

JORNADA ANABB CONCURSO BB
QUESTÕES DE PROVA VENDAS E NEGOCIAÇÕES

01. O cross-selling é uma técnica de vendas que incrementa o relacionamento dos clientes com os bancos.

Qual das situações a seguir representa um exemplo de cross-selling?

- (A) Ao monitorar os hábitos de compra dos clientes, o gerente identifica o perfil de cada grupo de correntista e segmenta toda a carteira da agência.
- (B) Com base nas informações sobre a família do cliente, provenientes de um empréstimo junto ao banco, seu gerente oferece um seguro residencial.
- (C) Informações pertinentes sobre o impacto dos impostos nos investimentos disponíveis são apresentadas ao cliente no internet banking.
- (D) Os clientes preferenciais são selecionados para que a equipe da agência possa efetuar ligações telefônicas agradecendo o relacionamento com o banco.
- (E) Uma série de vantagens em empresas conveniadas, tais como clínicas, academias e cursos de língua, é oferecida para os clientes especiais.

02. O planejamento de vendas no setor bancário tem-se baseado na segmentação de mercado como forma de obter mais sucesso nos negócios.

Um objetivo da segmentação de mercado é

- (A) adotar uma abordagem única de vendas para toda carteira de clientes.
- (B) concentrar esforços em ações de vendas que sejam bem avaliadas.
- (C) desenvolver ações de vendas específicas para cada grupo de clientes.
- (D) reunir em um mesmo grupo clientes com necessidades e desejos distintos de compra.
- (E) selecionar os serviços bancários em função do grau de dificuldade.

03. A matriz de SWOT é um instrumento que auxilia os bancos a analisar o mercado e determinar as metas da empresa. Ao elaborar essa matriz, um banco conclui corretamente que o(a)

- (A) aumento do poder aquisitivo das classes C e D, no Brasil, representa uma força para o banco.
- (B) cenário econômico negativo do mercado é uma ameaça para o próximo exercício de vendas.
- (C) forte preparo da equipe em relação às técnicas de vendas é uma oportunidade de mercado.
- (D) protecionismo externo para produtos brasileiros se configura como uma fraqueza para o país.
- (E) saída do mercado de um banco concorrente é uma força para que a equipe melhore seus resultados.

04. Fazer perguntas é uma das principais habilidades dos vendedores de sucesso. Para que essa técnica seja utilizada corretamente, é preciso que o profissional compreenda a situação da venda e saiba exatamente o que precisa saber do cliente. Agindo assim, ele evita

- (A) a percepção dos interesses dos consumidores.
- (B) as perguntas difíceis a respeito do produto ou serviço.
- (C) o entendimento das necessidades dos clientes.
- (D) os golpes financeiros que ocorrem na internet.
- (E) os questionamentos vazios ou até mesmo invasivos.

05. Um importante aspecto do planejamento tático no segmento bancário é o mix de marketing, composto por:

- (A) equipe bem treinada, produtos sólidos e confiáveis, serviços oferecidos e reputação corporativa da empresa.
- (B) localização das agências, acessibilidade ao internet banking, rede de serviços e canais de atendimento.
- (C) serviço oferecido, valor dos investimentos pelo cliente, canais de atendimento ao público e campanhas de comunicação.
- (D) rentabilidade nos investimentos, taxas de juros adotadas, preços praticados e lucratividade anual.
- (E) posicionamento estratégico da marca, segmentação de mercado, concorrência ativa e propaganda institucional.

06. Em relação às mensagens empregadas na promoção e venda de produtos e serviços, incluindo os bancários, não devem ser feitas ofertas de ação negativa.

São ofertas de ação negativa aquelas que

- (A) esclarecem o que não é fornecido na prestação do serviço.
- (B) exigem uma manifestação de não aceitação pelo cliente.
- (C) impactam os clientes que não fazem parte do público-alvo da empresa.
- (D) são dirigidas especificamente ao público da terceira idade.
- (E) utilizam mensagens subliminares para convencimento do público.

07. Na estrutura organizacional de um banco, marketing não é uma função exclusiva de um departamento. É uma área em que todos devem atuar, principalmente os funcionários que trabalham diretamente na função de vendas e atendimento, pois são responsáveis por

- (A) aprovar as campanhas de comunicação do banco.
- (B) entender e satisfazer as necessidades dos clientes.
- (C) ouvir as confidências individuais da clientela.
- (D) preparar as propagandas a respeito da empresa.
- (E) transmitir informações pessoais aos bancários.

08. Na ocasião do atendimento, seja na definição do preço e das condições de venda, seja na aceitação ou não da proposta, é inaceitável a(o)

- (A) discriminação de qualquer pessoa com base em raça, cor, religião.
- (B) divisão dos correntistas com base na capacidade de investimento.
- (C) omissão de informações importantes sobre a vida particular do atendente.
- (D) separação dos clientes por idade, sexo, renda ou estado civil.
- (E) discernimento em relação à condição financeira do cliente.

09. Quando o atendente de um banco utilizar-se de comparações com a concorrência para ressaltar as vantagens dos serviços prestados em sua agência, ele deve ter por princípio a utilização de

- (A) dados de cunho psicológico ou emocional.
- (B) fatores que dificultem o entendimento das características dos produtos concorrentes.
- (C) comparações entre serviços de natureza e épocas diferentes.
- (D) informações objetivas e que sejam passíveis de comprovação.
- (E) pesquisas de opinião sem a fonte e sem a data dos dados recolhidos.

GABARITO DAS QUESTÕES

- 1) B
- 2) C
- 3) B
- 4) E
- 5) C
- 6) B
- 7) B
- 8) B
- 9) D