

بسم الله الرحمن الرحيم

النظم المتكاملة للمؤسسات (المحاضرة الثالثة عشر) إدارة علاقات العملاء

[أسئلة مراجعة مجهود شخصي - النظم المتكاملة للمؤسسات - د . احمد محمد الشريف]

(1) من المفاتيح والعوامل التي تقود الى نجاح ادارة علاقات العملاء :

- الاستراتيجيات الجيدة .
- المتطلبات الواضحة .
- المعرفة الجيده .
- عوامل النجاح الاساسية .
- الشراكات الجيدة .
- جميع ما ذكر .

(2) عند تنفيذ ادارة علاقات العملاء. من المهم ان تفهم الشركة انه يجب ان يكون التوجيه والتركز على :

- العميل اكثر منه على التكنولوجيا .
- التكنولوجيا اكثر منه على العميل .
- العميل .
- التكنولوجيا .

(3) يجب أن يكون تنفيذ إداره علاقة العملاء CRM :

- موجهها ومركزا على العميل .
- موجهها إلى العميل ومركزا على إستراتيجيات التسويق .
- موجهها إلى العميل ومركزا على إستراتيجيات المنظمه .
- موجهها ومركزا على التكنولوجيا .

(4) يجب ان تركز الشركة على :

- الاشخاص .
- العمليات .
- النظم بدلا من تطبيقات تقنية المعلومات ضيقة المنظور .
- جميع ما ذكر .

(5) يجب ان تركز الشركة على النظم بدلا من :

- تطبيقات تقنية المعلومات ضيقة المنظور .
- العملاء .
- المنتج .
- إدارة التغيير .

(6) يجب على ادارة علاقات العملاء ان :

- تجمع استراتيجية المنظمة .
- منهجية الاعمال .
- التكنولوجيا .
- جميع ماذكر .

7) تحقيق مجموعة من الاهداف التي تخص المنظمات التي تهدف الى تشغيل محيط موجه للعملاء . تشير الى :

- الانترنت .
- التكنولوجيا .
- العميل .
- إدارة التغيير .

8) لا يمكن نجاح الاعمال :

- بدون فهم العملاء .
- بدون وجود علاقة مع العملاء .
- بدون فهم العملاء وبدون وجود علاقة مع العملاء .
- لا شيء مما ذكر .

9) توفر ادارة علاقات العملاء الدعم :

- للعميل الذي يواجه وظيفة من الوظائف (التسويق والمبيعات وخدمة العملاء الخ) .
- للمنتج .
- للتكنولوجيا .
- للمنظمة .

10) بدأت الشركات باستعمال تقنية المعلومات لامتة عمليات العملاء باستعمال :

- تطبيقات منفصلة تركز على العملاء .
- تطبيقات متصلة تركز على العملاء .
- تطبيقات منفصلة و متصلة تركز على العملاء .
- تطبيقات منفصلة أو متصلة تركز على العملاء .

11) شرعت المنظمات في عملية تكامل التطبيقات الخاصة بإدارة علاقات العملاء CRM في :

- اواخر التسعينات من القرن الماضي .
- بداية الستينات من القرن الماضي .
- أواخر الستينات من القرن الماضي .
- بداية التسعينيات من القرن الماضي .

12) نتج عن مفهوم التسويق الشامل ما يعرف بـ :

- التسويق الجزئي المركز .

- التسويق الجزئي التكنولوجي .

- التسويق المباشر .

- التسويق الحر .

13) حققت الشركات تقدما ملحوظا في ميدان

- التسويق الجزئي .

- التكنولوجيات الجديدة .

- التسويق الكلي .

- التسويق المباشر .

14) باستعمال التكنولوجيات الجديدة يمكن جمع بيانات :

- العميل .

- المستهلك .

- الشركة .

- المنتج .

15) اجبرت العولمة والتواصل الشركات على :

- اعادة تقييم كيفية تسليم القيمة الى العملاء .

- تسليم منتجات ذات جودة عالية .

- تسليم منتجات ذات جودة فريدة .

- توفير تجارب ديناميكية للعميل حسب احتياجاته .

- انتاج منتجات متشابهة بأسعار منخفضة ومرفقة بخيارات كثيرة حاليا .

- جميع ماسبق .

16) بفضل العولمة تسلم الشركات الكبيرة والصغيرة منتجات

- متشابهة بأسعار منخفضة ومرفقة بخيارات كثيرة حاليا .

- متشابهة بأسعار منخفضة ومرفقة بخيارات كثيرة مستقبلاً .

- غير متشابهة بأسعار منخفضة ومرفقة بخيارات كثيرة حاليا .

- ليس مما ذكر .

17) يجب على الشركات توفير تجارب ديناميكية للعميل حسب احتياجاته لكي :

- تضمن نجاحها في هذا المحيط التنافسي .

- تضمن نجاحها في السوق .

- تلبي رغبات الزبائن .

- تحافظ على الجودة .

18) انماط ادارة علاقات العملاء ثلاثة منها :

- ادارة سلسلة التموين التشغيلية .
- ادارة سلسلة التموين التحليلية .
- ادارة سلسلة التموين التعاونية .
- جميع ماذكر .

19) توفر الدعم ما قبل وما بعد البيع والتسويق وعمليات خدمة العملاء :

- ادارة سلسلة التموين التشغيلية .
- ادارة سلسلة التموين التحليلية .
- ادارة سلسلة التموين التعاونية .
- إدارة التغيير .

20) توفر ادوات جمع وتحليل البيانات التي تم جمعها خلال الفترة التشغيلية :

- ادارة سلسلة التموين التعاونية .
- ادارة سلسلة التموين التحليلية .
- ادارة سلسلة التموين التشغيلية .
- لا شيء مما سبق .

21) تتعامل مع نقط التفاعل ما بين المنظمة و العميل :

- ادارة سلسلة التموين التعاونية .
- ادارة سلسلة التموين التشغيلية .
- ادارة الجودة .
- ادارة التغيير .

22) ادارة علاقات العملاء من منظور استراتيجية الاعمال تتمثل في :

- الاعمال .
- التكنولوجيا .
- العميل .
- جميع ماذكر .

23) استراتيجية الاعمال تركز على :

- العميل .
- قطاعات العملاء .
- التسويق الفردي marketing one-on-one .
- زيادة مستوى الحفاظ على العملاء .
- جميع ماذكر .

24) التكنولوجيا تركز على :

- تعزز العلاقة القريبة مع العميل .

- تحليل معلومات العميل .
- تعزز النظرة المتسقة الى العميل .
- جميع ماذكر .

(25) العميل يركز على :

- زيادة في فرص التفاعل .
- ولاء العملاء .
- (أ + ب) .
- لا شيء مما ذكر .

(26) الادارة الجيدة لعلاقات العملاء تدعم

- ادراك حاجة العميل والحفاظ عليها .
- التحفيز والسلوكيات خلال مدة العلاقة .
- تسهيل استخدام تجارب العملاء للاستمرار في تحسين العلاقة .
- ادراج التسويق والمبيعات ونشاطات الدعم .
- قياس وتقييم عمليات اكتساب المعرفة والمشاركة .
- جميع ماذكر .

(27) من ضمن عمليات تسليم ادارة علاقات العملاء CRM :

- إدارة الحملة الدعائية .
- إدارة الخدمات .
- ادارة الشكاوى .
- جميع ماذكر .

(28) الهدف من إدارة الحملة الدعائية هو

- جلب عملاء محتملين للمنظمة .
- تحويل العملاء المحتملين الى مستهلكين .
- توفير الدعم المستمر للعميل .
- تحسين رضا المستخدم بمعالجة الشكاوى وأخذها بعين الاعتبار .

(29) الهدف من إدارة المبيعات هو

- تحويل العملاء المحتملين الى مستهلكين .
- تحسين رضا المستخدم بمعالجة الشكاوى وأخذها بعين الاعتبار .
- توفير الدعم المستمر للعميل .
- لا شيء مما ذكر .

(30) الهدف من إدارة الخدمات هو

- توفير الدعم المستمر للعميل .
- تقديم المساعدة للعميل في تشغيل المنتج او شراء خدمة .
- (أ + ب) .
- لا شيء مما ذكر .

31) الهدف من ادارة الشكاوى هو

- تحسين رضا المستخدم بمعالجة الشكاوى وأخذها بعين الاعتبار .
- الدعم المستمر .
- (أ + ب) .
- لا شيء مما ذكر .

32) من ضمن عمليات دعم ادارة علاقات العملاء CRM :

- أبحاث السوق .
- إدارة الولاء .
- (أ + ب) .
- لا شيء مما سبق .

33) أبحاث السوق تركز على :

- التصميم المنهجي .
- جمع البيانات و تحليلها .
- اصدار التقارير .
- ايجاد نشاطات تخص المبيعات المهمة في المنظمة .
- جميع ما ذكر .

34) أبحاث السوق تعتمد على :

- البيانات الداخلية .
- البيانات الخارجية .
- البيانات الداخلية و الخارجية .
- البيانات الداخلية أو الخارجية .

35) إدارة الولاء تستخدم من أجل :

- تعظيم مدة العلاقات مع العملاء .
- تعظيم حدة العلاقات مع العملاء .
- (أ + ب) .
- لا شيء مما ذكر .

36) من ضمن عمليات تحليل ادارة علاقات العملاء CRM :

- ادارة القيادة .

- تنميط العملاء .
- إدارة التغذية الراجعة .
- جميع ماذكر .

(37) تركز على تنظيم و اعطاء الاولويات للاتصالات مع العملاء :

- ادارة القيادة .
- تنميط العملاء .
- إدارة التغذية الراجعة .
- لا شيء مما سبق .

(38) تركز على تطوير النمط التسويقي لكل عميل وذلك بتحليل بياناته الخاصة بنمط الشراء الخاص به :

- تنميط العملاء .
- ادارة القيادة .
- إدارة التغذية الراجعة .
- لا شيء مما سبق .

(39) ضمن عمليات تحليل ادارة علاقات العملاء CRM إدارة التغذية الراجعة تهتم بـ :

- توحيد المعلومات الخاصة بالعميل .
- تحليل المعلومات الخاصة بالعميل .
- دعم ال CRM والمشاركة مع عمليات التحليل والعكس .
- جميع ماذكر .