臺灣中小企業銀行 105 年度第二次新進人員甄選試題

甄選類別【代碼】:個金商品統計分析人員【J3706】

綜合科目:客戶關係管理

*請填寫入場通知書編號:_

- 注意:①作答前應先檢查答案卡(卷),測驗入場通知書號碼、桌角號碼、應試科目是否相符,如有不同應 立即請監試人員處理。使用非本人答案卡(卷)作答者,該節不予計分。
 - ②本試卷為一張單面,測驗題型分為【四選一單選選擇題 15 題,每題 2 分,合計 30 分】與【非選擇題 3 題,第一、二題配分各 25 分,第三題配分 20 分,合計 70 分】,總計 100 分。
 - ③請勿於答案卡(卷)上書寫應考人姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。
 - ④選擇題限以 2B 鉛筆於答案卡上作答,請選出最適當答案,答錯不倒扣;未作答者,不予計分。
 - ⑤非選擇題限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答,並請依標題指示之題號於各題指定作 答區內作答。
 - ⑥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。
 - ⑦答案卡(卷)務必繳回,未繳回者該科以零分計算。

壹、四選一單選選擇題15題(每題2分)

- 【4】1.下列哪一些資料屬於企業資源規劃(ERP)而不屬於客戶關係管理(CRM)?
- ①客戶資料
- ②產品資料
- ③訂單資料
- ④發票資料
- 【3】2.下列何者為客戶關係管理(CRM)系統幫助企業的好處?
- ①從單一角度來看客戶的資料
- ②從不同的地點存取商業資料
- ③客戶和市場的知識
- @分散其他系統的資料
- 【4】3.下列哪一項比較不是客戶關係管理(CRM)儀表板常用來監控商業績效和提供數據及報告的方式?
- ①圖表 (Chart)
- ②圖形 (Graph)
- ③地圖 (Map)
- ④文字 (Text)
- 【2】4.在客戶關係管理(CRM)的流程設計中,下列何者不是與客戶互動(Interact)溝通的正確方式?

【2】5.為了將資訊做最充分的蒐集與解讀,什麼是現代顧客關係管理相當重要的一環?

- ①充分瞭解各種媒體的適用時機
- ②充分溝通各種事件的處理
- ③以自動化與資訊科技來執行,達到最好的成本效益
- ④利用過去累積的互動資訊
- ①人員的運用 ②科技的運用
- ③產品的運用
- ④資金的運用
- 【2】6.行銷 4P 轉變為客戶關係管理的 4C,下列何者正確?
- ① Product → Communication
- \bigcirc Price \rightarrow Cost to Customer
- ③ Place → Customer Need Value
- ④ Promotion → Convenience
- 【4】7.下列何者非雲端客戶關係管理(CRM)系統的特性?
- ①透過網頁登入,存取權限已經預先由系統管理人員設定
- ②員工可以透過不同的設備經由網際網路同時登入系統
- ③提供使用者在手機或平板上行動 APP
- ④先購買一套 CRM 系統來安裝
- 【1】8.下列何者非客戶關係管理(CRM)系統提供的報表?
- ①系統效能

②顧客抱怨

③品質問題

④最賺錢的服務

【4】9.下列何項資料不需要在客戶關係管理(CRM)系統中追蹤?

①聯絡人

- ②合約
- ③潛在客戶

④物料清單

- 【1】10.任何企業對顧客都有存在的價值,這個價值決定了顧客的期望,是屬於客戶關係管理策略發展循環的「PEPSI」模式中的哪一個步驟?
 - ①企業的定位與價值主張(position and value proposition)
 - ②了解顧客的經驗 (experience of customer)
 - ③選擇最適流程 (prefer process)
 - ④歸類 (segmentation)
- 【2】11.對企業來說,顧客的使用經驗透露出許多珍貴的訊息,是屬於客戶關係管理策略發展循環的「PEPSI」模式中的哪一個步驟?
- ①企業的定位與價值主張(position and value proposition)
- ②了解顧客的經驗 (experience of customer)
- ③選擇最適流程 (prefer process)
- ④ 歸類 (segmentation)
- 【3】12.下列何者不是客戶關係管理(CRM)的目的?
- ①在吸引好的新客戶
- ②提升老客戶的滿意度及忠誠度
- ③增加企業員工人數
- ④共創企業最大的收益與利潤
- 【4】13.在客戶關係管理(CRM)的流程設計中,如何辨識(Identify) 客戶?
- ①偶而蒐集客戶資訊

②一次性

- ③只針對最終客戶,不包括中間通路客戶
- ④任何時間、地點、通路、部門、產品線、接觸點,正確地辨認出客戶群
- 【3】14.客戶關係管理(CRM)通常被認為是一種商業策略,使企業在何項領域能有所改善?
- ①減少盈利

②篩選老客戶去除較少往來者

③赢得新的客戶和合同

④增加客戶管理成本

【2】15.有關客戶關係管理的實施步驟,下列敘述何者錯誤?

①客戶資訊的蒐集

②客戶資訊的修改與儲存

③客戶資訊的分析與整理

④客戶資訊的展現與應用

貳、非選擇題三大題

第一題:

請說明何謂客戶關係管理(CRM)及其解決方案。【25分】

第二題:

請說明客戶關係管理(CRM)的主要手段與目的為何。【25分】

第三題:

客戶關係管理(CRM)系統若依照其應用功能的不同,可以分為:操作型 CRM 系統、分析型 CRM 系統以及協同型 CRM 系統,請分別描述並舉例說明之。【20分】