

# 《客户关系管理、维护、开发》专业 技术综合知识考试题库与答案

## 目录简介

一、单选题：共 100 题

二、多选题：共 82 题

三、判断题：共 40 题

### 一、单选题

1、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？

2、分析型 CRM 的（ A ）功能可以让 CRM 对所进行的销售活动相关信息进行存储和管理，将客户所发生的交易与互动事件转化为有意义、高获利的销售商机。

A、促销管理 B、个性化和标准化

C、客户分析和建模 D、客户沟通

3、CRM 的技术核心是 ( B )

A、数据库 B、数据仓库

C、元数据 D、数据库技术

4、在日益激烈的市场竞争环境下，企业仅靠产品的质量已经难以留住客户， ( B ) 成为企业竞争制胜的另一张王牌。

A、产品 B、服务

C、竞争 D、价格

8、在客户关系管理中，不是 4P 策略的是 ( D )

A、产品 B、价格

C、促销 D、市场

9、客户开发人员潜在客户的管理主要是从 ( B ) 与重要性两方面入手。

A、紧迫性 B、预见性

C、超前性 D、盈利性

10、客户满意中超出期望的式子是 ( A )

A、感知服务 > 预期服务 B、感知服务

11、当客户只有一个期望值无法满足时， ( D ) 不是我们应对的技巧

- A、说明原因
  - B、对客户的期望值表示理解
  - C、提供更多的有效解决方案
  - D、与客户据理力争
- 13、（C）不能作为客户不满意调查的信息获取渠道。
- A、现有客户 B、潜在客户
  - C、已失去客户 D、竞争者客户
- 14、在大客户管理中，（D）是客户服务的最高层次
- A、个性化服务
  - B、个性化产品
  - C、主动性服务
  - D、提供战略上的支持与合作
- 17、（C）不是实施个性化服务所必须的条件。
- A、服务 B、良好的品牌形象
  - C、良好的企业盈利率 D、产品
- 18、（B）阶段不属于客户关系生命周期阶段
- A、潜在期 B、调整期
  - C、成长期 D、成熟期
- 19、（A）是客户与企业关系开始到结束的整个客户生命周期的循环中，客户对企业的直接贡献和间接贡献的全

部价值总和。

A、客户终身价值 B、创造价值

C、获取价值 D、让渡价值

20、在竞争度较高的行业里，客户满意与客户忠诚的相关性是 (A )

A、较大 B、较小

C、无关 D、客户忠诚是客户满意基础

21、在客户关系管理里， (C ) 不是客户的忠诚的表现。

A、对企业的品牌产生情感和依赖

B、重复购买

C、即便遇到产品不满意，也不投诉

D、有向身边的朋友推荐企业的产品

22、网络客户服务的层次中最高的是 (C )

A、单向信息服务 B、初步个性化信息服务

C、个性化互动服务 D、客户化服务

23、在客户关系管理中，不是 4P 策略的是 (D)

A、产品 B、价格

C、促销 D、市场

24、客户忠诚度是建立在 (C ) 基础之上的，因此提供

高品质的产品、无可挑剔的基本服务，增加客户关怀是必不可少的。

- A、客户的盈利率 B、客户总成本
- C、客户的满意度 D、客户价值

25、 ( C ) 是大客户的特征。

- A、采购对象组织结构简单 B、采购金额较小
- C、采购过程较理性 D、服务要求较低

26、 ( A ) 是客户在较长时间内对企业产品或服务保持的选择偏好与重复性的购买。

- A、重复购买 B、客户忠诚
- C、客户满意 D、客户偏好

27、客户满意或客户忠诚论述错误的是 ( C ) 。

- A、客户满意是一种心理的满足
- B、客户忠诚是一种持续交易的行为
- C、客户满意是客户关系管理根本目的
- D、客户忠诚是客户关系管理根本目的

28、在客户关系管理里，对于客户价值的分析与评价，常用所谓的“二八原理” (80/20PareToPrinciple)，这个原理指的是 ( B ) 。

- A、VIP 客户与普通客户通常呈 20：80 的比例分布

B、企业的利润的 80%或更高是来自于 20%的客户,80%的客户给企业带来收益不到 20%

C、企业的内部客户与外部客户的分布比例为 20: 80

D、企业的利润的 80%是来自于 80%的客户, 20%的客户给企业带来 20%的收益

29、在客户关系管理里, 可以根据不同的维度去细分客户群, 可以根据客户的价值进行划分, 可以根据客户与企业的关系划分, 可以根据客户的状态划分, 以下四个选项中哪个跟另外三个是不同类的? ( D )

A、企业客户 B、内部客户

C、渠道分销商和代理商 D、VIP 客户

30、在客户关系管理里, 客户的满意度是由以下哪两个因素决定的? ( A )

A、客户的期望和感知

B、客户的抱怨和忠诚

C、产品的质量 and 价格

D、产品的性能和价格

32、在客户关系管理里, 可以根据不同的维度去细分客户群, 可以根据客户的价值进行划分, 可以根据客户与企业的关系划分, 可以根据客户的状态划分, 以下哪种客户类型不属于根据客户的状态进行的分类? ( D )

- A、新客户 B、忠诚客户
- C、流失客户 D、中小商户

33、以下那种客户服务工具不属于电子商务环境下的客户关系管理在前端实施的服务功能？（ D ）

- A、个性化网页服务功能 B、在线客服
- C、订单自助跟踪服务 D、客户状态分析

34、在客户关系管理战略里，“流失预警”是对以下哪个关键的因素进行的管理？（ C ）

- A、客户满意度 B、客户忠诚度
- C、客户状态 D、客户成本

35、客户对供电公司所提供的电力服务的使用是基于以下哪种类型的忠诚？（ A ）

- A、垄断忠诚 B、亲友忠诚
- C、惰性忠诚 D、信赖忠诚

36、CRM 研究的是哪种类型的忠诚？（ D ）

- A、垄断忠诚 B、亲友忠诚
- C、惰性忠诚 D、信赖忠诚

37、满意度和忠诚度之间的关系，在以下哪个关系中表现得最为紧密？（ A ）

- A、行业竞争激烈的企业客户关系

- B、实施客户积分计划的企业客户关系
- C、退出成本/门槛高的企业客户关系
- D、专利技术产品企业客户关系

38、在客户关系管理理念里，客户的价值的预测通常是采用哪个方式进行？（A）

- A、客户的长期价值或者是终身价值
- B、客户消费量最高的时期所产生的价值
- C、客户从新客户到流失客户期间所产生的价值
- D、客户从潜在客户到真正的企业客户期间所产生的价值

39、在客户关系管理系统的功能当中，以下哪项管理功能不在客户关系管理的范畴之内？（B）

- A、销售管理 B、采购管理
- C、呼叫中心 D、数据挖掘

40、企业实施客户关系管理的最终目的是（B）

- A、把握客户的消费动态
- B、针对客户的个性化特征提供个性化服务，极大化客户的价值
- C、做好客户服务工作
- D、尽可能多的收集客户信息



41、以下对 CRM 的描述哪一项是不正确的？（ D ）

A、CRM 是一套智能化的信息处理系统

B、CRM 将企业的经验、管理导向“以客户为中心”的一套管理和决策方法

C、CRM 把收集起来的数据和信息进行存储、加工、分析和整理（数据挖掘），获得对企业决策和支持有用的结果

D、CRM 系统通过了解客户的需求整合企业内部生产制造能力，提高企业生产效率，从技术角度看，指帮助企业有组织性的管理客户关系的方法、软件系统以至互联网设施等。

42、数据挖掘的技术基础是（ C ）

A、客户忠诚 B、数据库

C、人工智能 D、知识管理

43、“市场状况为卖方市场，总趋势是产品供不应求”是属于企业经营管理理念演变（ A ）阶段的基本条件。

A、产值中心论 B、销售额中心论

C、利润中心论 D、客户中心论

44、（ D ）认为：组织的任务是确定诸目标市场的需要、欲望和利益，并以保护或提高消费者及社会福利的方式，比竞争者更有效、更有利地提供目标市场所期待的满足。

A、生产观念 B、产品观念

C、推销观念 D、社会营销观念

- 45、按客户重要性分类，客户可以分为 (B )
- A、潜在客户、新客户、常客户、老客户、忠诚客户
  - B、贵宾型客户、重要型客户、普通型客户
  - C、基本型、被动型、负责型、能动型、伙伴型
  - D、铅质客户、铁质客户、黄金客户、白金客户
- 46、客户价值的衡量标准是 (C )
- A、客户利润 B、客户成本
  - C、客户终生价值 D、客户让渡价值
- 49、对于企业而言，不同客户之间的差异主要在于 (C )
- A、年龄和性别
  - B、身高和体重
  - C、商业价值和需求
  - D、收入和居住位置
- 51、下列选项中， (C ) 是对数据仓库概念的正确描述。
- A、数据仓库是与时间无关、不可修改的数据集合
  - B、数据仓库是面向过程的、集成的数据集合
  - C、数据仓库是在企业管理和决策中面向主题的、与时间相关的数据集合
  - D、数据仓库是随时间变化的、不稳定的数据集合

52、下列选项中不是数据仓库的特征的是 ( C )

A、面向主题 B、随时间变化

C、不可改变 D、集成

53、以下说法正确的是 ( B )

A、争取新客户的成本低

B、保留老客户的成本低

C、争取新客户的成本与保留老客户的成本差不多

D、争取新客户和保留老客户的成本要根据实际情况来

定

54、今天的 CRM 系统主要分为分析型 CRM 和 ( B )

A、业务 CRM B、运营 CRM

C、数据 CRM D、合作 CRM

56、呼叫中心的 CTI 指的是 ( B )

A、呼叫管理系统

B、计算机电话集成

C、主机应用

D、交互式语音应答

57、CRM 主要包括的三个要素是人、技术和 ( A )

A、流程 B、信息

C、客户 D、数据

58、CRM 是指 (A )

- A、客户关系管理 B、企业资源计划
- C、供应链管理 D、人力资源管理

59、客户期望的服务质量可以用 (B ) 来表示

- A、公司价值
- B、客户让渡价值
- C、客户忠诚度
- D、客户关系价值

60、客户的利益忠诚来源不包括 (D)

- A、价格刺激 B、促销政策
- C、产品推广时的优惠 D、方便

61、在客户关系管理里，客户的满意度是由下列 (A ) 因素决定的。

- A、客户的期望和感知
- B、客户的抱怨和忠诚
- C、产品的质量 and 价格
- D、产品的性能和价格

62、客户的忠诚类型不包括 (D)

- A、激励忠诚 B、垄断忠诚
- C、潜在忠诚 D、历史忠诚

63、在客户关系管理里，以下哪种情况不是客户的忠诚表现（C）

- A、对企业的品牌产生的情感和依赖
- B、重复购买
- C、即便遇到对企业产品的不满意，也不会企业投诉
- D、有向身边的朋友推荐企业的产品的意愿

64、下列不属于客户忠诚度衡量指标的是（D）

- A、购买时的挑选时间
- B、对价格的敏感程度
- C、对品牌的关注
- D、客户购买产品的次数较少

65、在客户关系管理战略的实施层次中，处于最高层的是（A）

- A、公司远景和公司战略
- B、企业价值
- C、业务流程设计
- D、企业文化

67、关系营销的特征不包括（D）

- A、双向沟通
- B、合作
- C、双赢
- D、提供优质服务

68、CRM 营销的核心是（A）

- A、以客户为中心
- B、集成

C、数据库应用 D、数据挖掘

69、根据数据仓库的概念，可以发现数据仓库的特点不包括下列（ D ）

A、面向主题 B、集成

C、相对稳定 D、不反映历史变化

70、客户价值在（ B ）生命周期阶段中，客户关系处于上升的阶段，客户利润快速增加，而随着客户关系的逐步建立和客户忠诚度的提高，客户流失率会逐渐减少。

A、考察期 B、形成期

C、稳定期 D、衰退期

71、（ C ）的意义体现在增加企业的盈利、降低企业的成本、提高企业的信誉度和美誉度等方面。

A、客户关怀 B、客户联盟

C、客户保持 D、客户忠诚

73、从客户价值的定义中，可以看出衡量客户价值的重要标志是（ A ）

A、客户对企业产品的感知质量

B、客户的期望

C、客户的关系价值

D、客户忠诚度

74、（ C ）越大，客户满意度就越高。

A、公司价值 B、客户让渡价值

C、客户忠诚度 D、客户关系价

75、客户的利益忠诚来源不包括 ( D )

A、价格刺激 B、促销政策

C、产品推广时的优惠 D、方便

76、在客户关系管理里，以下哪种情况不是客户的忠诚的表现 ( C )

A、对企业的品牌产生情感和依赖

B、重复购买

C、即便遇到对企业产品的不满意，也不会向企业投诉

D、有向身边的朋友推荐企业的产品的意愿

77、下列不属于客户忠诚度衡量指标的是 ( D )

A、购买时的挑选时间

B、对价格的敏感程度

C、对品牌的关注

D、客户购买产品的次数较少

78、客户满意的最基础层次是 ( B )

A、精神满意

B、物质满意

C、社会满意

D、企业行为满意

79、在客户满意的纵向层次中，处于最高层次的是（ C ）

A、物质满意 B、精神满意

C、社会满意 D、视觉满意

80、企业与客户接触的直接渠道的基本模式为（ B ）

A、生产者—中间商—消费者

B、生产者—消费者

C、中间商—消费者

D、生产者—中间商

81、关于渠道和接触点，下列说法正确的是（ A ）

A、渠道和接触点可以互相补充

B、渠道和接触点是企业的两个互不相关的资源

C、渠道包括电话、传真、邮件等

D、接触点只有直接接触点和间接接触点两种

82、客户满意的影响因素中，客户对产品的实际认知不包括（ D ）

A、产品的品质和功效

B、客户对产品的态度和情感

C、客户对产品的期望

D、产品的图纸



83、在客户关系管理系统的功能当中，以下（B）不在客户关系管理的范畴之内。

- A、销售管理 B、采购管理
- C、呼叫中心 D、数据挖掘

84、在客户关系管理战略实施层次中，处于最高层的是（A）

- A、公司远景和公司战略 B、企业价值
- C、业务流程设计 D、企业文化

85、公司核心理念与公司价值观的关系是（C）

- A、公司价值观是公司核心理念的外化
- B、公司价值观与公司核心理念完全一样
- C、公司核心理念是公司价值观的最高表现形式
- D、公司价值观和公司核心理念无关系

86、根据客户的价值将客户细分，下列划分正确的是（A）

- A、一般客户；企业客户；渠道、分销商和代理商；内部客户
- B、零售消费者；企业客户；代理商；内部客户
- C、VIP 客户、主要客户、普通客户、小客户
- D、屈从型；关怀型；适应型；冷漠型

- 87、企业业务流程再造时，组织应该以（ B ）为中心。
- A、服务 B、产出  
C、任务 D、信息
- 88、企业业务操作流程主要由（ A ）三部分组成。
- A、营销、销售和客户服务  
B、采购、生产和销售  
C、采购、营销和客户服务  
D、生产、销售和客户服务
- 89、CRM 管理环境下客户合作管理流程的再造的内容分为（ A ）
- A、业务信息系统、联络中心管理和 Web 集成管理  
B、呼叫中心、业务信息系统  
C、业务信息系统、联络中心管理  
D、联络中心管理和 Web 集成管理
- 90、企业业务流程的起点是（ B ）
- A、客户服务 B、客户的需求  
C、客户满意 D、以上均对
- 91、下列不属于客户描述性数据的是（ A ）
- A、降价销售 B、行为爱好  
C、客户家庭成员情况 D、信用情况

92、CRM 营销的核心是 (A )

A、以客户为中心

B、集成

C、数据库应用

D、数据挖掘

93、根据数据仓库的概念，可以发现数据仓库的特点不包括下列 (D)

A、面向主题 B、集成

C、相对稳定 D、不反映历史变化

94、如何最大限度地建立和增加客户价值，贝瑞和帕拉苏拉曼归纳了创造顾客价值的关系营销层次，其中层次最高的是 (C )

A、一级关系营销 B、二级关系营销

C、三级关系营销 D、四级关系营销

95、关于客户数据的说法中，正确的是 (C )

A、只能来源于企业外部

B、只能来源于企业内部

C、既可来源于企业内部，也可来源于企业外部

D、以上均错

96、互动营销强调 (C )

- A、企业和相关企业之间只是交易和竞争的关系
- C、企业对消费者的单向推动
- B、企业和消费者间交互式交流的双向推动
- D、以上均正确

97、下列属于市场促销性数据的是 ( B )

- A、客户类型 B、礼品发放形式
- C、公司名称 D、行为爱好

98、客户关系管理营销策略成功实施的关键是 ( C )

- A、发掘潜在顾客 B、留住低贡献客户
- C、保持客户忠诚度 D、培育负值客户

99、数据库营销一般经历数据采集、 ( B ) 、使用数据、完善数据等六个基本过程。

- A、数据存储、寻找理想消费者、数据处理
- B、数据存储、数据处理、寻找理想消费者
- C、寻找理想消费者、数据处理、数据存储
- D、数据处理、寻找理想消费者、数据存储

100、从本质上说，现代企业的生产可能边界是由 ( A ) 决定的。

- A、企业核心能力 B、企业规模
- C、生产的纵向链条 D、生产的横向链条

## 二、多项选择题

1. 客户的整体成本包括 (ABCD)
  - A. 时间成本
  - B. 体力成本
  - C. 精神成本
  - D. 货币成本
2. 客户的整体价值包括 (ABD)
  - A. 产品价值
  - B. 服务价值
  - C. 使用价值
  - D. 人员价值
3. 根据客户感知价值的指标体系，客户的感知利益包括 (ABCD)
  - A. 品牌形象
  - B. 产品功能
  - C. 服务多样性
  - D. 产品可靠性
4. 以下关于客户商业价值的认识，正确的有 (BC)
  - A. 客户商业价值是以消费者为载体
  - B. 客户商业价值最终将转化为企业的经济价值

- C. 客户商业价值是一种总体性的价值
  - D. 客户商业价值即客户终生价值
5. 客户商业价值主要包括 (ABCD)
- A. 客户的学习价值
  - B. 客户的潜在价值
  - C. 客户的即有价值
  - D. 客户的影响价值
6. 属于客户商业价值评价的客户特征类指标的有 (BD)
- A. 累计利润额
  - B. 企业规模
  - C. 平均单笔交易额
  - D. 注册资金
7. 客户流失的原因可能有很多，归纳起来讲，主要有 (ABCD)
- A. 主动放弃的客户
  - B. 主动离开的客户
  - C. 被挖走的客户
  - D. 被迫离开的客户
8. 客户终生价值是一个立体的概念，属于其三维结构的有 (ACD)

- A. 客户维持时间维度
- B. 客户利益维度
- C. 客户份额维度
- D. 客户范围维度

9. 根据客户终生价值矩阵，拥有较高未来利益的客户有（AC）

- A. 铁质客户
- B. 铅质客户
- C. 黄金客户
- D. 白金客户

10. 在客户生命周期的退化期，比较合适的策略有（BD）

A. 企业投入是对所有客户进行调研，以便确定出可开发的目标客户

B. 加大对客户的投入，重新恢复与客户的关系，进行客户关系的二次开发

C. 主要是发展投入，目的是进一步融洽与客户的关系，提高客户的满意度、忠诚度，进一步扩大交易量

D. 不再做过多的投入，渐渐放弃这些客户

11. 对付“阴谋型”债务人的策略应该是（BC）

A. 软硬兼施策略

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/067125051012006056>