



جامعة نمياط
كلية التجارة
قسم إدارة الأعمال
امتحان إدارة علاقات العملاء
الفرقة الثالثة شعبه التسويق
الزمن : ساعتين
عدد الاسئلة: 40 سؤال اختياري + سؤال مقال
الدرجات: 70 درجة
الامتحان (2) صفحة
النموذج الأول

السؤال الأول: من خلال دراستك لمادة إدارة علاقات العملاء اختر الإجابة الصحيحة من بين الإجابات التالية:

- 1- تطبيق قمم على البرامج والعمليات الحسابية والقواعد التي تنفذ أنشطة تسويقية مع تدخل بشري ضئيل أو بدون تدخل بشري.
أ- أتمته المبيعات ب- رحلة العميل ج- أتمته التسويق د- التسويق القائم على الحدث
- 2- يعتمد على دورة من (التخطيط، التنفيذ، القياس، التعلم)، حيث يخطط المسوقون لحملة أو حدث، ثم تنفيذ الخطة، ثم قياس النتائج، والتعلم من النتائج ومن ثم تعديل الحملة أو الحدث التالي.
أ- التسويق ذي الحلقة المغلقة ب- التسويق الرقمي ج- التسويق الآلي د- التسويق القائم على الحدث
- 3- الإعلان موجه في المقام الأول إلى المشتريين المحتملين للسلع والخدمات: في حين تقدم العلاقات العامة رسالتها إلى الجماهير الخارجية والجمهور الداخلي الذين ليسوا بالضرورة مشترين للمنتج أو الخدمة.
أ- العبارة صحيحة ب- العبارة خاطئة
- 4- تطبيق ممكن من التكنولوجيا المعتمدة على البيانات لتحديد العملاء الحاليين أو المحتملين لتخصيص الاتصالات والعروض بشكل طبيعي في الوقت الفعلي.
أ- التسويق الرقمي ب- تسويق المحتوى ج- تحسين محرك البحث د- إدارة الحملة التسويقية
- 5- تهدف تطبيقات الحملة التسويقية إلى توجيه رسائل شكر للعملاء لأنهم أصبحوا عملاء للشركة
أ- التعلم ب- الشعور ج- السلوك د- التغذية العكسية
- 6- اختيار المجموعة أو المجموعات الفرعية التي ستلقى المحتوى الخاص بالحملة التسويقية.....
أ- التقسيم ب- خطة العمل ج- التخصيص د- الاستهداف
- 7- يتلقى عميل البنك الذي يودع 50000 جنيه أو أكثر في حساب توفير عرضاً بنصيحة استثمارية من مخطط مالي تعتبر من أمثلة سلوكيات العملاء التي تؤدي لاستجابات تسويقية.
أ- العبارة صحيحة ب- العبارة خاطئة
- 8- إضفاء الطابع الشخصي وتصميم الرسائل والعروض للمستلمين الفرديين في مراحل رحلة العميل
أ- التقسيم ب- خطة العمل ج- التخصيص د- الاستهداف
- 9- تمكن الشركات من الظهور في وقت مبكر في هذه القوائم، عن طريق الدفع مقابل مساحة إعلانية
أ- الإعلان البرمجي ب- تسويق المحتوى ج- البريد الإلكتروني د- تسويق الكلمات الرئيسية
- 10- تمثيل للمراحل التي يمر بها العملاء في علاقتهم مع الشركة
أ- أتمته المبيعات ب- رحلة العميل ج- أتمته التسويق د- التسويق القائم على الحدث
- 11- استراتيجيه الحفاظ على العملاء ذوي القيمة من خلال تقليل حالات اضطراب العملاء
أ- اكتساب العملاء ب- تنمية العملاء ج- الاحتفاظ بالعملاء د- إدارة علاقات العملاء
- 12- يقدم مكافآت تدريجية موجهة للعملاء مقابل رعايتهم التراكمية فكلما زاد إنفاق العميل، زادت المكافأة.
أ- مخطط الولاء ب- نوادي العملاء ج- ترويج المبيعات د- تصفية البيانات
- 13- تقوم الشركات والعملاء بتخصيص موارد لعلاقة ما وتحقق هذه الموارد فوائد متبادلة للمشاركين.
أ- مخطط الولاء ب- الروابط الاجتماعية ج- الروابط الهيكلية د- تصفية البيانات

النموذج الأول

- 14- بيع منتجات أو خدمات إضافية إلى عميل حالي
أ- تكامل القناة ب- التخصيص ج- البيع لأعلى سعر د- البيع الإضافي
- 15- من الاستراتيجيات الإيجابية للاحتفاظ بالعميل
أ- ارتباط العميل ب- تصفية البيانات ج- تكامل القناة د- إدارة الحملة
- 16- زيادة قيمة العملاء المحتفظ بهم من خلال البيع الإضافي، والبيع الأعلى سعرا للمنتجات مع مراعاة إرضاء العميل.
أ- اكتساب العملاء ب- تنمية العملاء ج- الاحتفاظ بالعملاء د- التنقيب عن العملاء
- 17- قصة حول كيفية إدراك العميل للعلامة التجارية، وإجراء عملية شراء أولية، والانتقال إلى أعلى سلم الولاء، وإجراء عمليات شراء إضافية والتأثير على الآخرين ليصبحوا عملاء
أ- تنمية العملاء ب- رحلة العميل ج- اكتساب العملاء د- الاحتفاظ بالعملاء
- 18- ترى مدرسة..... أن الشركات يجب أن تهتم ببناء علاقات مع الأسواق الداخلية، والموردون، وأسواق التوظيف، وأسواق الكلمة المنطوقة، والمؤثرون في الأسواق، وأسواق العملاء
أ- التسويق الصناعي ب- Guanxi ج- الشمال د- الأتجلو أسترالية
- 19- يمكن التمييز بين الاستراتيجيات التي تحبس العميل من خلال معاقبة خروجه من العلاقة، والاستراتيجيات التي تكافئ العميل على بقاءه في العلاقة. تعتبر الأولى استراتيجيات إيجابية للاحتفاظ بالعملاء، والأخيرة سلبية
أ- العبارة صحيحة ب- العبارة خاطئة
- 20- اكتساب العملاء هو الهدف الأكثر أهمية أثناء إطلاق المنتجات الجديدة وبدء الأعمال التجارية الجديدة.
أ- العبارة صحيحة ب- العبارة خاطئة
- 21- عندما يتم اكتساب عملاء جدد لشركة مستحضرات تجميل من شركة منافسه يمكن تصنيفهم بأنهم
أ- عميل لفئة المنتج ب- عميل حاجه جديدة ج- عميل للشركة د- عميل حلول جديدة
- 22- من أمثلة العملاء الجدد في فئة المنتج استبدال الهواتف المحمولة محل هواتف الخطوط الأرضية.
أ- العبارة صحيحة ب- العبارة خاطئة
- 23- البحث عن الفرص التي قد تولد قيمة للشركة.
أ- اكتساب العملاء ب- تنمية العملاء ج- الاحتفاظ بالعملاء د- التنقيب عن العملاء
- 24- البريد الإلكتروني أداة تنقيب غير متزامنة بمعنى لا يرتبط بإطار زمني معين مثل مكالمة المبيعات.
أ- العبارة صحيحة ب- العبارة خاطئة
- 25- يعتبر إصدار تجريبي مجاني لمحطة تلفزيونية لجذب عملاء جدد.
أ- عينة مجانية ب- تجريب مجاني ج- تصفية ذاتية د- ترويج متبادل
- 26- مرحلة يتزايد فيها الاعتماد المتبادل حيث تجرى المزيد من المعاملات وتبدأ الثقة في التطور
أ- الوعي ب- الاستكشاف ج- التوسع د- الالتزام
- 27- عندما يرغب المشتري في الشراكة، ولكن البائع يركز فقط على المعاملة التالية.
أ- الانخداع ب- الاحباط ج- الانتهاء د- الاستكشاف
- 28- التلاعب بالرموز لنقل المواقف والمهارات المقبولة ويتم استخدامها في مجال الإدارة إلى جانب السياسة، فهي المسؤولة عن بيع سلع أو خدمة أو قبول مرشح سياسي
أ- الحملات ب- التأثير ج- الدعاية د- الاعلان
- 29- القيمة الحالية لجميع هوامش الربح الصافية المكتسبة من علاقة مع عميل أو شريحة أو مجموعة من العملاء
أ- WOM ب- CRM ج- CLV د- MA

انظر الصفحة التالية

النموذج الأول

- 30- الروابط الفعالة هي نتاج التواصل بين الأفراد.
أ- العبارة صحيحة
- 31- من أسباب عدم رغبة العملاء في إقامة علاقات مع الموردين
أ- فقدان السيطرة ب- تكاليف الخروج ج- الخوف من التبعية ب- العبارة خاطئة
- 32- من أسباب عدم رغبة الشركات في بناء علاقات مع العملاء
أ- فقدان السيطرة ب- التغيرات التكنولوجية ج- الخوف من التبعية د- تكاليف الفرصة
- 33- الروابط التجارية والفنية والمالية والإدارية والتي يتم تكوينها من تفاعل الشركات
أ- الروابط الفعالة ب- الروابط الاجتماعية ج- روابط الموارد د- روابط الأنشطة
- 34- سلسلة من الحلقات التفاعلية بين طرفين بمرور الوقت
أ- الروابط ب- العلاقة ج- الثقة د- الالتزام
- 35- CRM هو مصطلح جديد لتسويق قواعد البيانات
أ- العبارة صحيحة
- 36- تعد مخططات التسويق الشفهي طرقاً فعالة للغاية من حيث التكلفة لاكتساب العملاء، ولكنها أيضاً تولد عدداً قليلاً من العملاء الجدد أكثر ولاء.
أ- العبارة صحيحة
- 37- هو اتصال شخصي حول منتج أو مؤسسة يفترض فيها المتلقي أن الشخص الذي يقوم بترشيح المنتج مستقل عن التأثير التجاري.
أ- WOM ب- CRM ج- CLV د- MA
- 38- الشراء من المسرح يمنح المستفيد خصماً بنسبة 25 % على وجبة المطعم، والعكس صحيح.
أ- حزم مكافآت ب- حزم نطاقات ج- ترويج متبادل د- كوبونات
- 39- المسابقات على عكس اليانصيب تتطلب مهارة أو معرفة في حين تتنوع الجوائز كما هو الحال في اليانصيب
أ- العبارة صحيحة
- 40- إدارة الاتصال بين المنظمة وعامة الناس
أ- إدارة علاقات العملاء ب- الروابط ج- إدارة العلاقات العامة د- رحلة العميل
- السؤال الثاني:
فرق بين الاستراتيجيات الإيجابية والسلبية للاحتفاظ بالعملاء؟

انتهت الأسئلة
مع أطيب الأمنيات بالتوفيق
د/رضوة محمد عزيز الزهار