

## 臺灣中小企業銀行 103 年度新進人員甄選試題

甄選類組【代碼】：十職等資料分析系統分析師【F6213】

綜合科目：客戶關係管理

\*請填寫入場通知書編號：\_\_\_\_\_

注意：①作答前須檢查答案卷、入場通知書編號、桌角號碼、應試類別是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。  
②本試卷為一張單面，共有四大題之非選擇題，各題配分均為 25 分。  
③非選擇題限用藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，請從答案卷內第一頁開始書寫，違反者該科酌予扣分，**不必抄題但須標示題號**。  
④請勿於答案卷書寫姓名、編號或其他不應有的文字、標記、符號等。  
⑤本項測驗僅得使用簡易型電子計算器(不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能)，但不得發出聲響；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算器放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該科扣 10 分；該電子計算器並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。  
⑥答案卷務必繳回，未繳回者該科以零分計算。

### 題目一：

Big Data(大數據)時代來臨，對電信、金融等行業，幾乎已經到了“數據就是業務本身”的地步。在這其中，有一個重要的趨勢，即數據的社會化(Socialization of Data)。從臉書(Facebook)到推特(Twitter)，從網際網路(Internet)到行動網路(Mobile Internet)，再到物聯網(Internet of Things)，銀行如何利用各種網路進行資料分析，以及經營客戶關係，將是銀行業重要的利基與趨勢。請回答下列問題：

- (一) 您要如何在網站上經營顧客關係及讓顧客找到銀行的服務或銷售銀行的商品（或您找到顧客）？請您為一家銀行規劃一個有效的網路工具或顧客關係管理系統及具體實施的方式。【10 分】
- (二) Big Data 的資料探勘 (Data Mining) 技術，可以據以建立模型以完成顧客交易行為的分析與了解，然後再交由銀行的行銷、銷售與服務部門進行討論與解釋，最後展開行動。例如資料探勘技術可應用在 2 個方向：a.獲取「新」客戶（潛在顧客）；b.老顧客可能流失的預測或分類。請問：請您就這 2 個方向，分別詳細描述資料探勘技術（各舉 1 個技術即可），在銀行業中要如何做？（請以系統化的方式回答問題，例如列出步驟、圖表化呈現）【15 分】

### 題目二：

台灣某銀行的顧客資料分析單位(CRM 部門)最近花費 50,000 元向行銷公司取得一些潛在顧客名單 2,000 名，分析他們的特徵與偏好後，轉交金融商品行銷部門進行行銷計畫與活動，共計花費 1,000,000 元，結果這些潛在顧客來到銀行購買金融商品的人數是 200 人。假如這 200 個新顧客群的平均生命長度是 4 年，而且假設顧客保留率是常數。請回答下列問題：

- (一) 請說明銀行自行蒐集潛在顧客名單及向外購買名單的優缺點。【5 分】
- (二) 請根據上述資料計算下列顧客行銷指標的數值：(a)顧客取得率；(b)顧客取得成本；(c)平均保留率；(d)平均離去率。【20 分】

### 題目三：

請分別說明線上處理分析 (Online Analytical Processing, OLAP)、資料探勘 (Data Mining)、文字探勘 (Text Mining) 之間的不同及其分析的資料類型；並請分別舉出實際案例說明企業在什麼狀況下，適用上述分析工具支持哪一些客戶關係管理的決策？【25 分】

### 題目四：

哪一類型企業需要使用大數據(Big Data)的管理與分析工具？為什麼？請舉出實際案例說明三項因採用大數據(Big Data)的管理與分析工具而使得決策獲得改善的客戶關係管理活動。【25 分】