

۱) داده های مربوط به حوزه های مختلف که خود دارای دیتابیس های جداگانه هستند چه می نامند؟

۱- Data Base ۲- Data Warehouse ۳- CRM ۴- Data Mart

۲) در مرحله اولیه بازار که کدام دهه زمانی توانسته جذابیت هایی را بدست آورد؟

۱- ۱۳۷۰-۱۳۸۰ ۲- ۱۳۸۰-۱۳۹۰ ۳- ۱۳۹۰-۲۰۰۰ ۴- ۲۰۱۰-۲۰۲۰

۳) مزایایی که در تکامل سیستمهای CRM وجود دارد شامل چه کسانی می باشد؟

۱- مشتریان و فروشندگان ۲- سازمانهای دولتی ۳- شرکت های خصوصی ۴- فقط مشتریان

۴) چهار کارکرد اصلی کسب و کار از دید پیرز و راجرز کدامند؟

الف- تعامل با مشتری، کشف دانستنیها، برنامه ریزی بازار، تجزیه و تحلیل و پلایش

ب- تعامل، شناخت، ایجاد ارتباط، اتصال

ج- تصدی مالی پایگاه داده مشتری، تولید، تدارکات و ارائه خدمات، ارتباطات با مشتری، توزیع و تدارکات

د- تصدی مالی پایگاه داده مشتری، تولید، ایجاد ارتباط، ارتباطات با مشتری، شناخت

۵) چهار مولفه کلیدی CRM را بر اساس مدل سوئیفت (Swift)

الف- برنامه ریزی بازار، تعامل با مشتری، ایجاد ارتباط، اتصال

ب- تعامل، شناخت، ارتباطات با مشتری، توزیع و تدارکات

ج- ایجاد ارتباط، اتصال، ارتباطات با مشتری، توزیع و تدارکات

د- تعامل، شناخت، ایجاد ارتباط، اتصال

۶) ایجاد چشم انداز موثر CRM مستلزم کدام موارد است؟

الف- تعریف معنی CRM برای موسسه، شناخت، اتصال

ب- تعامل، شناخت، ترسیم تصویر آنچه سازمان می خواهد برای مشتری

ج- تعریف معانی CRM برای موسسه، اهداف را تعیین کنند، تصویری را که سازمان برای مشتریان هدفش می باشد، ترسیم کنند

۷) ابزار جذب و حفظ مشتریان ارزشمند از نظر اقتصادی، و دفع و حذف موارد غیر ارزشمند اقتصادی مربوط به کدام گزینه

است؟ الف- CRM ب- icrm ج- ecrm د- tcrm

۸) کدام گزینه زیر به سازمان ها کمک میکند ارتباط رقابتی صحیحی با مشتریان برقرار کرده و مزیت رقابتی پایدار خود را

بهبود دهند؟ الف- icrm ب- dcrm ج- cmo د- tcrm

۹) فلیپ کانلر صاحب نظر نامی بازاریابی، مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری را بخشی از مفهوم چه میدانند.

الف- کار الکترونیکی ب- کسب و کار الکترونیکی ج- سفارش سازی د- هیچکدام

۱۰) رویکردهای عرفی تر هدف گذاری کردن مشتریان انتخابی شامل کدامیک از روشهای بازاریابی است؟

الف) بازاریابی انبوه (همگانی) ب) تبلیغات چاپی ج) بازاریابی مستقیم د) بازاریابی یک به یک

۱۱) هر مشتری پایگاه داده ای باید بر اساس سودآوری حال و آینده اش برای سازمان مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. این مفهوم

با کدام گزینه مطابقت دارد؟

الف) MCK ب) CRM ج) LCV د) Clickstream

۱۲) کدام مولفه جزء مدل راسل برای تشریح فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان بر روی وب نمی باشد؟

الف) ایجاد پایگاه داده ای ب) معیار سنجش موفقیت ج) مسائل حریم شخصی د) سفارشی سازی

۱۳) انبار داده و کاوش داده مربوط به کدام فناوری CRM می باشد؟

الف: مدیریت ارتباط با مشتری عملیاتی ب: مدیریت ارتباط با مشتری تحلیلی

ج: مدیریت ارتباط با مشتری مشترک د: مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری

۱۴) یکی از فناوری های CRM است که این دسته از نرم افزارها بر خودکارسازی افقی فرآیندهای یکپارچه سازی مثل

فرآیند نقطه تماس با مشتری، مسیرهای ارتباطی و یکپارچه سازی ادارات پس خوان سازمان تاکید دارند.

الف: مدیریت ارتباط با مشتری تحلیلی ب: مدیریت ارتباط با مشتری مشترک

ج: مدیریت ارتباط با مشتری عملیاتی د: کاوش داده ها

- ۱۵) هدف کلی ایجاد مدل هایی برای تصمیم گیری و پیش بینی رفتارها بر اساس تجزیه و تحلیل فعالیت گذشته است.
الف: انبار داده ب: کاوش داده ج: دانش قلمرو کاری د: تحلیل نیازها
- ۱۶) کدام یک از موارد زیر جزء پروژه های CRM محسوب نمی شود؟
الف) یکپارچه سازی سیستم ها ب) مولفه های بازده سرمایه گذاری
ج) مهندسی فرایند د) تجزیه و تحلیل اطلاعات
- ۱۷) در سطح _____، CRM بر بهره برداری از داده های مشتریان در عملیات بازاریابی و فروش تاکید دارد.
الف) راهبردی ب) عملیاتی ج) مشتری مداری د) تحلیلی
- ۱۸) کدام یک از موارد زیر جزء شاخص های نگرشی نرم محسوب نمی شود؟
الف) رضایت مشتریان ب) تمایل به خرید ج) میل به پیشنهاد خرید به دیگران د) میانگین خرید هر مشتری
- ۱۹) از فروشندگان سیستم های موجود در بازار کدام موارد زیر خواسته می شود؟
الف. هزینه پایین تر مالکیت ب. اجرای سریعتر سیستم ج. چارچوب زمانی اجرا د. قابلیت پیش بینی هزینه ها
- ۲۰) پروتون برای کمک به سازمان ها جهت موفقیت در اجرای CRM کدام موارد زیر را معرفی و ترکیب کرده است؟
الف. دیدگاه مالی-دیدگاه مشتری ب. کارت امتیاز CRM-شش سیگمای استراتژیک
ج. لایه بندی معیارهای CRM-انتخاب معیارهای CRM د. انتخاب مشاوره-محدود ساختن انتخاب
- ۲۱) کدام موارد زیر جزء دیدگاه های اجرا CRM نیست؟
الف. دیدگاه متدولوژی ب. دیدگاه مالی ج. دیدگاه مشتری د. دیدگاه عملیاتی
- ۲۲) چه اقداماتی باعث مشکلات جدی پروژه و معمولاً شکست را تسریع میکند چیست؟
الف - اقدامات تک نفره * ب - اقدامات گروهی ج - کارها را سریع انجام دادن د - داشتن عادات کاری مخرب
- ۲۳) شناسایی ریسکها به منظور گروه بندی آنها رابه دسته های گسترده مفید تقسیم می کنند آنها کدامند؟
الف - ریسکهای افراد و فرایندها ب - ریسکهای محصول و فناوری
ج - مدیریت ریسک د - ریسکهای افراد و محصول و فرایند و ریسکهای فناوری*
- ۲۴) تدوین استراتژی CRM در بخش بندی مشتریان چگونه نیست؟
الف) تعریف و حسابرسی بازار ب) مبنی بر چرخه حیات مشتری ج) تجزیه و تحلیل توانمندیها د) تجربیات مشتری
- ۲۵) طراحی مجدد فرآیندهای کسب و کار فاقد کدام چارچوب است؟
الف) نقاط تماس و فرآیند مشتریان ب) فرآیند کلیدی از دیدگاه مشتریان
ج) اولویت بندی فرآیندها برای مشتریان د) نظارت بر تجربه مشتری
- ۲۶) در معیارهای سنجش کدام شاخص های درونی و بیرونی موفقیت و شکست CRM نیست؟
الف) نظارت بر تجربه مشتری ب) تعیین و اندازه گیری سطح تحقق اهداف CRM
ج) فرآیند حسابرسی بر روی مشتریان د) ابزاری برای مدیریت تغییر
- ۲۷) سبکهای رهبری که شامل: مهندسی، دستور دهی، آموزش دهی و جامعه پذیری است هیچ کدام بر دیگری برتری ندارد و انتخاب هر کدام از آنها بستگی به دارد.
الف- رهبر سازمان ب- موفقیت های گذشته شان ج- مراحل اولیه تغییر د- سبکهای مشارکتی
- ۲۸) شاخص ترین فروشنده CRM در بازار کدام شرکت؟ و چند درصد بازار؟
الف: اوراکل ۳۰ درصد ب: ناتل ۳۵ درصد ج: سیپل ۳۶ درصد د: ساپ ۴۰ درصد
- ۲۹) دومین شرکت نرم افزار دنیا در ارائه محصولات پایگاه داده ای کدام است؟
الف: اوراکل ب: پیپل سافت ج: سیپل د: ناتل
- ۳۰) شرکت بزرگترین شرکت عرضه کننده نرم افزارهای درون سازمانی در جهان میباشد
الف: ساپ ب: erp ج: ناتل کلاریفای د: پیپل سافت
- ۳۱) کدام یک از مولفه های زیر جزء مدل یکپارچگی تاکتیکی CRM میباشد؟
الف: رهبری ب: انطباق ج: متمایز سازی د: شناخت

- ۳۲) روش بهینه سازی ارتباط با مشتریان با استفاده از آخرین فناوری های اطلاعات یا مدل های کسب و کار است:
 الف- بازاریابی ارتباط با مشتری ب- مدیریت ارتباط با مشتری ج- عملیات ایجاد ارتباط د- فرایند خرید و فروش
- ۳۳) هدف اصلی CRM چیست؟
 الف- سودآوری، درآمد و بازاریابی ب- رضایت مشتری، سودآوری و جذب مشتری
 ج- افزایش سودآوری، درآمد و رضایت مشتری د- رضایت مشتری، درآمد و بازاریابی
- ۳۴) یکی از پیشروان CRM میباشد:
 الف- کاترین سیوان ب- پاتریشا سیبولد ج- موریس جان د- جک دیولد
- ۳۵) کدام یک از موارد زیر از مسیر های ارتباطی در ارتباط الکترونیکی با مشتری (ECRM) نیست؟
 الف (دسترسی تمام وقت ب) دسترسی سریع و ارزان به اطلاعات ج) امنیت ارتباط با مشتری د) ایجاد ارتباطات در هر مکان و فاصله
- ۳۶) مدیریت ارتباط با مشتری از طریق مسیر های ارتباطی ممکن بر حفظ رابطه با مشتریان تکیه دارد؟
 الف (تمام وقت ب) سود آور د) سریع و ارزان ج) دو طرفه
- ۳۷) ارتباط الکترونیکی با مشتری (ECRM) کدامیک از موارد زیر را به عنوان مسیر مهم ارتباطی مد نظر قرار می دهد؟
 الف) وب سایت ب) CRM ج) ایمیل د) اینترنت
- ۳۸) کدام شرکت ذیل به مشتریان خود اجازه سفارش دهی بهنگام کالا و خدمات رایانه (طراحی و تحویل درب منزل) را میدهد؟
 ۱- شرکت DELL ۲- شرکت سامسونگ ۳- شرکت اپل
- ۳۹) کدامیک از دو مورد ذیل از فواید ارتباط با مشتری محسوب نمی شود؟
 ۱- کمک به مشتریان جهت سرویس دهی به خود ۲- بر مشتریان نهایی محصولات و خدمات سازمانها تمرکز دارد.
- ۴۰) کدام مورد از قابلیت های ارتباطی ECRM نمی تواند باشد؟
 ۱- دسترسی محدود و پرهزینه برای افراد ۲- تعامل ترزان و اختصاصی شده با افراد.
- ۴۱) آنتون و پستماس عامل را شناسایی کرده اند که شاخصه فعالیت های CERM موسسات را تشکیل میدهد؟
 ۱- ۲۵- عامل ۲- ۱۴- عامل ۳- ۱۱- عامل ۴- ۲۶- عامل
- ۴۲) این توضیح به کدام مورد از انواع فناوریهای CRM مربوط می گردد؟
 " این دسته از برنامه های کاربردی عملیاتی به سازمانها این توانایی را می دهند که از مشتریان شان از طریق وب مراقبت کرده و مشتریان نیز به صورت بهنگام Online به صورت خودشان می رسند "
- الف : مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری
 ج : سیستم یکپارچه سازی موسسه
 ب : مدیریت ارتباط با مشتری مبتنی بر موبایل
 د : انبار داده
- ۴۳) ابزارهای می توانند به سرعت نشان دهند که اطلاعات متناسب با موضوع خاصی در کجا واقع شده است .
 الف : پایگاه داده ب : نرم افزاری اینترنت ج : کاوش داده ها د : تعامل اطلاعات
- ۴۴) مزیت های سرعت استقرار، مقیاس پذیری ، اجازه ی تعامل با سایر سیستم ها مربوط به است .
 الف : اینترنت ب : اینترنت ج : نرم افزارهای Portal د : فناوریهای CRM
- ۴۵) مهمترین بازیگر در فرایند بازاریابی CRM به شمار می آید؟
 الف-مدیر فعالیت CRM ب- مدیر بخش بندی CRM ج-مدیر کانال تماس د-تحلیل گر
- ۴۶) طراحی محصولات از وظایف این شخص است؟
 الف-مدیر کانال تماس ب-مدیر بخش بندی CRM ج-مدیر فعالیت CRM د-تحلیل گر
- ۴۷) مسئول هماهنگ سازی مسیرهای مختلف ارتباط و تقویت تمام مسیرهای تماس با مشتری است؟
 الف-مدیر فعالیت CRM ب- مدیر بخش بندی CRM ج-مدیر کانال تماس د-تحلیل گر
- ۴۸) کدامیک از موارد ذیل از مولفه های سیستم های ساده مستند سازی نیست؟
 الف) اینترنت ب) ابزارهای ایجاد برنامه کاربردی ج) پایگاه داده ای برای به جریان انداختن سیستمها د) ابزارهای مستند سازی و نگهداری
- ۴۹) سیستمهای مدیریت محتوا سازمان را قادر می سازد که.....

الف) فرآیند مستند سازی وبه هنگام سازی را محدود کنند. ب) از هر داده ای استفاده کنند.
 ج) نمایش داده ها را اداره نمایند. د) اجازه به هنگام سازی را نمی دهند.
 ۵۰) ارائه محتویات صحیح به اشخاصی که بتوانند به عنوان بخشی از فرایند وارد شده وداده ها را بصورت پویا تغییر دهند. کدام است؟

الف) هدف ب) داده ج) پروژه د) اطلاعات
 ۵۱) مشتری اصلی کسی است که

الف- در مقابل تعویض عرضه کننده مقاومت کرده و تمایلی قوی دارد.
 ب- سازمان را به عنوان عرضه کننده مرجح خود انتخاب می کند. ✓
 ج- مبالغ بیشتری صرف می کند.
 د- می تواند مدنظر بازار هدف قرار گیرد.

۵۲) یکی از عمده ترین مشکلات اجرای CRM

الف- تغییر فرایندهای کاری موجود و رفتارهای انسانی ✓
 ب- استراتژی های جذب، توسعه و حفظ مشتریان
 ج- اجرای مرحله ای CRM
 د- بازه زمانی اجرای CRM

۵۳) کدام یک از گزینه های زیر یکی از هفت مرحله تبدیل (تغییر) مشتری می باشد.

الف- جذب مشتری ب- حفظ مشتری ج- مشتری تکراری ✓ د- توسعه مشتری
 ۵۴) داده های منبع را در سیستم به منظور تعیین محتویات کیفیت وساختار بندی آنها بررسی میکند.

ورود مشخصه سازی از داده های منبع # مخزن طراحی
 ۵۵) در این مرحله نوعی تعامل سازگار با کاربر برای دسترسی اسان به تمام اطلاعات موجود فراهم می شود.

ورود # مخزن طراحی آماده سازی داده

۵۶) در این مرحله داده ها در سه بعد ستونی سطری بین جداول تجزیه و تحلیل می شود تا مدل کاملا نرمال شده ای از داده های منبع بدست می آید.

الف- مشخصه گذاری داده ها # ب- طراحی ج- مخزن د- ورود

۵۷) این توضیح به کدام بعد از مدل آمادگی سازمان برای اجرای CRM اشاره دارد؟ (توسعه نرم افزاری CRM به پیروی از سیستمهای در مقیاس بزرگ ERP مدیریت مشتریان را بصورت یک استراتژی کسب و کار در می آورد)

الف : بعد اجتماعی ب : بعد فناورانه ج : بعد فکری د : بعد اقتصادی

۵۸) سازمانها نیازمند جستجو و اصلاح روشهای مدیریت داده های حاصله از CRM میباشدند تا اطلاعات ارزشمندی را از مشتریان نشان بدست آورند. این توضیح مربوط به ... است ؟

الف : برنامه کاربردی CRM ب: ظرفیت IT سازمان ج : مدیریت دانش د : دانش قلمروکاری

۵۹) گام دوم از گامهای طراحی موفق سیستم مدیریت ارتباط با مشتری ... است ؟

الف : اختصاصی سازی و نمونه سازی ب : تجزیه و تحلیل نیازمندیها ج: استقرار برنامه د : حساسی بعد از اجرا

۶۰) دانش مشتری پیش نیاز تامین نیازهای آینده مشتریان و بهبود ----- است.

الف) کسب و کار ب) فرایند های تولید ج) فرآیندهای مدیریت د) نواقص مدیریت

۶۱) کارت امتیاز سازمان محوری در بعد مالی بر روی چه چیزی تمرکز دارد؟

الف) ارائه ارزش به مشتری ب) ارائه ارزش به ذی نفعان ج) افزایش وفاداری و سودآوری د) نیل به ارزش کسب و کار

۶۲) کدام معیار شاخص دانش مشتری نیست؟

الف) جذب مشتری (تعداد) ب) بازاریابی از طریق وب ج) تعداد صفحات بازدید شده روزانه د) کل هزینه مدیریت مسیره

۶۳) از دیگاه گالبریث و راجرز یکی از روشهای تضمین وفا داری مشتری چیست ؟

الف - عدم فراموش کردن آنها ب - سفارشی سازی محصول ج - ایجاد ارتباطات شخصی شده د - افزایش رضایت مشتریان

۶۴) یکی از اهداف CRM از نقطه نظر نول چیست ؟

الف - شناسایی ارزشهای خاص هر بخش از مشتریان ب - بهبود فرآیند ارتباط با مشتری

ج - ارائه محصولات صحیح به هر مشتری د - سود آوری مشتری

۶۵) CRM از نقطه نظر کالا کوتا و رایبسنون چیست ؟

الف - نوعی چارچوب و استراتژی کسب و کار

ب - استفاده از اطلاعات یکپارچه

ج - طرفه جویی در هزینه ها و افزایش تولید

د - بهبود میزان موفقیت

۶۶) کدام یک از موارد زیر جزء نکاتی میباشد که در طراحی وظایف باید مد نظر قرار گیرد ؟

الف) تقسیم کار (ب) طراحی شغل (ج) عدم اطمینان (د) جبران خدمات

۶۷) این جمله به کدام یک از مولفه های زیر اطلاق می شود : ((این مولفه تغییر سازمانی به آزادی کارکنان از ذهنیت "خط

تولید" اطلاق می شود که تمرکز کارکنان را بر مسائل مربوط به مشتری ممکن می سازد))

الف) فرسایش (ب) سازماندهی مجدد (ج) آموزش (د) توانمند سازی

۶۸) سیستم های تخصیص منابع مربوط به کدام یک از متغیرهای اصلی ساختار سازمانی می باشد؟

الف) سیستم های پاداش (ب) ساختار (ج) فرآیندهای اطلاعات و تصمیم (د) افراد

۶۹) عمده ترین موضوعات در هر مقیاس ار برنامه های ایجاد وفاداری چیست؟

الف) مسئله مالی (ب) مسئله خدماتی (ج) مسئله فروش (د) مسئله حقوقی

۷۰) بر اساس قانون پاره تو ----- درآمد سازمان از ----- از مشتریان آن بدست می آید.

الف) ۸۰٪، ۲۰٪ (ب) ۸۰٪، ۱۰٪ (ج) ۲۰٪، ۸۰٪ (د) ۱۰٪، ۸۰٪

۷۱) ابتدا باید در کدام یک از موارد زیر در سازمان ایجاد وفاداری را انجام داد؟

الف) کارکنان (ب) تجهیزات کاربری (ج) نرم افزار های سازمانی (د) فروشندگان

۷۲) نتیجه رهبری موثری که گروه پروژه رابه سمت رسیدن به اهداف هدایت می کند چیست؟

الف) روحیه (ب) انگیزش* (ج) اجبار (د) معیار

۷۳) کدام گزینه سبب ایجادمشکلات بعدی درمدیریت کارکنان و فرآیندها گشته و اولین دسته ازجدی ترین اشتباهاتی است

که یک پروژه رابه شکست می کشاند؟

الف) عدم جمع آوری نقطه نظرات کاربران. (ب) کارکنان ضعیف یا نامناسب پروژه.

ج) فقدان مهارت مدیریتی ورهبری* (د) انگیزش ضعیف تیم پروژه.

۷۴) یکی ازمداول ترین اشتباهاتی که در زمینه عدم اعمال مدیریت ریسک وفعالیت های تخفیف دهنده به شکست پروژه

کمک می کند کدام گزینه می باشد؟

الف) ریسک های محصول. (ب) فقدان مهارت مدیریتی و رهبری.

ج) مفروضات اصلی پروژه به نظر می رسدواقعی نباشد. (د) فقدان فرآیند یا مستندات رسمی مدیریت ریسک.*

۷۵) مرحله شامل نتیجه گیری از دانش به دست آمده می باشد.

الف) کشف دانش (ب) تحلیل و پالایش* (ج) برنامه ریزی بازار (د) تعامل با مشتری

۷۶) کدامیک از موارد زیر از مراحل چرخه فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری از دیدگاه تام نمی باشد؟

الف) تعامل با مشتری* (ب) یادگیری دانش (ج) تحلیل و پالایش (د) برنامه ریزی بازار

۷۷) هدف اصلی مرحله برنامه ریزی همه نقاط تعامل با مشتری با تمام مسیرها است.

الف) حداقل کردن سازگاری* (ب) حداکثر کردن سازگاری (ج) متعادل کردن سازگاری (د) از بین بردن سازگاری

۷۸) کدام یک از فواید CRM محسوب نمی شود؟

الف) وفاداری مشتری (ب) سودآوری بیشتر (ج) خلق ارزش در مشتری (د) سودآوری کمتر

۷۹) کدام یک از فواید متداول معیار ارزیابی CRM نمی باشد؟

الف) صرفه اطلاعاتی (ب) بازده مدیریت (ج) تحلیل ارزش (د) وفاداری مشتری

۸۰) کدام یک از موارد زیر جزء گام های مدل کیم،سو و هواننگ برای ارزیابی میزان اثربخشی طرح های مدیریت ارتباط با

مشتری نمی باشد؟

الف) تعیین اهداف CRM (ب) تحلیل هزینه ها (ج) استراتژی CRM (د) تحلیل روابط علت و معلول

۸۱) به دلایل سازمانی ، اشتباهات معمول تاکتیکی به چند گروه اصلی تقسیم می شود

الف - دو ب - سه ج - پنج د - هفت

۸۲) کدام مورد از تعریف ضعیف فرایندهای کاری سازمان منصوب میشود؟

الف - فرایندهای فرعی ب - فرایندهای سازمانی ج - ایرادهای استراتژیکی د - ایرادهای کلاسیک

۸۳) اشتباهات معمول و تاکتیکی سازمانها کدام یک از گزینه ها نمی باشد؟

الف - اشتباهات افراد ب - اشتباهات فرایند ج - اشتباهات معصوم د - اشتباهات مدیریت

۸۴) کدام گزینه از گام های مدل DMAIC نمی باشد؟

*-اندازه گیری که هدف ان گام اندازه گیری عملکرد فعلی فرایند

*-گام کنترل که هدف ان گام نظارت برنتایج و بهبود مستمر عملکرد فرایند

*-گام تجزیه وتحلیل که هدف ان تعریف انتخاب و اجرای تغییراتی که سبب بهبود عملکرد فرایند میشوند.

*-گام تعریف که هدف ان تعریف فرصت بهبود فرایند(مثل پاسخ،نرخ خطاوامثالهم)

۸۵) کدام گزینه مسعولیت شش سیگمای استراتژیکی می باشد؟

*-انتفاع از شش سیگما * -گزارش میزان پیشرفت شش سیگما

*-طراحی و اجرا کارت امتیاز CRM * -تهیه منابع و کارکنان شش سیگما

۸۶) تهیه عمق دانش طراحی و اجرا کارت امتیاز نقش کلیدی کدام گزینه می باشد؟

*-رهبران گروه طراحی کارت امتیاز * -گروه استراتژی CRM

*-کمیته راهبردی کارکرد CRM * -متخصصان مسایل خاص

۸۷) کلید بازاریابی موفق شرکت های خدمات مالی در ----- نهفته است .

الف (مدیریت داده √) ب (مدیریت کارکنان ج (مدیریت زمان

۸۸) نرم افزار مورد نظر انیشور کو، ابزاری است که راه حل های نو آورانه ای را پیشنهاد دهد که برای ----- ، ----- طراحی شود .

الف (معتبر سازی ، آماده سازی داده ها ، انتقال ب (تسریع یکپارچه سازی داده ها ، انتقال ، هماهنگ سازی √

ج (معتبر سازی ، تسریع یکپارچه سازی داده ها ، انتقال

۸۹) نرم افزار انیشور کو چه فعالیت هایی را انجام می دهد نام ببرید ؟

الف (شناسایی فیلدهای ناسازگار ، بازشناسی فیلدهای منبع ، قیمت گذاری محصول ، صرفه جویی در زمان

ب (ورود ، مخزن ، طراحی ، آماده سازی داده ها ، شناسایی فیلدهای ناسازگار.

ج (ورود ، مشخصه سازی از داده های منبع ، مخزن ، طراحی ، ترسیم نقشه اهداف ثابت . √

۹۰) کدام یک از روشهای ارزیابی برنامه های ایجاد وفاداری نمی باشد ؟

الف : شاخص رضایت مشتری ب : بخش بندی مشتریان

ج : درک مشتری و میل به وفاداری آنها د : ارزش مدت حیات مشتری

۹۱) این موضوع به کدام قوانین ایجاد وفاداری در مشتریان تأثیر دارد ؟ (تحقیقات نشان می دهد پاسخگویی سازمانها برای ادراک مشتری از خدمات سازمان اثرات بسیاری دارد)

الف : تقویت پاسخگویی ب : ذخیره داده ها در یک پایگاه داده ج : ابتدا خدمت سپس فروش کالا د : همکاری با شرکا

۹۲) هدف استفاده از این روش ارزیابی ایجاد وفاداری ، کسب بینش عمیق تری در تعامل بین مشتری و عرضه کننده است ؟

الف : ارزش حیات مشتری ب : شاخص رضایت مشتری ج : ارتباط با مشتریان د : بخش بندی مشتریان

۹۳) یکی از عوامل کلیدی موفقیت CRM محسوب می شوند.

الف:انتخاب حامیان اجرایی ✓ب:کارکنان ج:انتخاب شرکای واقعی د:انتخاب متدولوژی صحیح

۹۴) یکی از روش های انتخاب CRM.....می باشد.

الف:اجرای سریع نرم افزار ب:هزینه های سالیانه پشتیبانی و نگهداری

ج:توان تولیدگزارش طبق خواسته سازمان د:تامین سیستم CRM از بیرون ازسازمان ✓

۹۵)جهت درک و پشتیبانی از نرم افزار جدید CRM گام مهمی در فرآیند اجرا محسوب می شود.

الف: درگیر کردن افراد ب: آموزش افراد ج: گردهم آوردن افراد د: ایجاد یک طرح کاری

۹۶) فقدان طرح جامع یا به عبارتی نداشتن یک طرح جامع کدام یک از موارد زیر را به همراه دارد؟

الف - محدود سازی ریسک ب- ارتباطات ضعیف ج- پایین آمدن بهره وری √ د- بازده سریع سرمایه گذاری

۹۷) در زمینه شکل بندی ظاهر محصول و سفارشی سازی بسته های نرم افزاری استاندارد CRM کدام مورد را نباید در نظر گرفت؟

الف- بازده مالی √ ب- کیفیت ج- تدوین و آماده سازی سریع د- اطلاعات در مورد محصول

۹۸) ساده نگه داشتن محصولات کدام مورد زیر را به همراه دارد؟

الف- پایین آمدن بهره وری ب- هزینه کمتری سیکل پروژه کوتاهتر √

ج- پایین آمدن کیفیت د- شکست در کسب نظرات متخصصان بیرونی

- ۱) CRM نوعی فناوری است که همه سازمانها میتوانند در آینده بدون آن دوام داشته باشند؟ ص غ
- ۲) CRM اغلب سازمان ها را ملزم می کردند تا روش های عملیاتی خود را با استفاده از ابزار های جریان کار و روش های تعبیه شده در آن ها تغییر می دهد؟ ص غ
- ۳) بر اساس مدل سوئیفت تعامل یعنی: بده بستان های بین سازمان و مشتری صحیح غلط
- ۴) کشف دانسته ها اولین چرخه فرآیند CRM، تحلیل مشخصه های مشتریان و استراتژی های سرمایه گذاری است. صحیح غلط
- ۵) گارتنر و برخی دیگر از صاحب نظران، مدیریت ارتباط با مشتری را نوعی استراتژی می دانند. صحیح غلط
- ۶) چهار مولفه کلیدی CRM بر اساس مدل سوئیفت شامل: تعامل، تعیین اهداف، یف معنی CRM برای موسسه، اتصال می باشد؟ صحیح غلط
- ۷) دسترسی سریع و ارزان به اطلاعات از قابلیت های شناخته شده در ارتباط الکترونیکی با مشتری (ECRM) است. صحیح غلط
- ۸) فقدان رهبری و مدیریت قوی باعث ایجاد جو سیاسی و موقعیت های بی ثبات ناپایداری میشود که نهایتاً پروژه را به شکست می کشاند. صحیح غلط
- ۹) عدم درک نیازمندیهای کلیدی یا حذف آن ها معمولاً به خاطر ارتباطات و مستندات ضعیف صورت می گیرد. صحیح غلط
- ۱۰) انگیزشی که در تیم ظاهر می شود معیار مستقیم اثر بخش مدیر پروژه است صحیح غلط
- ۱۱) زمانیکه نمی دانید که چه عواملی ارتباط با مشتریان تان را بر می انگیزاند نیازمند عملیات مدیریت ارتباط یکپارچه با مشتریان نیست. صحیح غلط
- ۱۲) CRM برای اداره ارتباط رقابتی با مشتریان طراحی نشده است. صحیح غلط
- ۱۳) ایجاد مزیت رقابتی پایدار در بلند مدت از مزایای مدیریت CRM نمی باشد. صحیح غلط
- ۱۴) شرکتهایی که در ربع اول قرار دارند مثل (بانکها یا خرده فروشی ها) در تشکیل پایگاه داده ایی مشکل خاصی ندارند و شرکتهای ربع چهارم بیشترین مشکلات را در ایجاد پایگاه داده ایی دارند. صحیح غلط
- ۱۵) هدف از تجزیه و تحلیل Clickstream با لا بردن نرخ "تبدیل" یعنی درصد مشتریان مشاهده شده نسبت به خریداران واقعی است. صحیح غلط
- ۱۶) ابزارهای کاوش داده میتوانند به سرعت نشان دهند که اطلاعات متناسب با موضوع خاصی در کجا واقع شده است. صحیح غلط
- ۱۷) پیشرفت eCRM با کسب و کار الکترونیکی همراه بوده است که کسب و کار سنتی را از تولید انبوه به سفارش سازی انبوه تبدیل می کند. صحیح غلط
- ۱۸) کاوش داده ترکیبی از فناوری هایی است که هدف آن یکپارچه سازی مؤثر پایگاه های داده ی عملیاتی در محیطی است که استفاده استراتژیک از داده ها را امکان پذیر می سازد. صحیح غلط (انبار داده)
- ۱۹) مدیریت ارتباط با مشتری تحلیلی نوعی مرکز ارتباطی و شبکه هماهنگی است که با هدف ارائه مسیرهای عصبی به مشتریان و تامین کنندگان عمل می کند. صحیح غلط (مدیریت ارتباط با مشتری مشترک)
- ۲۰) CRM یک راهبرد هسته ای کسب و کار است که فرایندها و کارکرد های درونی و شبکه های بیرونی کسب و کار را با هم تلفیق می کند تا با ایجاد وارائه ارزش برای مشتریان هدف به سود دست یابد. صحیح (الف) صحیح (ب) غلط
- ۲۱) در فرمول قراردادی ROI، بازده همان سود تعریف می شود. صحیح (الف) صحیح (ب) غلط
- ۲۲) شاخص های عملکرد نتایج CRM را می توان به صورت دسته جمعی و کلی نگرانه تر مورد سنجش قرار داد. صحیح (الف) صحیح (ب) غلط
- ۲۳) یکی از محرک های CRM یکپارچه سازی مسیر های توزیع و فروش است. صحیح (الف) صحیح (ب) غلط
- ۲۴) پرس وجو پیرامون واحد خدمت به مشتری شرکت تولیدکننده نرم افزار جزء انتخاب سیستم مناسب است؟ ص غلط

- ۲۵) پرسش پیرامون توانایی سفارشی سازی جزء اجرا سیستم است؟ ص غ
- ۲۶) کارت امتیاز CRM یکی از ابزارهای قوی اندازه گیری عملکرد می باشد؟ ص غ
- ۲۷) فرایندهای که دانش و توانمندی های سازمان را به ارزش خاص مشتری تبدیل می کند دیدگاه مشتری نامیده می شود؟ ص غ
- ۲۸) استراتژی CRM نگرشی رادر مورد نحوه ایجاد ارتباط با مشتریان ارزشمند ونحوه ایجاد وفاداری در آنان فراهم می آورد.. ص غ
- صحیح
- ۲۹) همکاری سازمانی به معنی تغییر فرهنگ، ساختار های سازمانی و رفتارهاست که در جهت ایجاد ارزش برای مشتریان با یکدیگر همکاری می کنند. صحیح
- ۳۰) تغییر رفتار کارکنان افراد بیشترین بازده سرمایه گذاری را برای CRM به همراه دارد. صحیح
- ۳۱) اهداف سازمانی باید با اهداف مشتریان پیوند نداشته باشد. غلط
- ۳۲) به نظر برخی محققان که حمایت مدیریت عالی سازمان را عامل کلیدی موفقیت می دانند: " حمایت مدیریت عالی سازمان به صورت ضمانت گسترده از نوآوری است." صحیح
- ۳۳) در مطالعات نشان داده شده است " که شانس موفقیت شرکتهای اجراکننده پروژه CRM که دارای قهرمانان سطح بالایی اند برابر بیش از مواردی است که انتظار می رود." صحیح
- ۳۴) بعد فکری CRM شامل: " استراتژی ، ساختار ، برنامه ریزی است." صحیح
- ۳۵) در مرحله برنامه ریزی بازار در فرآیند CRM باید مسیر توزیع و محصولاتی که به مشتریان خاص ارایه میشود تعریف شوند؟ صحیح غلط
- ۳۶) اتصال یکی از چهار مولفه کلیدی در استراتژی بازار یابی است؟ صحیح غلط
- ۳۷) اصطلاح نقاط تماس در CRM به انواع شیوه های تعامل مشتریان با سازمان اشاره دارد. جواب : ص غ
- ۳۸) سرمایه گذاری در فناوری CRM به خودی خود میتواند جایگزین برخورد بهتر بامشتریان شود. جواب : ص غ
- ۳۹) یکی از فاکتورهایی که برای سازمان حیاتی تر است تجربیات مشتریان است. جواب : ص غ
- ۴۰) رابطه بین مشتری و عرضه کننده دو مولفه هستند که میبایست در راس فهرست اولویت سازمان باشد. جواب : ص غ
- ۴۱) کسب و کار الکترونیکی بخش مهمی از مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری می باشد؟ (غلط)
- ۴۲) ایجاد وفاداری در مشتری کلید سود آوری در تجارت الکترونیک می باشد؟ (صحیح)
- ۴۳) یکی از راه های تمرکز بر روی تک تک مشتریان در وب ، اجازه دادن به مشتریان برای پیگیری وضعیت سفارشات خود می باشد؟ (صحیح)
- ۴۴) CRM عموماً بر روی وب ارزانتر و موثرتر کار میکند؟ صحیح غلط
- ۴۵) امروزه یافتن خواسته های اصلی مشتریان با وجود هزاران فروشگاه اینترنتی و صدها فروشگاه دیگر در بازار الکترونیکی امری سهل و آسان است. ۱-غلط ۲-صحیح
- ۴۶) بعد مهم مدیریت محتوا محل قرار گرفتن داده هاست. صحیح غلط
- ۴۷) اخیراً عرضه کنندگان خدمات برنامه های کاربردی تهیه کنندگان اصلی اینترنت برای سازمانهای ایالات متحده شده اند . صحیح غلط
- ۴۸) مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری به برنامه های کاربردی مشتری محور CRM مثل فروش خودکار بازاریابی خودکار موسسه و خدمت به مشتری اطلاق می شود . صحیح غلط
- ۴۹) مدیریت ارتباط با مشتری مستلزم رعایت پیشرفته ترین و پیچیده ترین فنون تحلیلی است. صحیح - غلط
- ۵۰) ایده اساسی CRM اینست که رفتار آینده مشتری توسط رفتار مشابه یا قبلی آنها تعیین میشود. صحیح - غلط
- ۵۱) درس گرفتن از اشتباهات برای آموزش کارکنان در مورد نحوه استفاده از CRM دارای اهمیت بسیاری است. صحیح - غلط
- ۵۲) سیستم مناسب CRM موفقیت بازاریابی را تضمین می کند. صحیح - غلط

- ۵۳) نگهداری محتویات نوعی توانائی را جهت به هنگام سازی ازراه دور محتویات برمبنای کنترل شده ای ارائه داده وبه سرعت تبدیل به روش استانداردوانجام امور کسب وکارشده است. صحیح غلط
- ۵۴) جدابودن الزامات مستندسازی وب سایت ونگهداری آن باعث می شود که بسیاری از تلاشهای سازمانها در اینترنت خنثی شود. صحیح غلط
- ۵۵) سرور وب مرکز انتشار هر سیستم تجارت الکترونیکی بوده وموتور محرکه تحویل اطلاعات ذخیره شده دراین سیستم است. صحیح غلط
- ۵۶) مشتریان بااستفاده از سیستمهای مدیریت محتویات خواهان کنترل وتسریع امور،همچنین کیفیت وسفارشی سازی محتواوظاهر سایت نیستند. صحیح غلط
- ۵۷) طرح های CRM که با فضای IT هدایت می شوند موفقیت بیشتری نسبت به طرح هایی دارند که با مدیریت بازاریابی،فروش و مدیریت عمومی هدایت می شوند. الف- صحیح ب- غلط ✓
- ۵۸) هر چه فرایندهای کاری نیاز بیشتری به تغییر داشته باشند ، مشاهده مزایای عینی CRM مدت زمان بیشتری به طول می انجامد الف- صحیح ✓ ب- غلط
- ۵۹) هرچقدر چرخه خرید کوتاه تر باشد مشتریان مزایای اجرای CRM را سریع تر تجربه می کنند. الف- صحیح ✓ ب- غلط
- ۶۰) هر چقدر شرکتی بزرگتر باشد به فواید استفاده از CRM زودتر دست می یابد. الف- صحیح ب- غلط ✓
- ۶۱) ارزیابی اولیه و دقیق منابع داده ای عملیاتی چند گانه سبب شناسایی مسایل در مراحل اولیه پروژه می شود صحیح
- ۶۲) سفارش سازی شامل انتخاب حوزه های کاری مربوطه وساختار اطلاعات وارد شده کارکنان در درون داده های منبع است. صحیح
- ۶۳) شرکت های خدمات مالی می دانند که کلید بازاریابی موفق آنها در مدیریت موثر داده هایشان نهفته است. صحیح
- ۶۴) در برنامه های کاربردی CRM احتمال موفقیت بستگی به کاهش حیطه ی پروژه پیچیدگی و سفارشی سازی برنامه کاربردی دارد. ص غ
- ۶۵) قابلیت انبارسازی داده ها عامل مهم توانمند سازی مدیریت دانش است. ص غ
- ۶۶) گام اول از گامهای طراحی موفق سیستم مدیریت ارتباط با مشتری گام استقرار برنامه است. ص غ
- ۶۷) سازمان ها تمام اطلاعات مربوط به هر مشتری را به منظور تسهیل بازاریابی وخدمات موثرتر در هم ادغام می کنند. الف(صحیح) ب(غلط)
- ۶۸) ارزش مشتریان با سفارشی سازی کالاها وخدمات،ارائه اطلاعات بیشتر و ارتقای کیفیت کار کاهش میابد. الف(صحیح) ب(غلط)
- ۶۹) بعد دانش مشتری بر یادگیری فناوری،درک نیازها و مشخصه سازی مشتریان که همگی برروشهای تعامل با مشتری تاثیر میگذارند تمرکز دارد. الف(صحیح) ب(غلط)
- ۷۰) می توان مرز های CRM را در سه سطح انتزاعی یعنی سطوح راهبردی،عملیاتی و تحلیلی تعریف نمود. الف(صحیح) ب(غلط)
- ۷۱) قانون پاره تو اذعان می دارد ۴۰٪ از مشتریان سازمان ۶۰٪ سود آوری را ایجاد می کنند. صحیح غلط
- ۷۲) از دیگاه بارنت سازمانها با اجرای CRM از رفتار غلط با مشتریان در فرآیند فروش اجتناب می کنند. صحیح غلط
- ۷۳) سفارشی سازی انبوه ؛ خدماتی است که نیازهای مشتریان را برآورده کرده یا فرآتر از آن باشد. صحیح غلط
- ۷۴) تغییرات صورت گرفته در تجارت الکترونیک عامل دیگر حرکت به سمت CRM است. صحیح غلط
- ۷۵) برای موفقیت سازمان،انتخاب ها باید از درون سازگار بوده و با استراتژی سازمان نیز همخوانی داشته باشد. (صحیح)
- ۷۶) یکی از وظایف ساختار،تقسیم وظایف به وظایف فرعی و محول کردن آنها به افراد است. (صحیح)
- ۷۷) توزیع جانبی قدرت به معنی تمرکززدایی و توزیع عمودی قدرت به معنی دادن اختیار به کارکنان ستادی است. (غلط)
- ۷۸) شکل یا قیافه سازمان با متوسط کنترل و نسبت تعداد مدیران به کل کارکنان اندازه گیری میشود (صحیح)

۷۹) سازمان ها مجبورند از ساختار سلسله مراتبی کارکردی به ساختار فرایند گرایی متمرکز شده بر ارزش مشتریان حرکت کنند.

ص _____ غ

۸۰) استفاده از رویکرد وفاداری به مشتریان ، نیازهای آنها ، نگرش های پایه ای نسبت به خرید به طور عمومی و به هر کدام از عرضه کنندگان خاص کالا یا خدمت بستگی دارد.

ص _____ غ

۸۱) هر سازمانی که بخواهد سطح بالای از وفاداری مشتریان را بدست آورد می بایست از کارکنان با سطح بالا از وفاداری برخوردار باشد.

ص _____ غ

۸۲) اجرای رویکرد وفاداری می بایست سبب فروش و سودآوری بیشتر شود.

ص _____ غ

۸۳) تمامی گرفتاری های پروژه به نوعی به مدیریت ضعیف یا رهبری غیر موثر برمی گردد؟ صحیح * غلط

۸۴) فقدان رهبری و مدیریت قوی باعث ایجاد جوسیاسی و موقعیت های بی ثبات و نا پایداری می شود که نهایتا پروژه رابه شکست می کشاند؟ صحیح * غلط

۸۵) تصمیم گیری در زمینه ی جذب کارکنان ، وانعقاد قرارداد نیز براساس سرعت دسترسی به آنها اتخاذ می شود؟

ص _____ غلط

۸۶) با انجام تجزیه و تحلیل هایی بینش حاصله از اطلاعات مشتریان به دست آمده و می تواند برای اصلاح ارتباطات ، قیمت ها و رویکردها و تمام ابعاد برنامه ریزی استراتژیک به کار می رود. * (۱) صحیح (۲) غلط

۸۷) توسعه IT جزء بعد فناورانه CRM است. * (۱) صحیح (۲) غلط

۸۸) چرخه فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری از دیدگاه تام شامل پنج مرحله است. (۱) صحیح * (۲) غلط (صحیح : شش مرحله)

۸۹) در حال حاضر روش های مرسوم مالی /حسابداری ارزیابی سرمایه گذاری از جمله گسترده ترین روش های مورد استفاده بازاریابان جهت ارزیابی میزان موفقیت CRM نمی باشد (الف) صحیح (ب) غلط

۹۰) گام اول مدل کارت امتیاز توازن تعیین رسالت و اهداف CRM است. (الف) صحیح (ب) غلط

۹۱) از آنجا که CRM پتانسیل جمع آوری و ذخیره سازی ترجیحات مشتریان را داراست میتواند امکان تولید محصولات جدید را فراهم آورده، محصولات فعلی را به شیوه خلاقانه سفارشی سازی کند. (الف) صحیح (ب) غلط

۹۲) گام دوم مدل کارت امتیاز توازن یافتن ارتباط بین فعالیت های CRM و اهداف کسب و کار است. (الف) صحیح (ب) غلط

۹۳) فقدان برنامه آموزشی تعریف شده میتواند به کارگیری crm را زمین گیر کند؟ ص _____ غ

۹۴) بسیاری از سازمان ها برای نسل هایی با فرهنگ سازمانی خود کار کرده اند که از فلسفه نوین ارتباط با مشتریان حمایت نمی کنند؟ ص _____ غ

۹۵) داشتن انتظارات غیر واقعی از رسیدن به تمام جنبه های چشم اندازه سازمانی از طریق اجرای crm ، باعث موفقیت پروژه گشته ؟ ص _____ غ

۹۶) برگزاری جلسات آزاد و مستقیم طرح سوال و ارایه باز خور میتواند اثرات منفی ارتباطات ضعیف را احداکثر سازد؟ ص _____ غ

۹۷) هدف گام بهبود (گام های مدل dmaic انتخاب و اجرای تغییراتی که سبب بهبود عملکرد فرایند می شوند).

ص _____ غلط

۹۸) هدف گام کنترل (گام های مدل DMAIC (نظارت بر نتایج و بهبود مستمر عملکرد فرایند) صحیح _____ غلط

۹۹) حوزه های بهبود عملکرد CRM به سرعت شناسایی می شوند. صحیح _____ غلط

۱۰۰) مشخص ترین نوع صرفه جویی ناشی از بکارگیری مشخصه گذاری داده ها ، در پروژه انیشورکو، تسریع خطوط زمانی پروژه است . صحیح ✓ _____ غلط

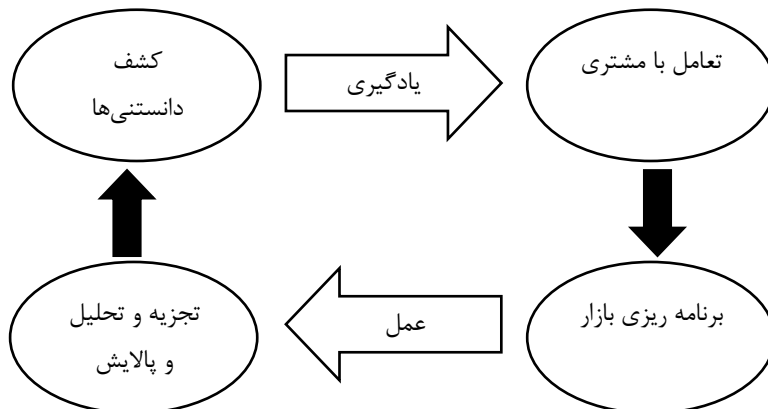
۱۰۱) نتایج به دست آمده در مشخصه گذاری داده ها در مخزن داده ها برای استفاده مجدد ذخیره می شود . صحیح ✓ _____ غلط

ص _____ غلط

۱۰۲) تعریف ورود در فعالیت های انیشورکو : داده ها را از منابع داده های IMS ، و روش دستیابی به انبارهای مجازی و رابطه ای ، برای مشخصه سازی داده ها استخراج و آماده می کند . صحیح ✓ _____ غلط

- ۱۰۳) مرکز داده های مدیریت مشتری: برای میسر سازی تحلیل محصولات ، مشتریان و نمایندگی ها بر اساس عملکرد مالی ، سود و هزینه های آن ها ایجا شده است .
 صحیح ص غلط غ
- ۱۰۴) رمز وفاداری ارائه ارزش است .
 صحیح ص غلط غ
- ۱۰۵) به منظور برآورد ارزش مدت حیات و سودآوری واقعی مشتریان سه مولفه هزینه جذب ، جریان هزینه ، اندازه رابطه مورد استفاده قرار می گیرد.
 صحیح ص غلط غ
- ۱۰۶) در بازارهای چند بعدی سازمانها می توانند سودآوری خود را با استفاده از بخش بندی بازار افزایش دهند .
 صحیح ص غلط غ
- ۱۰۷) یکی از روشهای شناسایی گروههای مشتریان ، شناخت مشتریان رابطه ای از مشتریان معاملاتی است .
 صحیح ص غلط غ
- ۱۰۸) یک شرکت نرم افزاری خوب بر روی مهندسی طراحی مشخصه های جدید محصول و ارتقای منظم آنها سرمایه گذاری می کند.
 صحیح ص غلط غ
- ۱۰۹) همه سازمان های نیازمند شدیدا سفارشی سازی CRM هستند.
 صحیح ص غلط غ
- ۱۱۰) یکی از اشتباهات متداول این است که سازمان ها اصلاح نرم افزارهای مربوطه را محدود می نمایند.
 صحیح ص غلط غ
- ۱۱۱) در نرم افزار مبتنی بر وب تنها یک سرور نصب می شود و به سازمان اجازه تغییرات نرم افزار، رابرویی سرور، تنها یک بار صورت می دهد.
 صحیح ص غلط غ
- ۱۱۲) کارکردن بدون داشتن طرح جامع مانند پرواز با یک هواپیمای بدون سازوکار است.
 صحیح ص غلط غ
- ۱۱۳) انتظار تحویل تمام کارکردهای لازم در یک مرحله موجب افزایش پیچیدگی و ریسک می شود.
 صحیح ص غلط غ
- ۱۱۴) کارکرد استاندارد محصول با حداقل سفارشی سازی تضمین دهنده زمان بندی محصول و افزودن کارکرد های بهتر در خارج از مجموعه کارکرد های محصول است.
 صحیح ص غلط غ
- ۱۱۵) نیازمندی های پروژه باید تکمیل گردد و نیازی نیست که توسط گروه درونی سازی شود.
 صحیح ص غلط غ

- ۱) یکی از عواملی که در این زمان تکامل CRM را ترغیب می کند را بنویسید؟
سیستم برنامه ریزی منابع موسسات و طرح های انبار کردن اطلاعات
- ۲) هدف اولیه بازار CRM چی می باشد ۲ مورد بنویسید؟ ۱- استاندارد سازی ۲- خودکار سازی برخی سیستم ها
- ۳) چهار مولفه کلیدی CRM را بر اساس مدل سویفت را نامبرده و توضیح دهید.
تعامل: مجموعه ای از بده بستان های بین سازمان و مشتری می باشد.
اتصال: ترسیم نقشه و مدیریت تماس بین سازمان و مشتری
شناخت: به دست آوردن بینش لازم از طریق جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات
ایجاد ارتباط: با بینش بدست آمده از شناخت مشتری می توان برای ارتباط با مشتری، عرضه کننده و شرکا به خلق ارتباطات ارزشمند بیانجامد
- ۴) چرخه فرآیند CRM معرفی شده توسط سویفت را نام برده و شکل آن را ترسیم نمایید.
کشف دانستنی ها - تعامل با مشتری - برنامه ریزی بازار - تجزیه و تحلیل و پالایش



۵) فرق بین CRM و ICRM را بنویسید.

CRM فرآیند بازاریابی استاندارد را برای اداره ارتباط موثر با مشتریان فراهم می آورد در حالی که icrm برای اداره ارتباط رقابتی با مشتریان طراحی شده است.

۶) مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری را از نظر فیلیپ کاتلر صاحب نظر بازاریابی را بنویسید.

مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری را بخشی از مفهوم کسب و کار الکترونیکی می داند که استفاده از ابزارها و سکوهای الکترونیکی را برای هدایت امور شرکت ها تشریح می کند و موسسات را قادر میسازد که به مشتریان خود سریعتر و دقیق تر، در دامنه زمانی و مکانی وسیع و با هزینه کمتری بتوان کالاها و خدمات به مشتری را سفرشی سازی و اختصاصی کرد.

۷) شرکت "ای تی اند تی" چه خدماتی را ارائه میدهد؟

شرکت "ای تی اند تی" سطوح مختلفی از خدمت به مشتریان را بر حسب سودآوری آنها در بازار مخابرات ارائه میدهد این شرکت برای مشتریان بسیار سودآور خود خدمات اختصاصی شده "Hot towel" را ارائه میدهد. اما برای مشتریان دارای سودآوری کمتر تنها خدمات خودکاری را فراهم می آورد.

۸) هدف از کاوش داده چیست؟

کاوش داده ها باهدف کشف رابطه پنهان بین داده ها از طریق استخراج،تبدیل،تجزیه و تحلیل ومدل سازی آنها از مقادیر عظیمی از داده های مبادلاتی در پایگاه داده ی سازمان صورت می گیرد. تا با ارائه الگویی جهت تصمیم گیری و پیش بینی مورد استفاده قرار گیرند.

۹) یکی از نرم افزارهای یکپارچه اثربخش فناوری CRM(سیستم یکپارچه سازی مؤسسه)چه نام دارد و چگونه عمل می کند؟
سیستم یکپارچه سازی برنامه های کاربردی موسسات (EAI) نام دارد که به صورت میان ابزاری بین سیستم CRM و سیستم های بجامانده قبلی عمل می کند.

۱۰) CRM را براساس استراتژیکی آن تعریف کنید.

مدیریت ارتباط با مشتری نوعی راهبرد کسب و کار است که با فناوری ترکیب گشته تا چرخه حیات کامل مشتری را به طور موثر اداره کند.

۱۱) رمبرانت مدیریت ارتباط با مشتری را چگونه تعریف کرده است؟

یک برنامه خوب مدیریت ارتباط با مشتری، آن‌ها را قادر می‌سازد که به اسانی اطلاعات مورد نیاز خود را در هر زمان از طریق وب سایت‌های تمام وقت، ابزارهای پست الکترونیکی سریع پیدا کرده، بتواند مشکلات را با یک انسان تا یک سیستم الکترونیکی گویا مورد بحث قرار دهند.

۱۲) چند نکته کلیدی در اجرای موفق CRM را بنویسید؟

انتخاب حامیان اجرایی و گروه حاکمه - داشتن تصویر کلی کار در ذهن - تأکید بر فرایندهای کاری بیش از فناوری - اجرای مدیریت تغییر - گروه هم آوردن گروه - انتخاب شرکای واقعی

۱۳) هموارسازی و موفقیت در فرایند اجرای سیستم را نام ببرید؟

ایجاد یک طرح کاری - برگزاری جلسه تماس اولیه - آماده شدن برای اصلاح - همه افراد را درگیر کنید. - تست قبل از راه اندازی - داده های پس خوان را یکپارچه کنید - طرح ارزیابی مستمر

۱۴) مدیریت ریسک را تعریف کرده و عدم اعمال آن باعث چه می شود؟

مدیریت ریسک یک فرایند مستمر و ثابت است و باید در تمام چرخه حیات پروژه اجرا شود عدم اعمال مدیریت ریسک و فعالیت های تخفیف دهنده یکی از متداول ترین اشتباهاتی است که به شکست پروژه کمک می کند

۱۵) علائم خطر مدیریت ریسک چیست؟ (۳ مورد)

*فقدان فرایند یا مستندات رسمی مدیریت ریسک *عدم برگزاری مستمر جلسات ارزیابی و شناسایی ریسک *عدم وجود ارتباطات آزاد به خاطر جو تیمی

۱۶) نشانه های کلاسیک مشکلات مدیریت ریسک چیست؟

*مشکلاتی ظاهر می شوند که باید از آنها اجتناب کرد یا پیش بینی شوند *برنامه زمانبندی پروژه به خاطر مسائل غیر منتظره ای به هم می خورد *برآورد های اولیه و وظایف باید به خاطر دسترسی به اطلاعات جدیدی دوباره انجام شوند *بهره وری و روحیه افراد پایین می آید

۱۷) پنج جزء مدیریت موفق تغییر در CRM را نام ببرید؟ ۱- رهبری ۲- مهارتها و شایستگی ها ۳- دانش ۴- سازمان ۵- مشوق ها

۱۸) نحوه طراحی برای نیل به اهداف CRM و کسب مزیت رقابتی چگونه است؟

برنامه کسب و کاری برای منبع یابی، حفظ و تنفیذ دارائی اطلاعات مشتریان طراحی شود.

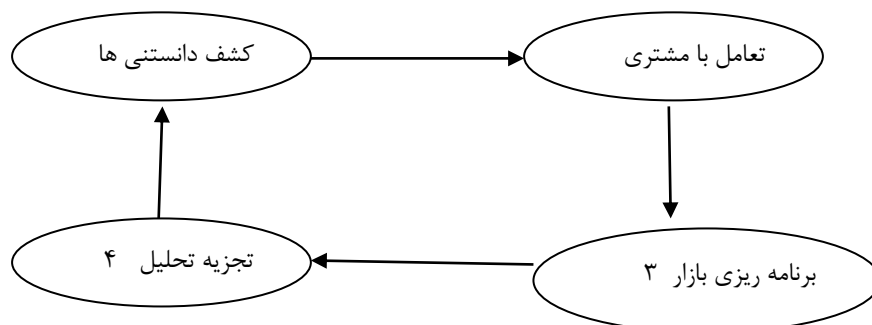
۱۹) طبق نظریه اوکر و مورامبی مدل نظریه CRM دارای چه ابعادی است؟ ۱- فکری ۲- اجتماعی ۳- فناورانه

۲۰) سازمان بازرگرا، مشتری محور، مشتری گرا را توصیف کنید.

سازمانی که تمام تلاش خود را به سمت ارضای نیازها و خواسته های مشتریان بصورتی سود آور سوق دهد و به عبارتی به ارائه و حفظ ارزش به مشتری به طریقی مؤثرتر از رقیبانشان پردازد.

۲۱) مدل چرخه حیات CRM شامل چند مرحله است نام ببرید؟ از سه مرحله تشکیل شده شامل مرحله جذب - ارتقا - حفظ

۲۲) مراحل چرخه فرایند CRM را نام ببرید با رسم شکل؟



۲۳) منظور از تجربیات از علامت تجاری چیست؟

بدین معنی است که هر چند محصول ممکن است دارای عنوان تجاری باشد تجربه مشتری تقریباً به همان اندازه محصول دارای اهمیت است.

۲۴) سه مورد از ۵ فایده مدیریت ارتباط با مشتری را نام ببرید؟

- کار مشتریان را برای انجام مبادله ساده می کند. - بر مشتریان نهایی محصولات و خدمات سازمان ها تمرکز می کند. - باعث ایجاد وفاداری در مشتری می شود. این امر علی الخصوص در تجارت الکترونیک کلید سود آوری است

۲۵) سه مورد از انواع ارائه خدمات مبتنی بر وب را نام ببرید؟

- ارائه قابلیت های جستجو و مقایسه- ارائه محصولات و خدمات رایگان- اجازه دادن به مشتری برای سفارش دهی بهنگام کالا و خدمات سفارشی شده

۲۶) سه مورد از قابلیت های مسیر ارتباطی ECRM را بیان کنید .

۱- دسترسی تمام وقت ۷*۲۴ (عدم وابستگی به زمان و تعطیل ناپذیری) ۲- ایجاد ارتباط در هر مکان و فاصله ۳- دسترسی سریع و ارزان به اطلاعات.

۲۷) سه فایده از مدیریت ارتباط با مشتری را بیان نمائید.

۱- کار مشتریان را برای انجام مبادله آسان میکند ۲- باعث ایجاد وفاداری در مشتری میشود ۳- سازمان را به سودآوری میرساند .

۲۸) چهار مورد از مزیت هایی که برای توسعه نرم افزارهایی که مبتنی بر شبکه هستند را نام ببرید .

سرعت استقرار - مقیاس پذیری - اجازه ی تعامل با سایر سیستم ها _ دانش برخی ابزارهای مشارکتی

۲۹) دلیل استفاده از ابزارهای کاوش داده ها چیست ؟

ابزارهای کاوش داده در طبقه بندی دیگری از محصولات فناوری جای میگیرد . از این ابزارها جهت کمک کاربران قوی و کسانی که در جستجوی اطلاعات مرتبطی اند استفاده می شود تا بخش بندیهای جدید پایگاه دانش را به آسانی خلق نمایند .

۳۰) اصول پایداری CRM را نام ببرید؟

-هدف گذاری تک تک مشتریان - جذب و حفظ وفاداری مشتری -انتخاب مشتری براساس مفهوم ارزش طول حیات مشتری

۳۱) مفروضات اساسی مدیریت ارتباط با مشتری را نام ببرید؟

-اقدامات مبتنی بر عادت -اطلاعات فعلی مربوط به مشتریان همیشه درست است -مشتریان خواهان رفتار و خدمات و کالاهای اختصاصی و متنوع هستند

۳۲) مدیر فعالیت های CRM چه وظیفه ای دارد؟

پس از شناسایی فرصت ها این شخص به ارائه صحیح کالاها و خدمات به مشتریان می پردازد طراحی محصولات تست کردن محصولات جدید و مدیریت ارتباط با شرکتهای ارتباط از راه دور و مراکز پستی - زمان بندی تبلیغات از وظایف مدیر فعالیت های CRM است.

۳۳) سه نمونه از ابزارهای ارتباطی و تعاملی که به توسعه شرکت کمک می کنند را نام ببرید؟

الف) مدیریت در پروژه ب) همکاری در پروژه ج) چت و پیغام دهی فوری

۳۴) تمامی مراحل (فرایند) ایجاد crm را نام ببرید؟ ۱) طرح ریزی ۲) تحقیق و توسعه ۳) اجراء ۴) انجام عملیات ۵) گسترش

۳۵) چهار صلاحیت CRM را نام ببرید.

۱- جذب و بهره گیری از دانش و اطلاعات مربوط به مشتری ۲- صلاحیت جذب مشتری ۳- صلاحیت توسعه مشتری ۴- صلاحیت حفظ مشتری

۳۶) در رویکرد تبدیل مشتری همرا با هزینه یابی بر مبنای فعالیت، تبدیل مشتری را تعریف کنید.

تبدیل مشتری به معنی اجرای فرایند تبدیل ساختن مشتریان از بالقوه به مشتریان همیشگی است.

۳۷) صرفه جویی ناشی از به کارگیری crm را توضیح دهید؟

مشخص ترین نوع صرفه جویی ناشی از به کار گیری مشخصه گذاری داده ها در پروژه ای چون پروژه انیشورکو تسریع خطوط زمانی پروژه است و همینطور کشف داده هایی است که اجازه درک بهتر داده های منبع و سیستم های جمع اوری اطلاعات و کسب و کار را می دهد این امر صرفه جویی در زمان هزینه بالقوه کار مجدد و ریسک پروژه را در مرحله بعد تسهیل میکند.

۳۸) فعالیت طراحی و ترسیم داده ها در یک نرم افزار را توضیح دهید؟

این مرحله از اطلاعات حاصله از مخزن داده ها که طی مرحله مشخصه گذاری داده ها جمع اوری شده است استفاده میکند تا نقشه تعاملات را برای پایگاه داده ای هدف ترسیم کند.

۳۹) مهمترین عامل حیاتی برای موفقیت طرح های CRM چه عاملی است ؟

برای موفقیت طرح های CRM وجود گروه هایی مرکب از متخصصین واحدهای کسب و کار IT و همینطور متخصصانی از مشاوران و فروشندگان حیاتی است.

۴۰) سه مورد از وظایف گام حسابرسی بعد از اجرا را نام ببرید ؟

۱_ انجام حسابرسی استفاده از سیستم ۲_ شناسایی فرصتهای توسعه بیشتر ۳_ تهیه طرح و رویکرد

- ۴۱) اهداف شاخص های تعامل با مشتری را نام ببرید. (۴مورد)
- پاسخ مناسب به درخواست های مشتری، ادغام فرایندهای کاری، بهبود مدیریت کانال ها، حداکثرسازی اثربخشی و کارایی عملیات
- ۴۲) چهار مورد از اهداف CRM از دیدگاه بارنت را بنویسید؟
- افزایش سود - بهبود میزان موفقیت - افزایش درآمد حاصله از فروش - افزایش میزان رضایت مشتریان
- ۴۳) اهداف CRM از نظر سویفت چیست؟ حفظ مشتری - اکتساب مشتری - سود آوری مشتری
- ۴۴) متغیرهای اصلی ساختار سازمانی را نام ببرید؟ (حداقل ۴مورد)
۱. وظایف ۲. ساختار ۳. فرآیندهای اطلاعات و تصمیم ۴. سیستم های پاداش ۵. افراد
- ۴۵) سازمانی که تغییری را در نتیجه استفاده از (سی.آر.ام) تقبل میکند چه مولفه هایی را باید اداره نماید؟ (حداقل ۴مورد نام ببرید)
۱. اتوماسیون ۲. فرسایش ۳. سازماندهی مجدد ۴. آموزش ۵. توانمندسازی
- ۴۶) گام از اجرای موفق برنامه های ایجاد وفاداری را نام ببرید؟
- ۱- تعریف اهداف ۲- ارائه برنامه های وفاداری ۳- اندازه گیری و ارزیابی ۴- درک مشتری و میل به وفاداری آنها
- ۴۷) ۳ مورد از حوزه های کلیدی که برای ارائه برنامه های وفاداری نیازمند است در آن واقع شود را نام ببرید؟
- ۱- تعاریف خدمت به مشتری ۲- آموزش و برانگیختن کارکنان ۳- قیمت گذاری و دوره های پرداخت
- ۴۸) متداول ترین و مشکل ترین مباحث رفتاری که موجب اشتباهات افراد می شوند را نام ببرید؟ (۴مورد)
- فقدان مهارت مدیریتی و رهبری - انگیزش ضعیف تیم پروژه - کارکنان ضعیف یا نامناسب پروژه - کارکنان سرسخت یا خیانت پیشه - قهرمانان برتر و تک رو - انجام خیلی دیر اقدامات - سازگاری اعضای تیم و مشتریان - انتظارات اداره نشده سرویس گیرندگان - عدم جمع آوری نقطه نظرات کاربران.
- ۴۹) علائم افراد مساله ساز و رفتارهای خطرناک چیستند؟ (۴مورد)
- بهره وری پایین - کیفیت ضعیف - داشتن مشکل با همکاران - داشتن مشکل با سرویس گیرندگان - داشتن مشکل با رهبری و مدیران - شکایت های متوالی و سریع از آنها - درجه ی نارضایتی بالا - داشتن عادات کاری مخرب - عدم پیروی و نادیده گرفتن دستورات.
- ۵۰) برخی پیامدها و نشانه های معمول یک برنامه زمانی غیر واقعی کدامند؟ (۴مورد)
- فعالیت ها و وظایف تعیین شده ی طولانی تر از زمان پیش بینی شده می شوند - گروه پروژه تاریخ رسیدن به نتایج را فراموش می کند - ساعات لازم برای اتمام وظایف بیش از زمان برآوردی می شوند - نیاز به مقدار زیادی از زمان مازاد احساس می شود - مفروضات اصلی پروژه به نظر می رسد که واقعی نباشند - دستاوردها ، استانداردهای کیفیت را برآورده نمی کنند.
- ۵۱) چرخه فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری از دیدگاه تام (tam;2002) را بیان کنید؟
- کشف دانش - برنامه ریزی و بازار اقدام - تعامل با مشتری - تحلیل و پالایش - یادگیری
- ۵۲) مدل آمادگی سازمان برای اجرای CRM چند بعد دارد، نام ببرید؟ بعد اجتماعی - بعد فکری - بعد فناورانه
- ۵۳) ارزیابی مشتری محور را نام ببرید. ۴مورد رضایت مشتری، ارزش مشتری، دانش مشتری، تعامل مشتری
- ۵۴) افزایش دانش مشتری چه مزایایی دارد؟
- دور کردن مشتری غیر سودآور، مدیریت یکپارچه مسیرها، هدفمند سازی کالاها و خدمات برنامه های بازاریابی، اجرای برنامه های ارتباط با مشتریان هدف
- ۵۵) اشتباه کلاسیکی که در حین اجرای نرم افزار CRM صورت میگیرد تاثیر آن چگونه است؟
- اصرار بر این است که فرآیندهای موجود دست نخورده باقی مانده ، و ابزاری ایجاد شود که فرآیندهای فعلی حمایت کند.
- ۵۶) عدم تشخیص چه موارد باعث شکست پروژه CRM می شود؟
- عدم تشخیص پیچیدگی و سطح تلاش های لازم برای انجام تغییرات فرهنگی از جمله اشتباهات استراتژیکی است که باعث شکست پروژه CRM می شود.
- ۵۷) فقدان مهارت مدیریتی و رهبری را توضیح دهید؟
- مطمئناً تمام گرفتاری های پروژه به نوعی به مدیریت ضعیف یا رهبری غیر موثر برمی گردد، اگر مدیر پروژه ای رهبر ضعیفی باشد قادر به هدایت موثر گروه پروژه نخواهد بود فقدان همین مهارت تبدیل به مشکلات خواهد شد که پیش روی ذینفعان ، سایرین قرار خواهد گرفت.
- ۵۸) مزایای CRM یک پارچه و مبتنی بر ارزیابی را نام ببرید؟ ۲ مورد

حوزه های عملکرد CRM به سرعت شناسایی می شوند-راه حل های بهبود عملکرد CRM براساس داده های سخت انتخاب می شوند

۵۹) دو مورد از اشتباهات متداول استراتژیک را نام ببرید؟ ۱-فقدان ضمانت اجرایی ۲-کمیتته راهبری غیرموثر

۶۰) دو مورد از نقش کلیدی رهبران گروه طراحی کارت امتیاز مسئولیت های کارت امتیاز CRM را نام ببرید؟

*-یادگیری کاربرد اصول طراحی کارت امتیاز CRM * -هدایت گروه طراحی کارت امتیازی در طراحی و اجرا

۶۱) ترسیم نقشه اهداف ثابت در نرم افزار انیشورکو را توضیح دهید؟

داده های مشخصه گذاری شده را به ساختاری فعلی مثل ، ذخیره گاه های داده ای سفارشی ، ذخیره گاه های داده ای IBM ، ساختارهای برنامه های کاربردی مثل CRM ، و سیستم های ERP ، برنامه های کاربردی تجارت الکترونیکی ، میان افزارهای یکپارچه سازی برنامه های کاربردی ، جریان می دهد .

۶۲) مشخصه گذاری را تعریف کنید؟

فرایندی تعاملی است ، که نتایج کار در بستر کسب و کار مورد بازنگری قرار می گیرند تا در مدلی وارد شوند که هم با داده های منبع به طور کامل سازگار باشند و هم به صورت یک ابزار کسب و کار کاملاً صحیح باشند .

۶۳) سه مورد از روشهای ارزیابی برنامه های ایجاد وفاداری را نام ببرید؟

شاخص رضایت مشتری - ارزش مدت حیات مشتری - بخش بندی مشتریان

۶۴) چهار مورد از بخش بندی جمعیت شناختی و سه مورد از بخش بندی روان شناختی را نام ببرید .

بخش بندی جمعیت شناختی شامل : سن ، وضعیت اقتصادی ، اجتماعی ، جنس ، ساختار خانواده

بخش بندی روان شناختی شامل : نگرش ها ، علایق و عقاید مشتری

۶۵) استفاده از خدمات میزبانی دارای چه مزایای مالی می باشد؟

۱) سرمایه گذاری کمتر ۲) هزینه پایین تر مالکیت ۳) اجرای سریعتر سیستم ۴) قابلیت پیش بینی هزینه ها

۶۶) مزیت نرم افزارهای مبتنی بر وب چیست؟

۱) هزینه کمتر ۲) سرعت و توسعه جهانی بیشتر ۳) اداره موثر و آراسته دور نرم افزار ۴) شکل بندی و ایمنی آنها

۶۷) تحویل کل کار به صورت یک جا چه فایده ای دارد؟

۱-تحقق بازده سریع سرمایه گذاری ۲-محدود سازی ریسک ۳-ایجاد زیرساخت های لازم ۴-تدوین و آماده سازی سریع

۶۸) اشتباهات محصول CRM را نام ببرید؟

۱-سفارشی سازی بیش از حد محصول ۲-تحویل کل کار به صورت یکجا ۳-فرایندهای بی چون و چرا ۴-نیازمندی های بی چون و چرا محصول