7주차 학습

1교시 학습 키워드 – CRM, e-CRM

Q1. 다음 중 고객관계관리의 등장 배경에 해당하지 않는 것은?

1. [시장의 변화](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
2. [고객의 변화](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
3. [기술의 변화](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
4. [커뮤니케이션의 변화](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
5. [기업의 변화](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)

고객관계관리는 시장, 고객, 기술, 커뮤니케이션의 변화로 등장하게 되었다.

Q2. 고객 관점에서 제품 또는 서비스에 대한 경험을 관리하여 기업을 혁신하는 CRM 전략은 무엇인가?

1. [CKM](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
2. [CEM](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
3. [CRM](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
4. [e-CRM](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
5. [CSM](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)

CEM(고객경험관리)는 고객경험 프로세스 전반을 분석하여 고객만족을 높이고, 고객의 충성도와 고객가치를 향상시키기 위한 중요 방법론이다.

Q3. 다음 중 CRM 전략에 해당하지 않는 것은?

1. [고객유지 전략](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
2. [고객 활성화 전략](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
3. [신제품 판매 전략](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
4. [신규 고객 확보 전략](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)
5. [과거 고객 재활성화 전략](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=01?isEnd=1)

CRM 전략은 고객유지 전략, 고객 활성화 전략, 교차 판매 전략, 신규 고객 확보전략, 과거 고객 재활성화 전략이 있다.

## 1. CRM의 개념과 전략

1. 1)

시장, 고객, 기술, 커뮤니케이션의 변화로 인해 등장하게 된 CRM은 다양한 관점으로부터 고객들을 조사, 고객관계, 고객 서비스, 판매, 그리고 마케팅에 이르기까지 모든 관점을 처리하기 위한 통합적인 응용프로그램임

1. 2) CRM 전략
   * 고객 유지 전략
   * 고객 활성화 전략
   * 교차 판매 전략
   * 과거 고객 재활성화 전략
   * 신규 고객 확보 전략

## 2. CRM의 발전과 변화

1. 1) e-CRM
   * 고객 관계 마케팅이 인터넷 비즈니스에 확장된 개념으로 현대 마케팅의 주요 핵심 수단인 목표 마케팅의 세분화 전략을 인터넷 비즈니스에 활용한 것임
2. 2) CEM
   * 고객경험 프로세스 전반을 분석하여 기업의 전반적인 품질요소를 관리 및 개선함으로써 고객만족을 높이고, 고객의 충성도와 고객가치를 향상시키기 위한 중요 방법론임
3. 3) CSM
   * 고객이 제품 또는 서비스에 대해 원하는 것을 기대 이상으로 충족시켜 감동시킴으로써 고객의 재구매율을 높이고, 그 제품 또는 서비스에 대한 선호도가 지속되도록 하고자 하는 것임

2교시 학습 키워드 – SCM, SCM의 응용시스템

Q1. 다음 중 SCM의 필요성에 해당하지 않는 것은?

1. [BPR의 등장](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
2. [정보통신기술의 발달](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
3. [채찍효과의 감소](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
4. [기업 활동의 글로벌화](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
5. [소비자 주도의 시장 환경 변화](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)

SCM의 필요성은 채찍효과의 증가, 부가가치의 원천이 기업 내부에서 외부로 이동 등이 있다.

Q2. 기존의 공급사슬에 친환경적인 요소가 추가된 SCM을 무엇이라고 하는가?

1. [Green SCM](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
2. [Blue SCM](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
3. [Global SCM](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
4. [Efficient SCM](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
5. [Advanced SCM](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)

Green SCM은 녹색구매, 친환경 제조 및 자재관리, 친환경 유통 및 마케팅, 역물류 등의 개념이 결합된 형태이다.

Q3. 다음 중 공급사슬 실행의 구성에 해당하지 않는 것은?

1. [주문관리시스템](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
2. [구매관리시스템](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
3. [창고관리시스템](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
4. [운송관리시스템](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)
5. [인사관리시스템](http://lms.studywill.net/Contents/2018/000359/index.html?wk=07&th=02?isEnd=1)

공급사슬 실행은 주문관리, 구매관리, 창고관리, 운송관리시스템으로 구성된다.

## 1. SCM 시스템의 개념과 발전과정

1. 1)

공급사슬은 원재료를 획득하고 이 원재료들을 중간재나 최종재로 변환하고 최종제품을 고객들에게 유통시키기 위한 조직 및 비즈니스 프로세스들의 네트워크임

1. 2) SCM
   * 공급자에서 고객까지의 공급사슬상의 정보, 물자, 현금의 흐름에 대해 총체적 관점에서 사슬 간의 인터페이스를 통합하고 관리함으로써 효율성을 극대화하는 전략적 경영 기법임
2. 3) SCM의 발전
   * 1960년대 등장한 자재소요계획에서 출발하여 생산자원계획 → 전사적 자원관리 → 확장형 전사적 자원관리 → 공급 사슬관리로 발전해 옴

## 2. SCM의 응용시스템

1. 1) SCM의 응용시스템
   * ASP, QR, ECR, CRP, CPFR, ATP, CTP, TOC, SCC 등이 있음
2. 2) 글로벌 공급 사슬관리
   * 원재료 구입부터 최종소비자까지의 물류, 정보흐름을 국내에서 해외로 확장하여 2개국 이상의 국가에서 제품을 조달하고 생산하여 글로벌 시장에서 판매하는 것임
3. 3) Green SCM
   * 녹색구매, 친환경 제조 및 자재관리, 친환경 유통 및 마케팅, 역물류 등의 개념이 결합된 형태임