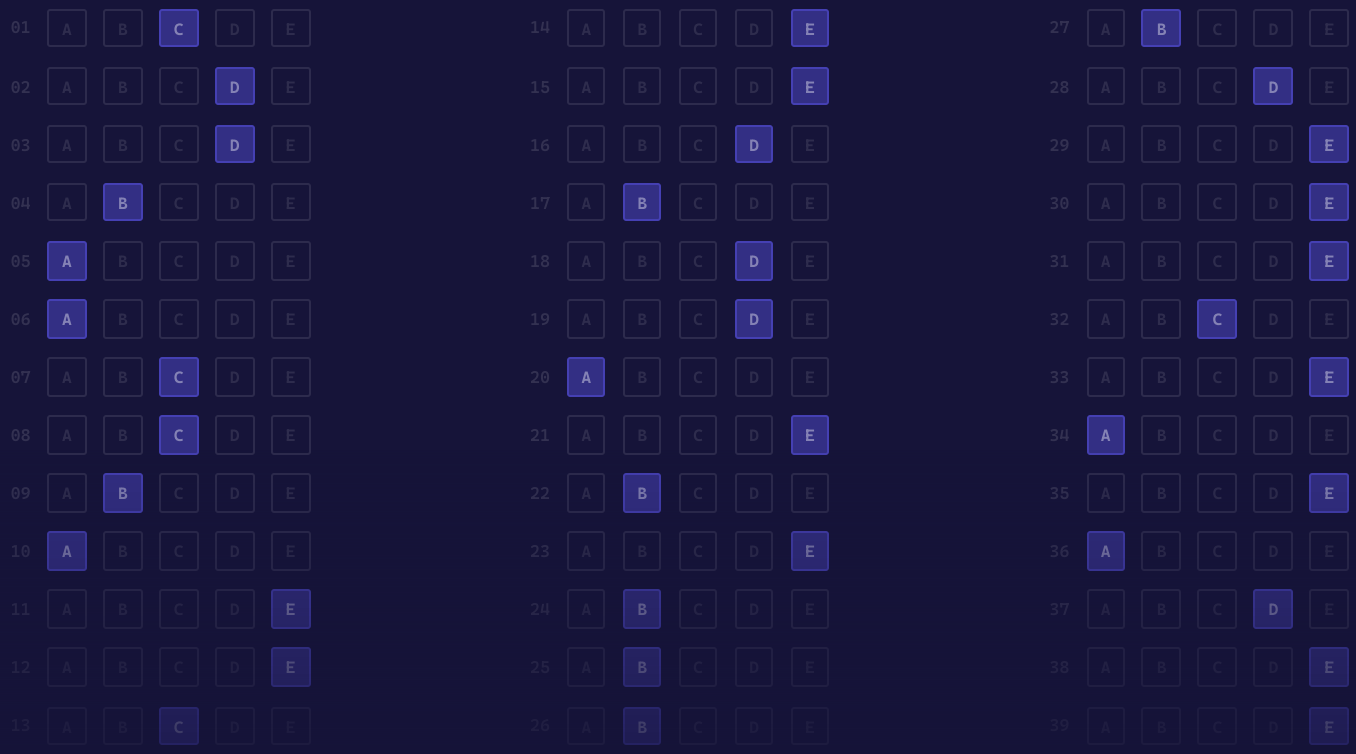
MOMETRIX
SMARTER PREP. BETTER RESULTS.



PRACTICE QUESTIONS

Ocean Engine Digital Marketing Competence Certification

OMC1G

数字营销师-汽车在线销售顾问（初级）

EDITION	QUESTIONS	FORMAT
Demo	9	Limited Edition PDF

WEB www.mometrix.net

SUPPORT support@mometrix.net

Before you begin

What this is

9 practice questions for Ocean Engine Digital Marketing Competence Certification `OMC1G`, each with its answer key and an explanation. Answer a question before you read its key — the explanation is worth more once you have committed.

If something looks wrong

Send us three things and we will check it:

- the exam code, `OMC1G`
- the question number
- the email address on your order

Write to **support@mometrix.net**. We reply within one business day.

mometrix.net

QUESTION 1 SINGLE CHOICE

在汽车行业数字化营销场景中，线上销售顾问的核心职责是什么？

A 仅负责线下展厅的车辆交付工作

B 通过在线渠道为潜客提供车型咨询、留资跟进及到店邀约等服务

C 只负责广告素材的设计与制作

D 负责汽车生产线的质量检测

ANSWER B

WHY 汽车线上销售顾问的主要职责是通过电话、IM、企业微信等线上渠道，为潜客提供专业的产品咨询、解答疑问、促进留资并邀约到店，提升线索转化率。其他选项均不是其核心职责。

QUESTION 2 SINGLE CHOICE

某客户关注车辆的空间表现、舒适度以及长途出行能力，那么这位客户最可能属于哪一类购车人群？

A 追求时尚个性的年轻首购群体

B 注重家用与舒适的家庭用车群体

C 偏好极致驾驶性能的性能车爱好者

D 关注科技与智能配置的极客群体

ANSWER B

WHY 关注空间、舒适度以及长途出行能力，是典型的家庭用车群体需求特征。家庭用户在选车时通常优先考虑乘坐空间、舒适性配置以及长途出行的可靠性，因此 B 项最符合该客户的画像。

mometrix.net

QUESTION 3 MULTIPLE CHOICE

以下哪些属于当前主流的汽车行业线上获客渠道？(Choose two.)

A **短视频与直播平台（如抖音）**

B 户外高速路边广告牌

C **垂直汽车媒体与汽车之家类平台**

D 报纸分类广告

ANSWER **A** · **C**

WHY 短视频/直播平台以及垂直汽车媒体是当前汽车行业最重要的线上获客渠道，能够精准触达潜客并形成有效留资。户外广告牌和报纸分类广告属于传统线下渠道，并非当前主流的线上获客方式。

QUESTION 4 SINGLE CHOICE

收到一条新的汽车销售线索后，线上销售顾问应在多长时间内进行首次响应最为合适？

A 24 小时内

B 3 个工作日内

C **越快越好，建议在 5 分钟内响应**

D 一周内统一处理

ANSWER **C**

WHY 线索的响应速度直接影响转化率。研究与行业实践均表明，线索产生后越快联系客户，转化概率越高。线上销售顾问应尽量在 5 分钟内进行首次响应，以抓住客户的兴趣窗口期。

mometrix.net

QUESTION 5 SINGLE CHOICE

在与客户进行首次线上沟通时，下列哪种做法最为专业和有效？

A 立刻向客户推荐价格最高的车型

B 直接发送多个车型报价单让客户自行选择

C 先了解客户的购车需求与预算，再针对性推荐

D 不询问需求，直接邀请到店

ANSWER C

WHY 专业的线上销售流程强调以客户需求为中心。先了解客户的用途、预算、关注点等信息，再进行针对性推荐，能够提高沟通效率并增强客户信任，是线上销售顾问应遵循的标准动作。

QUESTION 6 SINGLE CHOICE

在与客户介绍车辆时，做竞品对比的主要目的是什么？

A 贬低竞争对手品牌以提升自家品牌形象

B 通过客观对比突出自身产品优势，帮助客户做出购买决策

C 让客户对竞品产生困惑，无法做出选择

D 体现销售顾问对行业知识的掌握，与成交无关

ANSWER B

WHY 竞品对比的目的不是攻击对手，而是基于客户需求客观呈现各车型在空间、动力、配置、性价比等维度的差异，帮助客户理解自身产品的优势，从而辅助决策、提升成交可能性。

mometrix.net

QUESTION 7 MULTIPLE CHOICE

以下哪些指标通常用于衡量汽车线上销售顾问的工作成效？(Choose two.)

A **线索响应率**

B 线索到店率

C 展厅咖啡机使用次数

D **成交转化率**

ANSWER **A · D**

WHY 线索响应率反映销售顾问对线索的响应速度与服务质量，成交转化率反映最终的成交能力，两者均为衡量线上销售顾问工作成效的核心 KPI。展厅咖啡机使用次数与销售工作无直接关联。

QUESTION 8 SINGLE CHOICE

在邀约客户到店试驾前，下列哪一动作最为关键？

A **与客户确认到店时间、车型及试驾路线**

B 直接发送一张店铺地址截图

C 催促客户立刻下定

D 不必提前确认，到店再说

ANSWER **A**

WHY 成功的到店邀约需要提前与客户确认到店时间、试驾车型、路线以及所需准备的证件等关键信息，以确保客户到店后能够顺利体验，减少客户流失。直接催定或不提前确认都会降低到店率。

mometrix.net

QUESTION 9 SINGLE CHOICE

当客户表示“再考虑一下”时，最合适的处理方式是?

A 直接挂断，不再跟进

B 礼貌询问客户具体顾虑点，针对性地进行解答并约定再次沟通时间

C 不断降价逼单

D 立刻拉黑客户

ANSWER B

WHY “再考虑一下”通常是客户存在未被解决的真实顾虑。线上销售顾问应主动探询顾虑点（如价格、油耗、保值率等），针对性解答，并约定下一次沟通时间，保持线索温度。简单放弃或一味降价都会损害转化与品牌。

mometrix.net