

위치	오류유형	수정 전	수정 후
2권 문제편 53p 번호 : 06	해설	<p>성과지표</p> <p>과정지표 : 영업사원의 능력(기술, 지식, 자질)을 나타내는 지표와 영업사원의 활동(판매활동, 지원활동, 지출)을 나타내는 지표로 나누어진다.</p> <p>결과지표 : 크게 고객차원의 결과지표와 회사차원의 결과지표로 나누어지며, 회사차원의 결과지표는 다시 수익, 수주, 계정 등의 영역으로 세분화될 수 있다. 고객차원의 성과지표에는 고객전환율, 고객유지율, 고객만족도, 순추천지수 등이 있다.</p>	<p>순추천지수는 고객만족도와 관련 있는 지표로 '입소문'이라는 마케팅 개념을 차용해 고객을 추천고객과 비추천고객으로 구분하여 고객의 추천 의향을 측정하는 과정지표이다.</p> <p>결과지표는 경영 활동을 통하여 달성하고자 하는 최종 효과를 측정하기 위한 지표로 최종산출을 통해서 궁극적으로 얻으려는 성과의 달성여부에 대해 평가하게 된다.</p>
1권 이론편 396p 더파고들기	문제-본문	<p>빈도보다 도달률을 높이는 경우</p> <ul style="list-style-type: none"> -강력한 경쟁자가 있는 경우 -메시지가 복잡한 경우 -표적청중들이 우리 상품에 대해 부정적인 태도를 갖는 경우 -구매주기가 짧은 상품의 경우 	<p>도달률보다 빈도를 높이는 경우</p> <ul style="list-style-type: none"> -강력한 경쟁자가 있는 경우 -메시지가 복잡한 경우 -표적청중들이 우리 상품에 대해 부정적인 태도를 갖는 경우 -구매주기가 짧은 상품의 경우

도서의 오류로 학습에 불편드린 점 진심으로 사과드립니다.
더 나은 도서를 만들기 위해 노력하는 시대교육그룹이 되겠습니다.