia se está aplicando en esta venta?

- a. **Up selling**
- b. *Cross selling*
- c. *Top selling*
- d. Todas las opciones son incorrectas.

7. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa.

“Si el cliente se encuentra satisfecho, es normal que deje malas referencias sobre la relación con los productos o servicios adquiridos”.

- Verdadero
- Falso

8. ¿Qué es la venta ascendente?

- a. **La que se centra en proporcionar a los clientes productos de gama superior.**
- b. La que se centra en proporcionar a los clientes productos de gama inferior.
- c. La que se centra en proporcionar a los clientes productos complementarios.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

9. ¿Qué no se debe hacer cuando los clientes muestren rechazo al uso del CRM?

- a. Motivar a los trabajadores.
- b. Formar a los trabajadores.
- c. **Gritarles a los trabajadores.**
- d. Animar a los trabajadores.

10. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa.

“Mediante la automatización del CRM lo que se consigue es mecanizar estas tareas repetitivas que van ligadas a la venta de los productos o servicios, su *marketing* y el propio servicio de atención al cliente”.

- Verdadero
- Falso

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 2

1. El *inbound marketing* es...

- a. ... *marketing* de atracción.
- b. ... *marketing* de inducción.
- c. ... *marketing* relacional.
- d. ... *marketing* sin contenidos.

2. ¿Mediante qué canal se puede llevar a la práctica el *inbound marketing*?

- a. Televisión
- b. Radio
- c. **Redes sociales**
- d. Prensa escrita

3. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa.

“Las redes sociales son fundamentales para que el *inbound marketing* funcione correctamente, ya que se trata en aprovechar las plataformas para compartir contenido y, así, aumentar la presencia de la empresa en internet”.

- Verdadero
- Falso

4. ¿Qué permite el *marketing* de contenidos?

- a. **Crear contenidos relevantes y útiles.**
- b. Reducir la atención de los consumidores.
- c. Aumentar la infidelidad de los clientes.
- d. Reducir la rentabilidad del negocio.

5. ¿En qué consiste el *marketing de influencer*?

- a. **Generar contenido mediante las aportaciones o testimonios de los clientes.**
- b. En utilizar a usuarios públicos de redes sociales para crear contenido de un producto o de una marca compartiéndolo con sus seguidores.
- c. Generar contenido mediante imágenes y vídeos que buscan entretener.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

6. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa.

“El *inbound marketing* es un apoyo al *marketing* de contenidos, ya que este último no podría existir sin el otro tipo de *marketing*”.

- Verdadero
- Falso

7. Ordene adecuadamente las etapas del *inbound marketing*.

- 1. Atraer
- 2. Convertir
- 3. Cerrar
- 4. Fidelizar

8. ¿Cuáles son las fases del *marketing de permisos*?

- a. **Incentivos, ofertas de productos o servicios y contacto permanente.**
- b. Atraer, retener y mantener.
- c. Atraer, incentivar y permanecer.
- d. Localizar, atraer y satisfacer.

9. ¿Cuáles son los permisos del *marketing de permisos*?

- a. Implícito
- b. Explícito
- c. Secundario
- d. **Todas las opciones son correctas.**

10. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa.

“El *A/B testing* pretende comparar qué porcentaje de personas realizan las acciones que se desean en cada uno de los grupos, como, por ejemplo, hacer clic en un determinado enlace, rellenar un formulario, realizar un proceso de compra, etc.”.

- Verdadero
- Falso

