

Mastering CRM전문가 정오표

1장 CRM의 개념과 범위

항목	교정 전	교정 후
P.56 16번 문제 4번 문항	④ CRM의 전략적 측면에서 고객서비스 영역은 결과적 공정성, 절차적 공정성, 상호작용 공정성 등의 3대 공정성이 기반되어야 한다.	④ CRM 전략적 측면에서 고객서비스 영역은 고객 접점의 다양한 상황을 총괄 지원하는 고객지원센터의 역할을 담당하게 된다.

2장 CRM 기반이론

항목	교정 전	교정 후
P.107 1번 문제	A사의 CRM 현황을 공정가치선에 비추어 보았을 때 해당하는 곳은?	위의 활동들이 개선되기 전 A사가 공정가치선에 위치하고 있었다고 한다면, 현재 해당하는 곳은?

3장 CRM을 위한 고객가치분석

항목	교정 전	교정 후
P.173 8번 문제 3번 문항	③ 고객의 니즈를 얼마나 충족시키고 있는지에 대한 기업의 성과를 판단하는 지표이다.	③ 한 고객이 소비하는 제품이나 서비스군 중에서 특정 기업을 통해 제공하는 제품이나 서비스의 비율을 의미한다.
P.173 8번 문제 4번 문항	④ 전사적인 관점의 비즈니스 성과를 나타내기 위해서 사용하는 것이 바람직하다.	④ 시장점유율과 같은 의미로 사용하고 있다.
P.175 13번 문제 3번 문항	③ M은 일정 기간 동안에 해당 고객이 구매한 총 구매액의 정도를 말한다.	③ M은 전체 기간 동안에 해당 고객이 구매한 총 구매금액을 말한다.
P.178 4번 문제	문제 오류로 삭제	

4장 CRM을 위한 정보시스템

항목	교정 전	교정 후
P.270 문제 1번	ㄹ. 데이터의 비시계열성	ㄹ. 데이터의 시계열성

5장 CRM을 위한 데이터 분석기법

항목	교정 전	교정 후
P.300 문제 5번 1번 문항	① 판별분석	① 회귀분석
P.305 문제 2번 1번 문항	① ㄱ, ㄷ, ㄹ, ㅁ	① ㄱ, ㄷ, ㄹ

6장 CRM 전략 개발 방법론

항목	교정 전	교정 후
P.357 문제 12번 정답	12. ②	12. ③
P.360 문제 1번 정답	1. ③, ④	1. ①, ④

7장 기업의 CRM전략

항목	교정 전	교정 후
P.448 14번 문제	CRM 기반 전략의 구성요소인 인프라 전략 중 데이터 분석을 통해 고객관점에서 기업의 다양한 경영활동을 분석하는 전략은?	CRM 기반 전략의 구성요소인 인프라 전략 중 서베이를 통해 고객에 의한 정보를 수집하고, 이를 바탕으로 고객 경험 요인을 개선하는 일련의 활동을 하는 전략은?
P.450 19번 문제 1번 문항	① CRM 평가 목표설정 후에 평가 영역을 결정하고 가중치를 수립하는 프로세스로 진행된다.	① 전사적인 관점에서 고객만족도를 포함할 필요가 없다.
P.451 20번 문제 3번 문항	③ 제휴마케팅 매트릭스 포지셔닝이란 제휴마케팅활동을 시작하기 전에 먼저 제휴대상과 제휴 목적에 따라 축을 나누어 위치시키는 것을 말한다.	③ 제휴마케팅 매트릭스 포지셔닝이란 제휴마케팅활동을 시작하기 전에 먼저 제휴대상과 기업규모에 따라 축을 나누어 위치시키는 것을 말한다.
P.451 21번 문제 3번 문항	③ 대상고객들에 대한 전환촉진 활동은 일단 구매증대를 목표로 해야 한다.	③ 대상고객들에 대한 전환촉진 활동은 인접 세그먼트를 목표로 해야 한다.
P.457 7번 문제	2차 구매 유도 전략 수행 시 특징으로 옳은 것은?	2차 구매 유도 전략 수행 시 특징으로 옳지 않은 것은?

8장 산업별 CRM전략의 특징

항목	교정 전	교정 후
P.514 6번 문제 보기 ㄷ		ㄷ. 상품중심 제휴에서 고객중심 제휴로 제휴전략의 패턴이 바뀌고 있음.

10장 CRM과 개인정보보호

항목	교정 전	교정 후
P.635 2번 문제 2번 문항	② 선택된 접근 제어	② 선택적 접근 제어