

预览—收藏—关注

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

让学习为我们创造终生价值

客户关系管理专业知识汇总与答案

（共 4 篇）

第一篇（客户关系管理的职位分析描述）

第二篇（识别客户关系管理中的客户）

第三篇（评估与控制客户信用）

第四篇（分析客户的商业价值）

第一篇（客户关系管理的职位分析描述）

一、单项选择题

1. 产值中心论关心的焦点是（A）

A. 产值（量）

B. 销售额

C. 利润

D. 客户满意与客户忠诚

2. 客户中心论关心的焦点是（D）

A. 产值（量）

B. 销售额

C. 利润

D. 客户满意与客户忠诚

3. 客户关系的特征有两个方面：一是行为特征，二是

(C)

A. 盈利特征

B. 增长特征

C. 感觉特征

D. 技术特征

4. 企业不断地协同客户努力，帮助客户解决问题，支持客户的成功，实现共同发展，这种客户关系类型属于 (B)

A. 负责型

B. 伙伴型

C. 能动型

D. 被动型

5. 销售完成后，企业不断联系客户，提供有关改进产品的建议和新产品的信息，这种客户关系类型属于 (C)

A. 负责型

B. 伙伴型

C. 能动型

D. 被动型

6. 要求企业“以产品为中心”的业务模式向“客户为

中心”的模式转变，这是客户关系管理的（D）

- A. 客户价值理念
- B. 市场经营理念
- C. 技术应用的观念
- D. 业务运作的观念

7. 客户关系管理的微观层面是指（D）

- A. 管理观念
- B. 商业模式
- C. 企业文化
- D. 应用系统

8. 针对员工的专业性质分配相应的岗位，力争专业素质与岗位素质匹配。这是组织设计的哪项原则（B）

- A. 统一指挥
- B. 专业分工
- C. 权责对等
- D. 控制幅度

9. 客户关系管理解决问题一般有四个维度，其中“客户价值拓展”主要研究哪项问题（A）

- A. 怎样在建立客户忠诚度的同时获取最大客户效益？
- B. 怎样判断谁是我们最有价值的客户？

C. 怎样用最有效率和效果的方式获取客户？

D. 怎样尽可能久地留住客户？

10. 客户关系管理解决问题一般有四个维度，其中“选择客户”主要研究哪项问题（B）

A. 怎样在建立客户忠诚度的同时获取最大客户效益？

B. 怎样判断谁是我们最有价值的客户？

C. 怎样用最有效率和效果的方式获取客户？

D. 怎样尽可能久地留住客户？

二、多项选择题

1. 广义的客户包括（ABCD）

A. 产品的供应商

B. 产品的经销商

C. 企业的内部客户（员工）

D. 银行

2. 客户关系管理的核心理念是（ABCD）

A. 是客户价值的理念，客户关系管理的目的是实现客户长期价值的最大化；

B. 是市场经营的理念，要求企业的经营以客户为中心；

C. 是业务运作的理念，要求企业“以产品为中心”的业务模式向“客户为中心”的模式转变；

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/066233212230010030>