

بسم الله الرحمن الرحيم

إدارة الأعمال الإلكترونية - (المحاضرة 7 - الجزء الأول) - إدارة العلاقة مع الزبائن
[أسئلة مراجعة مجهود شخصي - الإدارة الأعمال الإلكترونية - د . ناصر عبد العال]

1) يغادر الزبائن السوق بسبب

- مشاكل في المنتج .
- مشاكل في خدمة العملاء .
- المنافسة .
- المعاملة .
- جودة الخدمة .
- جميع ما ذكر .

2) الزبائن الذين يغادرون بسبب المعاملة تقدر بحوالي

- 68% .
- 86% .
- 14% .
- 12% .

3) الزبائن الذين يغادرون بسبب جودة الخدمة تقدر بحوالي

- 14% .
- 86% .
- 12% .
- 68% .

4) في ظل إدارة العلاقة مع الزبائن فإن العمال يغادرون

- المدير .
- الشركة .
- البلد .
- المنتج .

5) الأنشطة الرئيسية في عملية إدارة العلاقة مع العملاء تشمل

- اختيار العملاء .
- جذب العملاء .
- المحافظة على العملاء .
- توسعة شريحة العملاء .
- جميع ما ذكر .

6) تتصل الأسواق الإلكترونية مع بشكل مباشر .

- الزبائن .
- الموردين .
- المنافسين .
- أصحاب المصالح .

7) يتم التعرف على المستهلك وفهم سلوكه وخصوصا في

- تجارة التجزئة الإلكترونية .
- المنافسة .
- خدمة العملاء .
- رجال الأعمال .

8) الهدف الأساسي من فهم سلوك المستخدم (المستهلك) هو

- دفعه لاتخاذ قرار الشراء .
- دفعه لتقديم خدمة محددة .
- (أ + ب) .
- لا شيء مما ذكر .

9) تعتبر دراسة سلوك المستهلك من

- الموضوعات الحيوية .
- علاقة الأسواق الإلكترونية مع الزبائن .
- تجارة التجزئة الإلكترونية .
- لا شيء مما ذكر .

10) من الموضوعات الحيوية التي تم كثيرا من الأفراد ، ورجال الأعمال ، ومديري الشركات، ومسؤولي البيع المباشر

- دراسة سلوك المستهلك .
- دراسة سلوك العملاء .
- دراسة سلوك المدير .
- دراسة سلوك المنافسين .

11) تعني تبني فلسفة في الإدارة واستراتيجية معينة ووسائل الاتصال الإلكترونية بهدف جذب الزبائن والمحافظة عليهم وتحقيق ولاءهم .

- إدارة العلاقة مع الزبائن .
- ادارة الاعمال الالكترونية .
- ادارة المنظمة .
- ادارة الاستراتيجية .

12) تهدف إدارة العلاقة مع الزبائن الى

- جذب الزبائن .
- المحافظة على الزبائن .
- تحقيق ولاء الزبائن .
- جميع ما ذكر .

13) مراحل إدارة العلاقة مع الزبائن

- 3 مراحل .
- 4 مراحل .
- 5 مراحل .
- 6 مراحل .

14) مراحل إدارة العلاقة مع الزبائن هي

- مرحلة جمع بيانات عن الزبائن .
- مرحلة تحليل البيانات .
- مرحلة عمل برنامج وتنفيذه .
- جميع ما ذكر .

15) إدارة العلاقة مع الزبائن تحتاج الى عدة وسائل منها

- موقع لتكوين علاقة مع الزبائن .
- قائمة عناوين بريدية للزبائن .
- استخدام برامج التنقيب على البيانات .
- استخدام الشخصية والاتصال الجماهيري .
- تبني وسائل إلكترونية لخدمة العملاء .
- الالتزام بمعايير الجودة وخدمة العملاء .
- استخدام أكثر من قناة للاتصال بالزبون .
- أخذ إذن الزبون والمحافظة على خصوصياته .
- جميع ما ذكر .

16) قائمة العناوين البريدية للزبائن تستخدم في

- التسويق .
- التواصل مع الزبون .
- تشجيع الزبون .
- أخذ إذن الزبون .

17) ضمن ادارة العلاقة مع الزبائن تستخدم برامج التنقيب على البيانات لدراسة خصائص

- الزبائن وأذواقهم .

- السوق .

- المنتج .

- العملاء .

..... (18) تعتمد ادارة العلاقة مع الزبائن على الالتزام بمعايير

- الجودة .

- خدمة العملاء .

- تشجيع الزبون على العودة .

- جميع ما ذكر .

..... (19) الفائدة دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني هو

- المحافظة على الزبائن .

- تطوي المسافات بين الزبائن والبائع .

- تساعد على اكتشاف الفرص التسويقية المواتية .

- تساهم في القرارات المتعلقة بتجزئة السوق .

- تساهم في اختيار القطاعات المربحة .

- تساعد على الاستجابة السريعة للتغيرات في حاجات وخصائص المستهلك .

- تساعد على تطوير وتحسين الخدمات التي تقدمها الشركة لعملائها .

- التأثير في الاتجاهات النفسية للمستهلكين وحثهم على العودة مرة أخرى .

- مراعاة التقاليد والقيم السائدة في المجتمع .

- التعرف على العوامل الشرائية المؤثرة في قرار الشراء .

- التعرف القوة الشرائية للزبائن .

- جميع ما سبق .

..... (20) تطوي المسافات بين الزبائن والبائع .

- الوسائل الالكترونية .

- الفرص التسويقية .

- اختيار القطاعات المربحة .

- التقاليد والقيم السائدة في المجتمع .

..... (21) تساعد على اكتشاف الفرص التسويقية المواتية .

- الوسائل الالكترونية .

- الفرص التسويقية .

- الوسائل التعليمية .

- الوسائل التكنولوجية .

22) دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني تساعد على الاستجابة السريعة للتغيرات في حاجات وخصائص

.....

- المستهلك .

- الزبائن .

- العملاء .

- الموردون .

23) التأثير في الاتجاهات النفسية للمستهلكين وحثهم على العودة مرة أخرى . تعني

.....

- دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني .

- دراسة سلوك المستهلك العادي .

- دراسة سلوك المستهلك المغامر .

- دراسة سلوك المستهلك الحذر .

24) عند دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني يتم مراعاة التقاليد والقيم السائدة في المجتمع عند إعداد

.....

- الاستراتيجية التسويقية .

- الاستراتيجية الاستهلاكية .

- الاستراتيجية التنظيمية .

- الاستراتيجية الالكترونية .

25) عند دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني يجب التعرف على

- العوامل الشرائية المؤثرة في قرار الشراء .

- القوة الشرائية للزبائن .

- (أ + ب) .

- اختيار القطاعات المربحة .