

浙江省 2015 年 10 月高等教育自学考试

会展客户关系管理试题

课程代码:08725

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 下列不属于客户价值构成的是

- A. 潜在价值                      B. 历史价值                      C. 当前价值                      D. 未来价值

2. 客户服务成本包括

- A. 产品成本和产品服务                      B. 服务提供成本  
C. 产品提供成本                      D. 产品或服务的提供成本和服务成本

3. 下列描述不正确的是

- A. 对于一个十分忠诚的高质量客户,企业应该按照伙伴型或负责型的客户关系对待就会影响客户的忠诚度  
B. 客户忠诚度是企业进行客户关系选型时应当首先考虑的因素  
C. 企业的客户关系类型并不是一成不变的  
D. 企业对客户忠诚度判断不准确,就有可能选择不恰当的客户关系类型

4. 不属于客户互动的驱动因素的是

- A. 营销环境的变化、营销观念的变化  
B. 企业核心价值认知的改变  
C. 与信息技术相结合的营销方式的转变  
D. 企业相对客户关系的最大化

5. 顾客抱怨是企业的
- A. 常见问题                      B. 治病良药                      C. 致命打击                      D. 消极的态度
6. 关于客户关系满意度描述不正确的是
- A. 是客户期望与客户感知效果的比较结果
- B. 分析客户满意度应该从客户期望与企业表现两个角度衡量
- C. 期望的满足程度不会影响着客户的满意度
- D. 让客户满意的关键是理解哪些因素对客户重要,尽量满足
7. 关于客户忠诚与客户满意度的关系描述正确的是
- A. 客户满意和客户的行为忠诚之间总是强正相关关系
- B. 客户满意度为“基本满意”时,忠诚度偏高
- C. 客户的高满意度不总是形成客户忠诚感的必要条件
- D. 客户满意度为“一般”时,忠诚度为负值
8. 会展客户的组成包括
- A. 政府的相关部门、展览公司和行业协会等
- B. 参展商和组展商
- C. 参展商和专业观众
- D. 组展商、参展商和参观者
9. 消费者衡量商品价值和品质的直接标准是
- A. 生产企业的品牌知名度                      B. 商品的包装和展示
- C. 商品的价格                      D. 其他消费者的反馈意见
10. 下列不属于消费者价格心理特征的是
- A. 习惯性                      B. 从众性                      C. 感受性                      D. 倾向性
11. 下列表述不正确的是
- A. 传统的营销是通过销售来获利
- B. 服务营销是通过客户满意来获利
- C. 现代企业的服务营销观念是以客户为中心、以需求为导向
- D. 现代企业真正的盈利模式就是盈利
12. 下列不属于会展服务的基本要求的是
- A. 以重点服务展会现场为导向                      B. 以客户为中心
- C. 以真诚换取信任                      D. 以细节取胜

13. 关于会展中期客户服务描述不正确的是
- A. 会展中期客户服务又称会展现场服务
  - B. 是会展活动的组织机构对会展活动进行服务的集中体现
  - C. 指会展活动开幕期间在会展现场提供的服务,如信息服务、媒体服务
  - D. 会展中期客户服务中最重要的是展览场地服务
14. 下列不属于会展文案制作的总体要求的是
- A. 规范正确
  - B. 清晰明晰
  - C. 准确贴切
  - D. 繁复冗长
15. 下列关于会展客户关系管理策略描述不正确的是
- A. 关注参展商和观众的参展效益有利于保留会展客户
  - B. 为客户提供满意的参展经理有利于提升会展客户的忠诚度
  - C. 重视保留老客户会影响发掘新客户的工作成效,不利于会展客户关系的维护
  - D. 加强展会宣传、提高管理和服务水平有利于获取会展客户
16. 下列不属于会展企业收集客户信息的步骤的是
- A. 发掘潜在会展客户
  - B. 识别会展客户
  - C. 细分会展客户
  - D. 预测会展客户
17. 客户逐渐从单纯的购买转变为主动参与企业产品和服务的设计、规划、方案的制订,这反映了客户的
- A. 产品需求
  - B. 服务需求
  - C. 关系需求
  - D. 体验需求
18. 20 世纪 60 年代提出营销组合理论,即 4P 理论的美国学者是
- A. 麦肯锡
  - B. 李维特
  - C. 贝里
  - D. 赛斯
19. DRP 的中文全称是
- A. 业务流程重组
  - B. 合作伙伴关系管理
  - C. 企业资源计划
  - D. 分销资源计划
20. 企业必须努力获取有关客户的可靠资料,建立客户数据库,这体现了客户关系管理的
- A. 信息原理
  - B. 投资原理
  - C. 交流原理
  - D. 整合原理

## 二、多项选择题(本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 客户价值主要体现在
- A. 客户知识价值
  - B. 客户信息价值
  - C. 客户利用价值
  - D. 客户口碑价值
  - E. 客户交易价值

22. 从客户角度来看,客户之所以选择与某家企业发生业务关系的原因
- A. 加强客户与企业之间关系的强度,从而表现为较高的态度忠诚和行为忠诚
  - B. 提供了更好的价值
  - C. 客户的终极目标是围绕企业的终身价值
  - D. 转换成本太高
  - E. 服务和产品价值是可以预期的
23. 客户生命周期可分为
- A. 考察期
  - B. 培养期
  - C. 形成期
  - D. 稳定期
  - E. 退化期
24. 4Ps 营销理论中的 4P 指代的是
- A. 顾客
  - B. 产品
  - C. 价格
  - D. 地点
  - E. 促销
25. 影响客户满意的因素包括
- A. 企业的核心产品
  - B. 企业的服务支持
  - C. 企业的计划表现
  - D. 企业的客户互动
  - E. 企业的情感因素

## 非选择题部分

### 注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

### 三、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 4 分,共 20 分)

- 26. ABC 分类法
- 27. 客户生命周期
- 28. 顾客满意度
- 29. 会展
- 30. 服务补救

### 四、简答题(本大题共 5 小题,每小题 5 分,共 25 分)

- 31. 简述会展客户关系的维护策略。
- 32. 简述在会展服务期间,提供会展活动服务的作用。
- 33. 简述会展 CRM 实施的关键目标。
- 34. 简述会展客户关系管理的策略。

35. 简述会展企业吸引和稳定客户的技巧有哪些?

### 五、论述题(本大题 10 分)

36. 试述服务补救与客户抱怨管理的区别。

### 六、案例题(本大题共 15 分)

37. 请阅读下面的材料后,回答问题。

尼尔森公司关于中国消费者排队问题的调查:NCR 公司公布了最新的中国消费者排队调查报告。据悉,此项调查由尼尔森公司针对北京、上海和广州的 1551 名抽样受访者展开。结果显示,64%的消费者已对排队逐渐失去耐心。在消费者经常遭遇排队问题的各类场所中,零售商店的排队概率高居第三位(43%),仅次于银行(73%)和医院(44%)。值得关注的是,在所有受访的消费者中,有 28%的人因排队沮丧而选择其他服务提供商,66%的人因不想耽误时间而选择离开,而 46%的人会喷有烦言。超过 60%的受访者通常一周用于排队的时高于 30 分钟。

问题:

(1)会展中期客户服务中会展报到服务的具体内容。(10 分)

(2)提高会展报到服务的具体措施。(5 分)