

1 顧客關係管理導論

學習評量

1. 顧客關係管理的目的為何？請簡述之。
2. 何謂「顧客關係管理」？有何內涵？
3. 請簡述您認為的顧客關係管理架構？
4. 請簡述顧客關係管理資料處理的四大實施步驟？
5. 請簡述 Swift(2000)顧客關係管理的四大運作循環。

模擬測驗

- () 1. 「Customer Relationship Management」的中文翻釋是？
A. 供應鏈管理 B. 企業資源規劃 C. 電子商務 D. 顧客關係管理
- () 2. 「顧客關係管理」的英文縮寫是？
A. SCM B. CRM C. KM D. ERP
- () 3. McKinsey 麥肯錫公司(1999)認為，顧客關係管理的定義為何？
A. 是「持續的關係行銷」
B. 是科技管理的行銷方式
C. 是公司主導顧客買賣的行銷方式
D. 以上皆非
- () 4. 顧客關係管理的定義 目前已由何單位或國家完成統一解釋？
A. 日本 B. 美國 C. 聯合國 D. 目前尚未有統一之定義
- () 5. 下列何者不是顧客關係管理所要提昇的目標？
A. 顧客獲取率 B. 顧客流失率 C. 顧客獲利率 D. 顧客保留率
- () 6. CRM 被定義為一種管理方式、實施程序、模式或資訊系統都是要達到何種目的？
A. 促進顧客關係 B. 顧客利益極大化 C. 企業利潤極大化 D. 以上皆是
- () 7. 根據美國的經驗，與現有的顧客做生意，成本約只有開發新顧客的百分之幾？
A. 六分之一至八分之一
B. 五分之一至七分之一
C. 五分之一至八分之一
D. 六分之一至七分之一
- () 8. 80/20 法則告訴我們，企業 80%的利潤來自於 20%的什麼？
A. 策略 B. 顧客 C. 競爭者 D. 合作夥伴
- () 9. 企業經常把焦點放在「獲取新顧客」上，卻往往忽略了本身原有的顧客群，造成何種效應？
A. 「混沌效應」 B. 「蝴蝶效應」 C. 「旋轉門效應」 D. 「衝突效應」

() 10. 日本人力資源學院認為，完整的顧客關係管理架構應該包含下列幾項要素？

- A. 「資料倉儲」、「資料探勘」及「申訴中心」
- B. 「資料倉儲」、「資料探勘」及「資料開發中心」
- C. 「資料倉儲」、「資料探勘」與「電話客服中心」
- D. 「資料倉儲」、「資料分析中心」及「資料探勘」

() 11. NCR 公司認為 CRM 可以說是一套包括哪些要件的循環過程？

- A. 「知識發現」、「市場規劃」、「顧客互動」、「分析與修正」
- B. 「知識發現」、「市場規劃」、「顧客互動」、「產出效益」
- C. 「產品製造」、「市場規劃」、「顧客互動」、「分析與修正」
- D. 「知識發現」、「行銷導向」、「顧客互動」、「分析與修正」

() 12. SEQUENT 公司在其所提出的 CRM 解決方案中認為，CRM 應分為幾個階段？

- A.五個階段 B.四個階段 C.三個階段 D.二個階段

() 13. CRM 將會為企業帶來競爭優勢，但仍有些障礙橫阻其中，下列何者不是金控業者建置 CRM 時的主要障礙？

- A.心態上仍舊未能擺脫舊思維，對顧客所知有限
- B.缺乏整合流程及聚焦點，而以技術問題視之
- C.缺乏大筆資金投入後續平台之建置
- D.以上皆是

() 14. 顧客關係的四大循環過程其順序為何？(1)知識發現(2)顧客互動(3)市場規劃(4)分析與修正。

- A.1234 B.1324 C.3214 D.3124

() 15. CRM 的資料處理循環為何？(1)資料、資訊的蒐集(2)資料、資訊的展現與應用(3)資料、資訊的儲存與累積(4)資料、資訊的分析與整理。

- A.1342 B.1234 C.1432 D.1243

() 16. 顧客關係是一種以顧客為中心的經營模式，下列敘述何者有誤？

- A.顧客獲取率:是指企業尋找，發掘有潛力的消費者
- B.顧客保留率:是指顧客留下來的機率
- C.顧客滿意度:是指顧客對其產品/服務品質的期望與實際感受後，所感受到的滿意或失望程度
- D.顧客忠誠度: 是指顧客對對企業的認同感、涉入程度、歸屬感

() 17. 由於 CRM 具備有多面向性，因此其內涵亦具有多面向性，就企業功能面來說，不包含下列何者？

- A.行銷 B.銷售 C.顧客服務 D.資料倉儲

() 18. 企業經常把焦點放在「獲取新顧客」上，卻往往忽略了本身原有的顧客群，造成何種效應？與 9.重覆

- A. 「蝴蝶效應」 B. 「旋轉門效應」 C. 「衝突效應」 D. 「連鎖效應」

() 19. Winer 的流程觀,其順序為何?(1)與目標顧客群建立關係(2)隱私權考量(3)獲取目標顧客群(4)決定目標客群(5)建立衡量指標(6)資料庫分析(7)建立顧客活動資料庫。

A.7654321 B.7123546 C.7614235 D.7643125

() 20. 范錚強從系統觀的角度,提出顧客關係管理的整合架構,將一般顧客關係管理的議題分為四大區塊,下列何者不屬於「核心運作」?

A.行銷管理 B.銷售管理 C. 資料探勘 D. 顧客服務與支援