

# 考点课堂 素材精粹

第十版

依据考试大纲 总结命题规律

辅导备考策略 历年考题详析

梳理考试要点 总结核心知识

筛选最新考点 拓展解题思路

精编典型习题 积累备考经验

全真模拟测试 预测考试趋势

注：下载前请仔细阅读资料，以实际预览内容为准

试卷代号:2417

国家开放大学2020年秋季学期期末统一考试

客户关系管理 试题

2021年1  
月

一、单项选择题（下列各题中只有1个选项是正确的。每题2分.共20分）

1.(

)客户关系管理主要指企业利用信息技术帮助自身实现对客户资料管理、营销管理、服务管理等操作环节的流程自动化，最终实现企业利润最大化和利润持续增长。

- A.渠道型                      B.操作型  
C.分析型                      D.专项型

2.下列选项中，( )不是优质客户需满足的条件。

- A.购买欲望强烈              B.对价格的敏感度高  
C.有良好的发展前景        D.愿意与企业建立长期的伙伴关系

3.( )即依据消费者内心对价格数字的敏感程度和不同联系而采取的定价技巧。

- A.声望定价                    B.折扣定价  
C.组合定价                    D.心理定价

4.在寻找和发掘潜在客户的方法中，(

)是指企业销售人员在特定的区域或行业内，用上门访问的形式，对可能成为客户的单位、组织、家庭乃至个人逐一进行访问并确定销售对象的方法。

- A.地毯式搜索法              B.连锁介绍法  
C.中心开花法                D.抢夺竞争对手客户

5.(

)是指能给企业带来一般利润的客户，这类客户最为常见，其为企业创造的最大价值一般占客户总创造价值的30%。

- A.关键客户                    B.次要客户  
C.普通客户                    D.小客户

6.在进行客户沟通时，(

)是企业与客户之间为促进情感和谐、关系稳定所采取的行动。

- A.政策沟通                    B.信息沟通  
C.理念沟通                    D.情感沟通

7. 在影响客户满意度的主要因素中，( )是指不论客户是否咨询、投诉，企业都主动与客户联系，对产品、服务等方面可能存在的问题主动向客户征求意见，倾听客户的抱怨和建议。

- A.企业因素                           B.产品因素  
C.客户关怀                           D.营销与服务体系

8. 在客户生命周期的不同阶段，客户具有不同的特点。如果有良好的交易体验以及对企业产品的持续认同，新客户就会反复地与企业进行交易，进入( )，他们与企业的关系也随之成熟。

- A.潜在客户阶段                   B.新客户阶段  
C.忠诚客户阶段                   D.新业务的新客户阶段

9. 客户的( )是指一些客户为了满足自己的某些私利而选择离开原来的企业。

- A.自然流失                           B.恶意流失  
C.竞争流失                           D.过失流失

10. 企业文化的( )就是通过外部刺激，在员工中产生一种情绪高昂、发奋进取的效果，使员工觉得自己确实干得不错。

- A.激励功能                           B.导向功能  
C.辐射功能                           D.稳定功能

二、多项选择题（下列各题中有2-4个选项是正确的。每题2分，共10分）

11. 在客户关系管理过程中，劣质客户的特征包括( )。

- A.对价格的敏感度低               B.不讲信誉  
C.购买少但要求多                   D.让企业做其不擅长的事

12. 在客户关系管理过程中，客户信息的重要性包括( )。

- A.客户信息是企业决策的基础    B.客户信息是客户分级的基础  
C.客户信息是客户沟通的基础    D.客户信息是客户满意的基础

13. 在进行客户沟通时，客户与企业沟通的途径主要包括( )。

- A.开通免费投诉电话、24小时投诉热线或网上投诉等  
B.设置意见箱、建议箱及意见簿等  
C.设置意见表、意见卡及电子邮箱等

D.建立有利于客户与企业沟通的制度

14.根据客户关系退出所处的阶段不同,可将客户生命周期模式划分为( )。

- A.早期流产型                          B.中途夭折型  
C.提前退出型                          D.长久保持型

15.客户关系管理对企业文化的改进作用主要体现在( )。

- A.以客户为中心的企业战略和追求超越的企业精神  
B.重视整合和集成的团队合作意识  
C.保障效率和整体收益的业务状态  
D.用先进的制度促进发展的管理思维和培根植元、整体推进的发展理念

三、判断正误题（正确的打“√”，错误的打“×”。每题2分.共20分）

16.客户关系管理通过对客户信息的收集、分析,找出优质客户,并为其提供有针对性的服务。 ( )

17.对企业而言,对目标客户的正确选择是成功实现客户忠诚的前提。 ( )

18.如果企业对提供的产品或服务做出承诺与保证,就可以降低客户购买的心理压力,从而促进客户放心地购买和消费。 ( )

19.基于数据库支持的及时识别忠诚客户的功能十分重要,运用数据库可以对忠诚客户开展一对一对营销。 ( )

20.企业可以不必选择客户群体,为所有客户服务,使所有的客户都满意。( )

21.客户的物质层次期望是指客户对提供的产品形式层和外延层产生的满意。 ( )

22.超值服务就是用爱心、诚心和耐心向消费者提供超越其心理期待(期望值)的、超越常规的全方位服务。 ( )

23.在考核企业的客户维系效果时,客户对企业的的产品或品牌予以关注的次数、渠道和信息越少,说明客户保持效果越好。 ( )

24.对于挽回流失客户的措施,企业应与客户建立关联,向客户灌输长远合作的意义,描绘企业发展的远景。 ( )

25.在建设企业核心竞争力时,需要构造科学、高效的管理运营机制,实现资源与机制有机融合。 ( )

四、简答题（每题15分，共30分）

26.收集客户信息的直接渠道主要包括哪些类型,请至少列举五种并做简单描述。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/895201101110011111>