

Вариант 1

1. Наиболее точное понимание стандартизации обслуживания клиентов в банковской сфере заключается в том, что это:

- А) совокупность корпоративных традиций, регулирующих преимущественно стиль общения сотрудников;
- Б) система контроля соблюдения сотрудниками делового этикета и требований внешнего вида;
- В) процесс установления единых требований, процедур и критериев, обеспечивающих воспроизводимость качества обслуживания;**
- Г) механизм унификации банковских продуктов без обязательного влияния на клиентское взаимодействие.

2. Какой признак наиболее полно раскрывает отличие стандарта обслуживания от обычной инструкции для персонала?

- А) стандарт всегда имеет исключительно рекомендательный характер;
- Б) стандарт охватывает не только действия сотрудника, но и качество клиентского опыта, коммуникацию, процессы и контроль;**
- В) стандарт применяется только к новым сотрудникам в период адаптации;
- Г) стандарт регулирует только формальные операции, не затрагивая поведение персонала.

3. Почему нематериальный характер банковской услуги усиливает значение стандартизации?

- А) потому что клиент оценивает услугу только после подписания договора;
- Б) потому что нематериальная услуга не требует документального сопровождения;
- В) потому что клиент ориентируется на признаки качества: понятность объяснений, сроки, вежливость, точность информации;**
- Г) потому что качество банковской услуги определяется только финансовым результатом операции.

4. Какая функция стандартизации наиболее тесно связана со снижением информационной асимметрии между банком и клиентом?

- А) обеспечение единообразия внешнего вида офисов;
- Б) сокращение времени на внутреннее согласование операций;
- В) закрепление требований к раскрытию условий, рисков и существенной информации об услуге;**
- Г) распределение ответственности между подразделениями банка.

5. Какой вывод соответствует правовому значению статьи 24.1 Федерального закона «О банках и банковской деятельности»?

- А) стандарты деятельности кредитных организаций заменяют федеральное законодательство;
- Б) стандарты применяются только как внутренние документы банка без правового значения;
- В) стандарты признаются элементом регулирования отношений между кредитными организациями и клиентами;**
- Г) стандарты обязательны только для подразделений, работающих с корпоративными клиентами.

6. В чем состоит особенность нормативно-правовой природы стандартов деятельности кредитных организаций?

- А) они полностью совпадают по юридической силе с федеральными законами;
- Б) они не являются законом, но признаны правовой системой и не должны противоречить законодательству и актам Банка России;**
- В) они действуют только при прямом включении в каждый договор с клиентом;
- Г) они регулируют исключительно внутреннюю корпоративную культуру банка.

7. Какой принцип стандартизации требует охвата всего клиентского пути, а не отдельных эпизодов обслуживания?

- А) принцип прозрачности;
- Б) принцип адаптивности;
- В) принцип системности;**
- Г) принцип измеримости.

8. Какое утверждение наиболее точно раскрывает принцип клиентоориентированности?

- А) банк должен предоставлять клиенту максимально широкий выбор продуктов независимо от его потребностей;
- Б) сотрудник обязан следовать сценарию общения даже при изменении ситуации клиента;
- В) сервис должен строиться с учетом потребностей, ожиданий, удобства и прав клиента;**
- Г) клиент должен самостоятельно адаптироваться к установленным внутренним процедурам банка.

9. Почему стандарт обслуживания не должен превращать сотрудника в механического исполнителя шаблонов?

- А) потому что стандарты должны применяться только при конфликтных ситуациях;
- Б) потому что профессиональное обслуживание полностью исключает формализацию;
- В) потому что стандарт задает гарантированный уровень качества, но должен оставлять место профессиональному применению правил;**
- Г) потому что индивидуальная инициатива сотрудника всегда важнее корпоративных требований.

10. Что наиболее точно характеризует процессный подход к банковскому обслуживанию?

- А) анализ только результата банковской операции без учета предшествующих действий;
- Б) рассмотрение услуги как последовательности взаимосвязанных действий от первого контакта до сопровождения результата;**
- В) оценка качества обслуживания исключительно по скорости выполнения операции;
- Г) описание только тех процессов, которые выполняются в офисе банка.

11. Какой набор показателей наиболее соответствует комплексной оценке качества обслуживания?

- А) скорость обслуживания, прибыль подразделения, количество проданных продуктов;
- Б) внешний вид офиса, количество сотрудников, график работы кассы;
- В) скорость, ошибки, удовлетворенность клиентов, полнота информации, жалобы, соблюдение коммуникационных стандартов;**
- Г) количество жалоб, объем рекламных материалов, число оформленных договоров.

12. Почему разработка стандарта должна начинаться с диагностики текущего состояния сервиса?

- А) чтобы формально подтвердить уже принятые управленческие решения;
- Б) чтобы выявить реальные проблемы, точки конфликтов, задержек и повторных**

обращений;

В) чтобы заменить мнение клиентов экспертной оценкой руководства;

Г) чтобы сразу определить санкции за нарушение стандартов.

13. Какой источник информации наиболее ценен для выявления слабых мест обслуживания?

А) только мнение руководителей отделений;

Б) только показатели продаж банковских продуктов;

В) сочетание жалоб, опросов, наблюдений, тайного покупателя, анализа сроков и повторных обращений;

Г) только данные о количестве клиентов в операционном зале.

14. Какой контроль наиболее полно соответствует современной системе управления качеством обслуживания?

А) эпизодическая проверка сотрудников при поступлении жалоб;

Б) контроль только внешнего вида и соблюдения речевых формул;

В) постоянная проверка персонала, процессов, продуктов, цифровых каналов и клиентского восприятия с последующими улучшениями;

Г) итоговая проверка по завершении отчетного периода без корректировки процессов.

15. Что отличает подлинную потребительскую лояльность от простой повторной покупки?

А) наличие бонусной карты и участие в акциях банка;

Б) регулярное пользование услугой при отсутствии альтернатив;

В) сочетание повторного выбора, доверия, положительного отношения, готовности рекомендовать и восприятия ценности отношений;

Г) длительность обслуживания в банке без учета удовлетворенности клиента.
