

تعداد سوالات: تستی: ۲۰ تشریحی: ۵

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۴۵

سری سوال: یک ۱

درس: مدیریت روابط مشتری

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت فناوری اطلاعات(کسب و کار الکترونیک) ۱۳۱۸۳۵۰

۱- برای مدیریت مشتری باید از درک کدام گزینه شروع کرد؟

- ۰۱ ارزشها و رفتارهای مشتری
۰۲ نگرشها و گروه سنی مشتری
۰۳ ارزشها و گروه سنی مشتری
۰۴ رفتارها و نیازهای مشتری

۲- برای قضاوت در مورد عملکرد کسب و کار کدام گزینه شاخص مناسب تری است؟

- ۰۱ سهم بازار و میزان رضایت مشتریان
۰۲ بازخوردهای مستقل از تحلیلگران و نرخ رشد صنعت
۰۳ درصد فروش و نرخ بازگشت سرمایه
۰۴ میزان نیل به اهداف و کارایی منابع

۳- مهمترین مسئولیت گروههای بازاریابی در شرکتها چیست؟

- ۰۱ مدیریت نام و نشان تجاری
۰۲ برنامه ریزی و تدوین استراتژی
۰۳ تبلیغات
۰۴ بازاریابی پایگاه داده

۴- مهمترین علت حرکت شرکتها به سمت CRM کدام است؟

- ۰۱ مشتری محور بودن CRM
۰۲ تقاضای مشتریان
۰۳ اجبار (فشار ناشی از) فناوری
۰۴ افزایش سود

۵- دو بعد کلیدی در تحلیل داده های بازاریابی کدام است؟

- ۰۱ محصول و بازار
۰۲ مشتری و محصول
۰۳ مشتری و بازار
۰۴ محصول و رقبا

۶- کدام یک از موارد زیر در تعریف داده کاوی مورد تاکید قرار می گیرد؟

- ۰۱ مخازن عظیم داده ها
۰۲ استخراج اطلاعات
۰۳ تصمیمات کسب و کار
۰۴ بازاریابی راهبردی

۷- عملیات اصلی داده کاوی تحت کدام فعالیتها طبقه بندی می شود؟

- ۰۱ استخراج، بخش بندی، وابستگی
۰۲ استخراج، بخش بندی، گرایش
۰۳ وابستگی، بخش بندی، گرایش
۰۴ استخراج، بخش بندی، ادغام

۸- طرقي که شرکتها در دانش مشتری سهیم شوند، از چه چیزهایی تاثیر می پذیرد؟

- ۰۱ قوانین محافظت از داده ها، نوع داده، فرآیند تسهیم
۰۲ قوانین محافظت از داده ها، نوع صنعت، فرآیند خرید
۰۳ قوانین محافظت از داده ها، نوع داده، فرآیند خرید
۰۴ قوانین محافظت از داده ها، فرآیند تسهیم، راهبرد شرکت

۹- هنگامی که کانالهای توزیع از اطلاعات مشتریان استفاده می کنند و آنها را نیز در اطلاعات سهیم می کنند از چه نوع CRM استفاده می کنند؟

- ۰۱ CRM عملیاتی
۰۲ CRM راهبردی
۰۳ CRM تحلیلی
۰۴ CRM مشارکتی

تعداد سوالات: تستی: ۲۰ تشریحی: ۵

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۴۵

سری سوال: ۱ یک

درس: مدیریت روابط مشتری

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت فناوری اطلاعات(کسب و کار الکترونیک) ۱۳۱۸۳۵۰

۱۰- روش زیر مربوط به کدام نوع مدیریت مشتری است؟

«در این مدل شرکت حجم زیادی از داده ها درباره افراد جمع آوری می کند و سعی می کند کل ارائه هایش به مشتری کاملا منطبق بر نیازهای شخصی وی باشد»

۱. بازاریابی شفاف ۲. CRM کلاسیک ۳. یک به یک ۴. فروش خالدار

۱۱- کدامیک از گزینه های زیر مزایای فناوری بی سیم را شامل می شود؟

۱. قابلیت تماس، سرعت در فعالیت، شناسایی خودکار منبع، کاهش هزینه، ارتقا کیفیت اطلاعات
۲. افزایش سودآوری، سرعت در فعالیت، کاهش هزینه، ارتقا کیفیت اطلاعات
۳. شناسایی خودکار منبع، کاهش هزینه، ارتقا کیفیت اطلاعات، افزایش حریم خصوصی
۴. افزایش حریم خصوصی، قابلیت تماس، سرعت در فعالیت، شناسایی خودکار منبع

۱۲- با توجه به محیط جهانی امروزی، چه چیزهایی در مدیریت مشتری نباید تغییر کند؟

۱. زنجیره تامین ۲. مدل مدیریت مشتری ۳. مدیریت محتوا ۴. اخلاق در مدیریت

۱۳- از موقع شروع مدیریت مشتری در یک شرکت تا جایی که مدیریت مشتری با فلسفه بازاریابی شرکت یکپارچه می شود، به ترتیب از راست به چپ به چه نوع مهارت هایی نیاز است؟

۱. فردی، فنی، مدیریتی ۲. مدیریتی، فردی، فنی ۳. فنی، فردی، مدیریتی ۴. مدیریتی، فنی، فردی

۱۴- انجام تحقیق درباره نگرش و رفتار کارکنان در حین برنامه پیاده سازی CRM به چه چیز کمک می کند؟

۱. شناسایی نقاط ضعف، بهتر کردن نتایج
۲. تشخیص آموزش و پشتیبانی از نیازها، ارتقا محصول
۳. شناخت بهتر مشتریان، شناسایی نقاط ضعف
۴. تعیین پاداش، بهتر کردن نتایج

۱۵- پنج عامل کلیدی موفقیت در CRM کدام است؟

۱. راهبرد مدیریت مشتری، مدل‌های مدیریت مشتری، پیاده سازی، زیرساختها، افراد
۲. راهبرد مدیریت مشتری، مدل‌های مدیریت مشتری، زیرساختها، افراد، برنامه ها
۳. راهبرد مدیریت مشتری، مدل‌های مدیریت مشتری، زیرساختها، برنامه ها، گرفتن بازخورد
۴. راهبرد مدیریت مشتری، معماری مدیریت مشتری، زیرساختها، افراد، برنامه ها

تعداد سوالات: تستی: ۲۰ تشریحی: ۵

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۴۵

سری سوال: ۱ یک

درس: مدیریت روابط مشتری

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت فناوری اطلاعات(کسب و کار الکترونیک)۱۳۱۸۳۵۰

۱۶- دلایل اصلی تغییرات سریع در وظایف بازاریابی چیست؟

۱. ورود راحت رقبا، وجود کالاهای جایگزین، حذف مقررات دست و پا گیر، تقسیم زنجیره ارزش
۲. ورود راحت رقبا، وجود کالاهای جایگزین، سلیقه های مشتریان، تقسیم زنجیره ارزش
۳. ورود راحت رقبا، خصوصی سازی صنایع دولتی، حذف مقررات دست و پا گیر، تقسیم زنجیره ارزش
۴. ورود راحت رقبا، وجود کالاهای جایگزین، سلیقه های مشتریان، فشار تامین کنندگان

۱۷- «تحويل خدمت بهتر از رقباى محلى»، موضوع اصلى رقابتى کدام نوع از خدمات مى باشد؟

۱. محلی
۲. ملی
۳. چند کشوری
۴. بین المللی

۱۸- عواملی که موجب علاقه به خطوط هوایی می شوند کدام است؟

۱. قیمت، تعداد سفر، فاصله
۲. تعداد سفر، فاصله، کانالهای مورد استفاده
۳. تعداد سفر، قیمت، کانالهای مورد استفاده
۴. سرعت، فاصله، کانالهای مورد استفاده

۱۹- مسائل مالی محصول شامل چه چیزهایی می شوند؟

۱. طرحهای پرداخت، وام، بیمه
۲. گارانتی، بیمه، قیمت
۳. اشانتیون، شرایط فروش، وام
۴. گارانتی، بیمه، اشانتیون

۲۰- کدام عوامل موجب کاهش گرایش به تغییر از یک محصول می شوند؟

۱. قیمت، تبلیغات
۲. تبلیغات، توزیع محصول
۳. قیمت، شهرت برند
۴. رضایت از برند، رضایت از خدمات

سوالات تشریحی

۱.۴ نمره

۱- دو محرک اصلی رشد CRM را تشریح کنید.

۱.۴ نمره

۲- اهداف تحقیقات بازار را تبیین نمایید.

۱.۴ نمره

۳- مفهوم مدیریت ارزش مشتری (CVM) را به اختصار توضیح دهید.

۱.۴ نمره

۴- کارتهای هوشمند چگونه در بازاریابی و CRM مورد استفاده قرار می گیرند؟ تشریح کنید.

۱.۴ نمره

۵- استراتژی های مدیریت مشتریان وفادار خرده فروشی را به اختصار توضیح دهید.