

華南金融集團 100 年新進人員聯合甄試試題

甄試類別【代碼】：客群經營企劃人員【A7215】

專業科目：客戶關係管理

\*請填寫入場通知書編號：\_\_\_\_\_

注意：①作答前須檢查答案卡(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本試卷為一張雙面，測驗題型分為【四選一單選選擇題 40 題，每題 1.5 分，合計 60 分】與【非選擇題 2 題，每題 20 分，合計 40 分】。  
③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。  
④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。  
⑤應考人得自備使用簡易型電子計算機，但不得發出聲響，且不具財務、工程及儲存程式功能。若應考人於測驗時將不符規定之電子計算機放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該科扣 10 分；計算機並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。  
⑥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 40 題（每題 1.5 分）

【4】1.顧客關係管理(CRM)一般分為三大部分，除了分析型 CRM 與操作型 CRM 外，還有：

- ①電子商務型 CRM
- ②後台分析型 CRM
- ③後台操作型 CRM
- ④接觸型(前端)CRM

【2】2.下列何項敘述是企業導入顧客關係管理(CRM)系統後的效益？

- ①增加直接行銷成本
- ②顧客流失率會隨著更好的銷售、服務與行銷來回應顧客及供應商的需求而降低
- ③ CRM 提供的資訊，可以區隔出目標市場
- ④降低顧客滿意度

【2】3.建立有效的 CRM 系統與策略之基礎，在於建立長期雙方互蒙其利之關係，且藉由產品或服務之提供，以實現其承諾。下列有關 CRM 系統的敘述，何者正確？

- ① CRM 系統需以產品為中心(product focus)
- ② CRM 系統需以顧客為中心(customer focus)
- ③ CRM 系統需以資訊技術為中心(information technology focus)
- ④ CRM 系統需以利潤為中心(profit focus)

【1】4.顧客關係管理(CRM)的目的衡量，有人提出「4R」(4 個正確)概念進行闡述，據以提升顧客滿意度與獲利能力。4R 包括正確時間、正確產品或服務、正確顧客，最後一個 R 是：

- ①正確的通路
- ②正確的定價策略
- ③正確的 CRM 系統
- ④正確的服務人員

【2】5.在未來顧客導向的時代，企業競爭優勢的思考應從原來的 4P 轉換成 4C 模式，下列何者「不是」4C 的組成份子？

- ① Consumer needs wants
- ② Commitment
- ③ Communication
- ④ Convenience

【3】6.客戶關係如果是管理個人、關係人的關係，稱為下列何種關係？

- ①交易關係
- ②巨觀關係
- ③微觀關係
- ④服務需求與滿足的關係

【1】7.資料庫行銷中廣為使用的 RFM 模型(recency, frequency, monetary)，此模型主要用途是：

- ①評估顧客活躍行為與顧客價值的模型
- ②顧客荷包大小的評估模型
- ③顧客終身價值(LTV)的評估模型
- ④顧客滿意度的評估模型

【1】8.資料庫行銷中廣為使用的 RFM 模型(recency, frequency, monetay)，此模型有幾個主要特徵，下列何者「不是」RFM 模型的特徵？

- ①是一個評分機制
- ②重複對相同顧客行銷
- ③區塊重於個人
- ④無法預測個人未來的行為

【3】9.商業銀行的銷售人力自動化(sales force automation, SFA)系統是下列何種顧客關係管理系統？

- ①協同型 CRM
- ②分析型 CRM
- ③操作型 CRM
- ④接觸型 CRM

【3】10.商業銀行的銷售人力自動化(sales force automation, SFA)系統，以功能分析可分為幾個功能，下列何者「不是」SFA 之功能？

- ①增加個人銷售生產力
- ②促進溝通與協調能力
- ③提升資料探勘(data mining)的能力
- ④提升交易協助與工作處理能力

【2】11.金融控股公司的商業智慧(Business Intelligence, BI)人員，經常使用的系統是屬於下列何種顧客關係管理系統？

- ①協同型 CRM
- ②分析型 CRM
- ③操作型 CRM
- ④接觸型 CRM

【1】12.在共同基金市場中，往往可以在一家基金經理公司中，發現許多特性不同的基金組合銷售，如境外與境內股票基金、成長型與穩定型股票型基金等。我們稱為：

- ①交叉銷售(cross-selling)
- ②升值銷售(up-selling)
- ③混合銷售(hybrid-selling)
- ④交易式銷售(transactional selling)

【4】13.資料探勘(data mining)是利用完備的統計與機器學習(Machine Learning)技術，來建立能預測顧客行為的模型，同時還能與資料倉儲結合，發展出有價值的商業用途。資料探勘技術可應用在 CRM 許多方向，下列何者錯誤？

- ①獲取「新」客戶
- ②維繫「舊」客戶
- ③剔除「壞」客戶
- ④取代服務人員「服務」客戶

【2】14.某電信公司的 ADSL 寬頻上網老客戶，接到電信公司服務專員向他兜售速度更快的光纖寬頻上網服務產品，這是屬於何種銷售方式？

- ①交叉銷售(cross-selling)
- ②升值銷售(up-selling)
- ③混合銷售(hybrid-selling)
- ④交易式銷售(transactional selling)

【3】15.有關顧客關係管理(CRM)之循環階段的敘述，下列何者錯誤？

- ①獲取(acquisition)可能購買的顧客為其中一個階段
- ②發展或增進(development)現有顧客的價值為其中一個階段
- ③企業應以市場需求(market requirement)而非顧客需求為服務目標，為其中一個階段
- ④維持(retention)具有價值顧客為其中一個階段

【1】16.商業銀行為了提升形象，以及增進其對社會大眾與政府的關係，應採用：

- ①公共關係
- ②促銷活動
- ③個人推銷
- ④產品廣告

【4】17.商業銀行對客戶資料進行資料分析，希望充分了解客戶。但是一個成功資料探勘(data mining)的應用必須結合相關專業人員，下面哪一類人員「不是」適當人選？

- ①資料探勘人員
- ②商業專家
- ③資料工程師
- ④會計師

【3】18.顧客關係管理所使用的資料探勘(data mining)，是屬於顧客關係管理(CRM)哪個步驟？

- ①資料、資訊的蒐集
- ②資料、資訊的儲存與累積
- ③資料、資訊的分析與整理
- ④資料、資訊的展現與應用

【2】19.一般在大賣場的 POS 系統中，所儲存的銷貨資訊是屬於資料的哪一個層級？

- ①資訊
- ②資料
- ③知識
- ④智慧

【2】20.下列何者為客戶關鍵服務流程中最重要之關鍵點？

- ①拜訪忠誠的顧客
- ②探求顧客真實需求
- ③減少與顧客的互動
- ④購買自動銷售系統

【1】21.客戶購買行為有許多類型，下列何者非屬之？

- ①激動型
- ②價值型
- ③理智型
- ④感動型

【4】22. Kotler 的五種顧客關係(CR)，其中公司持續為顧客服務，共同發現可為顧客節省成本的有效途徑，或幫助顧客提高績效的 CR，這是屬於下列何種 CR？

- ①主動型行銷(Proactive Marketing)的 CR
- ②責任型行銷(Accountable Marketing)的 CR
- ③反應型行銷(Reactive Marketing)的 CR
- ④合夥型行銷(Partnership Marketing)的 CR

【2】23.客戶關係管理(CRM)的核心概念為何？

- ①客戶關係管理是客戶服務中心管理
- ②客戶關係管理是滿足客戶需求管理
- ③客戶關係管理是資料庫行銷管理
- ④客戶關係管理是客戶資訊系統管理

【3】24.客戶關係管理重視顧客互動與回饋，其目的為下列何者？

- ①確認投資方向
- ②預測潛在顧客
- ③即時瞭解顧客並調整服務
- ④定義特定活動的通路

【3】25.對企業而言客戶關係管理是一種：

- ①資通訊科技應用
- ②軟體應用系統
- ③管理精神與機制
- ④口號與宣傳

【請接續背面】

【4】26. 客戶關係管理所期望建立的企業文化為：

- ①以產品為導向，持續創新產品
- ②以業績為導向，追求利潤增加
- ③以科技為導向，完全實施電子化服務
- ④以客戶為導向，滿足客戶多樣化和個性化的需求

【3】27. 客戶關係管理沒做好會造成下列何種損失？

- ①系統作業混亂
- ②產品品質低落
- ③無法精確提供顧客滿意服務
- ④服務員工離職

【3】28. 消費者決策流程具有五個步驟，包括：A. 評估替代方案；B. 問題識別；C. 決定購買；D. 搜尋資訊；E. 購買後行為，請依序排列五個步驟？

- ① B-A-D-C-E
- ② D-B-A-C-E
- ③ B-D-A-C-E
- ④ A-B-D-C-E

【2】29. 操作型客戶關係管理(Operational CRM)旨在提高企業內部運作及顧客服務的效率與效益，請問其主要的工具為何？

- ①資料探勘
- ②行銷自動化
- ③多媒體網路互動整合
- ④企業資源管理系統

【3】30. 協同型客戶關係管理(Collaborative CRM)旨在提高和顧客接觸、互動的有效性，其主要的工具為何？

- ①資料探勘
- ②行銷自動化
- ③多媒體網路互動整合
- ④企業資源管理系統

【4】31. 下列何項功能的客服中心，能夠代表其為整合式客服中心(Integrated Call Center Solution)？

- ①電子郵件
- ②自動撥號能力
- ③語音回應系統
- ④顧客接觸管理系統

【3】32. 資料探勘與資料倉儲是：

- ①操作型客戶關係管理的應用工具
- ②協同型客戶關係管理的溝通平台
- ③分析型客戶關係管理的核心技術
- ④客戶經驗管理的指標

【4】33. 顧客經驗管理有五個基本步驟，包括：A. 建立顧客經驗平台；B. 設計品牌經驗；C. 建構顧客經驗介面；D. 持續分析顧客經驗進行創新；E. 分析顧客經驗，分別依序為何？

- ① A-B-C-E-D
- ② A-B-E-C-D
- ③ E-B-A-C-D
- ④ E-A-B-C-D

【3】34. 行銷自動化系統中，銷售機會分析對企業的影響為何？

- ①有效管理庫存
- ②強化品牌形象
- ③獲知客戶產品偏好
- ④追蹤商品遞交進度

【3】35. 銷售自動化系統中的銷售機會管理功能，可協助銷售機會的追蹤、預測與管理，下列何者為銷售機會管理的重要功能？

- ①銷售說明範本
- ②商品知識查詢
- ③客戶需求即時回報
- ④部門累積營利

【3】36. 設計忠誠度方案時，通常利用下列何種方式為基礎以留住客戶？

- ①高品牌形象
- ②產品的差異化
- ③滿足客戶需求的酬賓方案
- ④相較於競爭者的行銷優勢

【4】37. 下列何者可用以直接評估顧客忠誠度方案的效果？

- ①產品瑕疵率
- ②銷售數量
- ③交貨期
- ④客戶重購率

【1】38. 下列何者是商業智慧(BI)的形成流程？

- ①蒐集→評估→儲存→分析→傳播
- ②評估→傳播→儲存→蒐集→分析
- ③儲存→分析→傳播→蒐集→評估
- ④傳播→儲存→評估→分析→蒐集

【4】39. 中小企業導入客戶關係管理時，常因驚人的費用無法負荷，下列何者為中小企業兼顧成本與效益下可考量的作法？

- ①自行客製化開發
- ②增加人工作業
- ③購買知名軟體產品
- ④使用雲端服務

【2】40. 客戶關係管理系統與企業資源規劃(Enterprise Resource Planning)系統最相關聯是哪一部分？

- ①人事管理
- ②訂單管理與產品遞送服務
- ③研發與創新管理
- ④供應商管理

貳、非選擇題二大題（每大題 20 分）

題目一：

請簡述企業施行分析型客戶關係管理：

- (一) 可以帶來的效益。【6分】
- (二) 需要付出的成本。【6分】
- (三) 必備的成功要素。【8分】

題目二：

個案分析：在網站上與顧客相遇

文章來源：EMBA 雜誌第 264 期(2008 年 8 月出版)<http://www.emba.com.tw/ShowArticleCon.asp?artid=6437>

公司網站不要只是自我介紹及推銷，如果能夠增加同好社群，網站所能發揮的功能更大。公司雜誌 (Inc.) 報導，泳池中心網路公司 (Poolcenter.com) 專門銷售各類游泳池器材，公司就是透過在網站上組成顧客社群，為銷售成績添加柴火。泳池中心的網路社群內容包括：教導網友如何維護家裡泳池的短片、泳池知識維基小百科 (跟維基百科一樣，網友可以自行撰寫及更改內容)、部落格和討論區。

目前，該公司的網路社群共有五千多名登記會員。他們會留言、張貼自家泳池的照片等。有時候，網友向公司發問 (例如：有什麼產品可以常保池水乾淨?)，公司還來不及回覆，就有其他熱心網友分享自己的經驗。

由於網站內容實用，不少網友常常上網瀏覽，正中公司下懷。一來，當網友發現自己需要某個產品時，公司的產品連結就近在眼前，增加了他們購買的機會；二來，公司可以從網友的對話中看出趨勢。例如，去年公司發現，許多網友熱烈討論環保產品，公司因而決定強打綠色商品。結果近一年來，太陽能池水加熱器的銷售量成長了 380%。第三，網友的積極參與，增加了公司的品牌知名度，也增加了他們對公司的忠誠度。

佛蒙特州的 Concept2，是一家室內划船健身機的製造公司，同樣透過網站上的網路社群衝業績。為了激起網友參與，公司不斷想出新方法保持網友興趣。在登記的十五萬名會員中，公司每星期會從中挑選出兩位，請他們刊登自己使用划船機時的照片，並且向同好介紹自己。

有時候，公司也會舉辦活動，以鼓勵網友使用划船機。例如，去年在年節時分，公司舉辦了一個比賽，從感恩節到耶誕節，看誰能夠累積最長的划船距離，就能獲得一個衣領別針。雖然這個禮物並不貴重，但是第一名能夠在同好社群中出名，吸引了五千五百人報名參加。

雖然在公司網站上建立社群有不少好處，但是專家也提醒，公司必須預防可能的壞處。

請回答下列問題：

- (一) 如何在網站上經營顧客關係？請說明有哪些可能的壞處？(請發揮創意與理論基礎回答)【10分】
- (二) 在網站上經營顧客關係，為了更有效果或避免可能的壞處，請說明有哪些比較好的做法？(請發揮創意與理論基礎回答)【10分】