**（答案显示方式与原网页答案的显示方式一致）**

**单选题**

（1）房地产代理商只关注移居国外的顾客。这是局限性很大的市场，但公司认为它们可以利用有限的服务能力。这属于哪一种营销策略（ C ）。

A 全面焦点策略 B服务焦点策略 C 市场焦点策略 D 无焦点策略

（2）旅游公司只提供具有冒险性很高的旅游服务属于那一项策略（ D ）。

A 全面焦点策略 B服务焦点策略 C 市场焦点策略 D 无焦点策略

（3）哪一项不是一间服务公司的扩展服务? （ D ）

A航空公司向商务舱顾客提供休息室 B档次较高的饭店会提供代客泊车

C牙医诊所在侯诊室放置新杂志 D麦当劳向客人出售汉堡包

（4）在银行顾客接触的程度上，属于中接触服务的是哪一项? （ B ）

A零售银行 B电话银行 C电子银行 D 贵宾理财

（5）给顾客提出正确建议是属于酒店质量的哪一方面?( B )

A可靠性 B移情性 C 保证性 D 响应性

**名词解释**

1. 完整解决方案模式：此模式着重于服务价值的创造。随着产品的日趋复杂、消费者差异化需求的增加以及企业之间竞争的日益激烈，顾客更加注重产品的个性化以及使用过程的便利性与服务附加值的增加，逐步从单纯的购买产品向产品+服务包模式转变。
2. 增量转型：增量转型是在维持原来的主营业务和主要管理模式基础上，开发新的服务功能。
3. 整体转型：整体转型以主营业务转变为标志，涉及企业定位、战略目标、企业文化和员工结构等多方面的转变。
4. 服务外包：服务外包是企业将其非核心的服务环节外包出去，从而使企业更专注于核心业务，以此来降低成本、提高效率、增强企业核心竞争力。

**简答题：（与原网站一致）**

**案例分析题：金蝶转型之路**

设立咨询事业部

2008年4月2日，金蝶在北京正式宣告其战略转型，进行了一系列的组织结构调整，新成立了咨询事业部。

咨询事业部目前大约有管理顾问百余人，团队规模与国内中型咨询机构相当。他们并非仅为销售提供支持性服务，而是有着独立品牌、独立业务、独立收费，一切均按照国内一线咨询公司的定位来运作，不依附于任何产品线。

客户驱动的组织架构

金蝶在组织架构上日趋清晰。目前，金蝶形成了咨询事业部、大企业客户事业部、中小企业事业部、客户服务部的事业部结构（product business unit，PBU）。在大企业事业部内部又划分出房地产、交通运输、金融、烟草、制造业等二级事业部。中小企业事业部则分为服装企业和PLM（产品生命周期管理）等部门。

在全国范围内布局统一配置资源、突出地方区域特色是金蝶的一个重要策略。一些有条件的机构都需要在本地配置咨询顾问和一线人员。2009年年底，金蝶在新加坡成立了首个海外研发中心。金蝶已经在深圳、上海、北京、成都、新加坡等地，建立了5个研发中心。

HRM策略

金蝶过去奉行的是产品主义。随着转向服务，金蝶的人员结构比发生了变化。比如金蝶后来成立的客户服务事业部，负责软件的实施、培训、交付和不断优化，这部分人群几乎占到公司主体人数的50%。

金蝶鼓励员工内部轮岗，通过轮岗、竞技，金蝶积极塑造转型成功的员工代表，鼓励员工向他们学习，不断树立管理专家形象，实现职业生涯的自我增值。对于行业人才的争夺，金蝶也是不惜代价。人力资源成本占金蝶整体成本的60%。

渠道商转型

在增值服务伙伴社区与交易中心上，各个行业的增值方案和应用方案都可以被看到、被选择。选择后，按照约定的政策来结算。如，原来的产品只在广州出售，现在扩展至长沙或其它城市，这就放大了市场半径。

以前，合作伙伴主要靠在单一交易中获取差价利润，现在，在金蝶网络上的伙伴社区里，更多能看到的是自己该如何建立服务体系、能给客户提供哪些增值服务的视频培训等。更为重要的是，金蝶能够帮助合作伙伴发现更多的市场和机会。

资料来源：改编自http://finance.sina.com.cn/leadership/mroll/20110928/171010557036.shtml

讨论题：

（1）从根本上推动金蝶服务转型的是什么？

（2）金蝶采用了服务转型的哪种模式？

（3）根据金蝶的渠道商转型，谈谈一个企业的服务转型对其利益相关者带来的影响。