

أسئلة الفصل الرابع

التسويق

الفرقة الثانية

أولاً: ضع علامة (✓) أو علامة (✗) أمام العبارات التالية:

(✓)	أ- يعد تجاهل البيانات سبباً من أسباب فشل تسويق العلاقات	1
(✗)	من مميزات التسويق بالعلاقات (بالنسبة للمنظمات) الشعور بالراحة والاطمئنان إلى الجهة التي يتعامل معها المستهلك.	2
(✗)	يعرف التسويق بالعلاقات بأنه عملية منظمة ومستمرة من الأنشطة التي تهدف إلى الاحتفاظ بالعملاء من أجل الوصول إلى قاعدة عملاء قوية، وأكثر ثقة في المنتج أو الخدمة.	3
(✗)	من المحاور الأساسية لتسويق العلاقات إدراك أهمية عامل الوقت بالنسبة للعملاء.	4
(✗)	تسويق العلاقات لا يعتبر وسيلة من وسائل زيادة المبيعات أو حصة السوق.	5
(✗)	من مميزات التسويق بالعلاقات (بالنسبة للعملاء) التقليل من تكاليف البحث عن شركة جديدة مقدمة للخدمة.	6
(✗)	تكلفة جذب عميل جديد تمثل نفس تكلفة الحفاظ على العميل الحالي	7
(✗)	في تسويق العلاقات تحولت المنظمات من التسويق التقليدي الذي يركز على تصريف المنتجات إلى التسويق بالعلاقات الذي يرتكز على إقامة علاقة طويلة الأمد مستمرة ومربحة مع العميل	8

ثانياً: أختير الإجابة الصحيحة لكل مما يأتي:

1- نشاط تكاملی یشترک فیه کافه الأفراد بدون استثناء، مع التركیز عن إستمرارية العلاقات بينهم مع مرور الوقت.

ب- التسويق الشبكي .	أ- التسويق الالكتروني
د- التسويق الهرمي .	ج- التسويق بالعلاقات .

2- مزيج من السياسات والعمليات والاستراتيجيات بهدف إرضاء العملاء وتوفير وسائل تتبع العميل

ب- إدارة علاقات العملاء (CRM)	أ- التسويق بالعلاقات
د- الترويج	ج- البيع

3- تشتمل إدارة علاقات العملاء على العديد من الجوانب التي تتصل مباشرةً مع بعضها البعض منها ...

ب- العمليات الغير مباشرة	أ- العمليات المباشرة
د- جميع ما سبق.	ج- العلاقات التجارية

4- منهجية لفهم سلوك العميل والتأثير فيه من خلال التواصل معه وذلك بهدف تحسين عملية الحصول على العميل، الاحتفاظ به، والحفاظ على ولائه وتحقيق الربح.

ب- إدارة علاقات العملاء (CRM)	أ- التسويق بالعلاقات
د- الترويج	ج- البيع

5- تحتاج المنظمات إلى الـ CRM وذلك لأنها :

ب- توفير خدمة أفضل للعميل	أ- تحسين إنتاجية قوى البيع.
د- جميع ما سبق.	ج- مراقبة تطورات السوق بشكل أفضل

6- من أهم السمات والمميزات من استخدام برنامج إدارة علاقات العملاء (CRM) للمنظمات....

أ- قدرة البرنامج الكبيرة على تسجيل كافة التفاصيل الخاصة بالعملاء وتحليلها	
ب- يساعد البرنامج في عملية بناء الخطة التسويقية أو استراتيجية التسويق المتبعة داخل المنظمة.	

ج- قدرته على التنبؤ بالمتغيرات الفعلية في سلوك المستهلك

د- جميع ما سبق.