

# PASSEXAM 問題集

更に上のクオリティ 更に上のサービス



1年で無料進級することに提供する  
<http://www.passexam.jp>

**Exam** : **810-403J**

**Title** : **Selling Business Outcomes**

**Version** : **DEMO**

1. 顧客の利害関係者は、ビジネス結果ベースの販売アプローチにとって重要な理由は何ですか？

- A. ステークホルダー戦略はビジネスニーズに影響を与え、ビジネスニーズを変更するプロジェクトに関与するためです。
- B. ステークホルダーは、組織の一部であるか、組織に経腸的なパートナーで構成されています。
- C. 関連する潜在的なステークホルダーは、顧客およびセールスの専門家の組織的および機能的な役割全体に存在するためです。
- D. 利害関係者の懸念事項、利害関係、権力、影響力を理解することがステークホルダーエンゲージメントを成功させる

**Answer: C**

2. ビジネスランドスケープとコンテキストを理解するための構造化プロセスはどれですか？

- A. ビジネス成果キャンバス
- B. ビジネスキャンバスアプローチ
- C. ビジネスモデルアウトターン
- D. ビジネスモデルキャンバス

**Answer: D**

3. 行動のための顧客サポートを求めるとき、影響力のあるコミュニケーションを計画するために使用されたフレームワークはどれですか？

- A. ビジネスモデルキャンバス“
- B. 7つの要素
- C. ステークホルダー分析マトリックス
- D. 原則的な交渉

**Answer: B**

4. どのような2つの選択肢が、ビジネス結果ベースの販売の財務上の利点を提供しますか？（2つを選択してください）

- A. プロセスの効率と新しいソリューションの市場投入時間の短縮
- B. 新しい考え方と新しい能力
- C. アカウンタビリティの向上とリソース使用のより良い理解
- D. CAPEXの削減とプロジェクトコストの削減

**Answer:CD**

5. ビジネス結果の間接的なメリットはどれですか？（2つを選択してください）

- A. 改善された顧客満足度。
- B. メンテナンス契約費用の削減
- C. IT資産の購入価格の引き下げ
- D. 新しいソリューションの市場投入時間の短縮

**Answer: A,D**