

## 浙江省 2020 年 10 月高等教育自学考试

## 销售客户管理试题

课程代码:10516

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

## 选择题部分

## 注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 15 小题,每小题 2 分,共 30 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 人力资源、组织结构、信息技术和以客户为导向的企业文化属于企业 CRM 战略中的
  - A. CRM 远景和目标
  - B. CRM 实施基础
  - C. CRM 核心活动
  - D. CRM 战略评价
2. 企业用新产品和新服务来与新客户建立交易关系,企业不但要试着应付完全不同以往的新客户,还要解决新产品技术上的问题。企业的这种客户战略是
  - A. 客户忠诚战略
  - B. 客户扩充战略
  - C. 客户获得战略
  - D. 客户多样化战略
3. 企业与客户处于彼此熟悉、了解的阶段,并进行着试探性的交易,客户对企业的收益贡献率很小。此时处于客户生命周期阶段中的
  - A. 发展期
  - B. 衰退期
  - C. 稳定期
  - D. 考察期
4. 客户无法使企业盈利,他们的要求很多,超过了与他们的消费支出水平和盈利能力对应的要求,有时他们是问题顾客,企业为这些客户服务,往往得不偿失。根据客户价值进行细分,此类客户属于
  - A. 重铅层级
  - B. 黄金层级
  - C. 钢铁层级
  - D. 铂金层级

5. 将呼叫中心分为自建自用型呼叫中心、外包服务型呼叫中心和ASP型呼叫中心,其所依据的分类标准是
- A. 分布地点                      B. 使用性质                      C. 呼叫类型                      D. 采用技术
6. 被称之为“自动的业务代表”的呼叫中心关键构件是
- A. PBX                              B. 人工座席代表                      C. IVR 系统                      D. CTI 服务器
7. 客户期望从自己所购买的产品和服务中所得到的好处和利益。这属于影响客户忠诚因素中的
- A. 客户满意                      B. 利益相关性                      C. 关系信任                      D. 客户价值
8. ERP 和 CRM 等软件的引入,更加有利于企业与客户之间的互动。这属于客户互动驱动因素中的
- A. 营销观念的转变                      B. 信息技术推动的管理方式转变  
C. 营销环境的变化                      D. 与信息技术相结合的营销方式的转变
9. CRM 系统的模块不包括
- A. 销售                              B. 营销                              C. 客户服务与支持                      D. 财务
10. CRM 系统中的客户信息类型不包括
- A. 团体性数据                      B. 促销性信息  
C. 交易性数据                      D. 描述性信息
11. 根据事物的特征对其进行聚类或分类,以期从中发现规律和典型模式,这种数据挖掘方法是
- A. 遗传算法                      B. 粗糙集方法                      C. 模糊逻辑                      D. 聚类分析
12. 电子邮件自动回复功能、基于原因的时间识别功能、常见问题回答等,这是 e-CRM 应用领域中的
- A. 电子营销                      B. 电子销售                      C. 电子服务                      D. 电子商城
13. 消费者需求越来越多样化、个性化,为了使消费者满意,企业不得不把注意力集中在顾客身上,让产品真正为客户而订制。因此,网上销售客户管理对企业经营理念所提出的要求是
- A. 交易过程更加透明                      B. 以客户为中心的企业文化  
C. 企业门户内涵的改变                      D. 寻求企业与客户双赢的机会
14. 完成率、准时装运率、退回订单量、客户订单周期等指标,属于 CRM 运作绩效评价中的
- A. 供应链和物流运作                      B. 销售运作  
C. 现场服务运作                      D. 营销运作

15. 企业为了获得长远的财务业绩,必须创造出达到客户满意的产品和服务,这体现了BSC法的

- A. 财务角度                      B. 流程角度                      C. 改进角度                      D. 客户角度

二、多项选择题:本大题共5小题,每小题2分,共10分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。

16. 客户分类的具体指标主要有

- A. 客户风险程度                      B. 客户忠诚度                      C. 客户年限  
D. 客户规模                          E. 客户信用等级

17. 客户资产的推动因素主要有

- A. 价值资产                          B. 商标资产                          C. 维系资产  
D. 品牌资产                          E. 固定资产

18. 基于态度忠诚和行为忠诚两个维度,客户忠诚可以分为

- A. 激励忠诚                          B. 潜在忠诚                          C. 不忠诚  
D. 惯性忠诚                          E. 绝对忠诚

19. CRM 系统实施失败的原因主要有

- A. 缺乏客户战略                      B. 没有对企业进行调整  
C. 数据质量问题                      D. 厂商的选择和关系处理  
E. 缺乏测量标准

20. 数据仓库的基本特征主要有

- A. 数据是面向主题的                      B. 数据是集成的  
C. 数据是随时间变化的                      D. 数据是不可更新的  
E. 数据是随机的

## 非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、简答题:本大题共5小题,每小题5分,共25分。

21. 如何提高客户保持水平?  
22. 简述客户终身价值的含义及其组成。  
23. 简述外包呼叫中心的优势。

24. 企业通过与客户互动,能够得到哪些好处?
25. e-CRM 系统的构成与功能方面应包括哪些内容?

**四、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。**

26. CRM 战略实施的关键成功因素有哪些?
27. 信息技术实现 CRM 系统的一般步骤是什么?

**五、案例题:本大题共 2 小题,第 28 小题 7 分,第 29 小题 8 分,共 15 分。**

前几天,某地一位移动手机用户在一个移动营业厅网点前向人抱怨:之前在营业厅购买的手机质量出现问题,代理商推三阻四地不管,造成对营业厅工作人员以及移动品牌很差的印象。这时,一位移动营业厅工作人员主动走上前去,在问明具体情况后,建议他提供出现质量问题的手机及相关购机发票,并代替其积极争取补救措施。在这位营业厅工作人员与代理商进行交涉中,首先查明事情的缘由,并向客户说明其中原委,通过补救措施挽救了移动品牌在其心目中的印象。事后,客户很感激,与该工作人员加了微信,成为了好朋友。

问题:

28. 何谓客户抱怨? 你认为哪些因素可能会导致客户抱怨?
29. 企业制定服务补救策略有哪些要点? 服务补救能给企业带来哪些好处?