

問答題

1. 何謂成本定價法、競爭定價法、以及需求定價法? 25%

ANS:

成本導向定價法中，公司根據原材料和勞動力，加上間接成本和利潤，以確定價格。

競爭導向定價法並不總是意味著與其他公司收取相同的費用，而是將其他公司的價格作為本公司定價的依據或參考。

需求導向定價法，就是將所定價格與顧客的價值感受相一致：價格以顧客會願意為所提供的服務支付多少錢為導向。

2. 創造雙贏解決方案的步驟為何? 25%

ANS:

步驟1. 識別出顧客的需求與慾望，確定他們期待的結果為何。

步驟2. 從顧客的觀點來看事情。

步驟3. 保持開放的心態來面對顧客，並鼓勵顧客也這麼做。

步驟4. 尋求可以滿足顧客目標又能符合公司政策的解決方案。

步驟5. 創造多個解決方案之選項。

步驟6. 與顧客達成一致的意見。

3. 資料探勘的基本功能有哪六項? 25%

ANS:

一、分類：分類(classification)是根據不同團體的特性建立屬性變數，當有新顧客進來時，可以依據前述屬性加以分類。例如：購買北歐團體行程和東京迪士尼親子遊行程的顧客會有較大差異。

二、推估：推估(estimation)是用於處理連續性的數值，上述分類則是用於處理不連續性數值。推估是運用輸入資料，以相關分析、迴歸分析、類神經網路等技術，進行推估。

三、預測：預測(prediction)是利用一種或多種獨立變數，來找出某個應變數的數值。例如：旅遊網站由消費者上一年度的旅遊消費金額，預測本年度的消費金額、對公司之可能利潤貢獻。

四、關聯分析：關聯分析(association analysis)是根據同時發生的事情，用以辨認這些資料之間的關聯性。例如：在登山用品社，第一次購買的消費者，購買防風禦寒雪衣外，也會購買排汗內衣。

五、集群：集群(clustering)是將一群看來有異質性的消費者，分析出共同特性，並為其命名。進行集群分析不需要先定義分類類別，而是分析系統會將顧客資料有共同性質之顧客，歸類在同一群組。例如：單車業者，可以依據集群觀念，將會員分別命名為：假日休閒族、專業登山越野族和上班代步族。

六、順序：順序(sequential modeling)是用來了解消費者的後續消費行為。例如：旅遊網站的會員制度，在消費者登記為會員後，三個月內會向網站服務人員詢問特定、詳細行程資料，六個月內會有第一次的購買行為；再如戲院的會員制度，當消費者登錄為會員並儲值後，一個月內會至戲院看電影，三個月內會有第二次儲值行為。

4. 何謂結果公平、過程公平、相互對待公平? 25%

ANS:

一、結果公平：顧客希望結果或賠償能與其不滿意水準相匹配。

二、過程公平：顧客希望抱怨過程的政策、規定和時限公平。

三、相互對待公平：除對公平賠償、毋須爭吵及快速程序的期望之外，顧客們希望被有禮貌地、細心地和誠實地對待。