

Вариант 2

1. Какое последствие наиболее вероятно, если банк не закрепляет обслуживание в стандартах?

- А) качество становится более гибким и автоматически клиентоориентированным;
- Б) сотрудники получают больше свободы, что снижает число конфликтов;
- В) качество начинает зависеть от индивидуального опыта, настроения и привычек конкретного сотрудника;**
- Г) клиентский опыт становится менее формализованным, но более предсказуемым.

2. Какое утверждение наиболее точно отражает связь стандартизации и профессионализма?

- А) стандартизация заменяет профессионализм сотрудника формальными алгоритмами;
- Б) профессионализм исключает необходимость единых правил обслуживания;
- В) стандартизация формирует основу профессионального поведения, задавая обязательный минимальный уровень качества;**
- Г) профессионализм важен только при отсутствии стандарта.

3. В чем состоит управленческая ценность стандарта обслуживания?

- А) он позволяет полностью исключить индивидуальные ошибки сотрудников;
- Б) он делает контроль избыточным, поскольку правила уже описаны;
- В) он создает базу для обучения, контроля, сравнения фактической работы с нормативом и совершенствования сервиса;**
- Г) он снижает потребность в обратной связи от клиентов.

4. Какой вариант лучше раскрывает значение международной логики качества для банковского сервиса?

- А) заимствование готовых иностранных стандартов без адаптации к национальному регулированию;
- Б) применение стандартов только к технической стороне банковских операций;
- В) ориентация на клиента, процессное описание, измеримость качества, участие персонала и постоянное улучшение;**
- Г) формализация обслуживания без учета клиентских ожиданий.

5. Что наиболее точно описывает принцип измеримости стандартов?

- А) стандарт должен содержать количественные показатели и исключать качественные требования;
- Б) стандарт должен описывать только те действия, которые можно измерить секундомером;
- В) требования должны быть сформулированы так, чтобы можно было сопоставить фактическое обслуживание с установленным нормативом;**
- Г) измеримость означает обязательное применение только цифровых KPI.

6. Какой пример лучше всего иллюстрирует принцип реалистичности стандарта?

- А) установление одинакового времени обслуживания для всех операций независимо от сложности;
- Б) закрепление максимально высоких требований без оценки ресурсов подразделения;
- В) установление требований, достижимых с учетом процессов, персонала, каналов обслуживания и организационных возможностей;**
- Г) отказ от требований, если они требуют обучения сотрудников.

7. Какой вариант наиболее точно характеризует принцип адаптивности?

- А) стандарт корректируется только после серьезных нарушений;
- Б) стандарт должен оставаться стабильным, чтобы персонал не переучивался;
- В) стандарт должен обновляться с учетом изменения клиентских ожиданий, цифровых каналов, продуктов и рисков;**
- Г) стандарт может меняться по усмотрению каждого подразделения.

8. Почему стандарты деятельности кредитных организаций не могут противоречить законодательству и актам Банка России?

- А) потому что они полностью утрачивают значение при наличии закона;
- Б) потому что они применяются только к внутренней переписке банка;
- В) потому что их функция — конкретизировать и организационно оформлять обязательные требования, а не заменять их;**
- Г) потому что они регулируют только вопросы корпоративного имиджа.

9. Какой пример лучше всего показывает стандартизацию как защиту слабой стороны в договорном отношении?

- А) банк сокращает объем консультации, чтобы клиент быстрее принял решение;
- Б) банк использует единый стиль оформления рекламных буклетов;
- В) банк обязан раскрыть существенные условия и риски услуги понятным клиенту способом;**
- Г) банк предоставляет клиенту общий перечень продуктов без пояснений.

10. Какой элемент наиболее важен при описании клиентского пути?

- А) перечень всех банковских продуктов без связи с действиями клиента;
- Б) должностные инструкции сотрудников, не связанные с точками контакта;
- В) последовательность взаимодействий клиента с банком, включая обращение, консультацию, оформление, сопровождение и претензионную работу;**
- Г) только этап заключения договора.

11. Почему опрос клиентов через 2–4 дня после обслуживания может быть методически предпочтительным?

- А) клиент уже не сможет вспомнить детали обслуживания;
- Б) банк получает возможность заранее подготовить ответы;
- В) снижается эмоциональный фон, но сохраняется память об объективных обстоятельствах обслуживания;**
- Г) исключается влияние качества коммуникации на итоговую оценку.

12. Какой недостаток возникает, если при опросе клиента заранее не зафиксированы данные обслуживающего сотрудника?

- А) невозможно определить уровень удовлетворенности клиента;
- Б) невозможно оценить качество продукта;
- В) затрудняется установление причины негативной оценки и адресная работа с сотрудником;**
- Г) невозможно использовать результаты опроса в маркетинговой аналитике.

13. Какой подход к претензиям клиентов соответствует лекционному материалу?

- А) претензия рассматривается как частный конфликт и не влияет на стандарты;
- Б) претензия важна только для юридической защиты банка;
- В) претензия является источником управленческой информации о слабых местах продуктов, процессов и поведения персонала;**
- Г) претензия должна анализироваться только при массовом характере нарушений.

14. Какой вариант лучше раскрывает роль руководителя в контроле стандартов?

- А) руководитель должен лично проверять каждое взаимодействие сотрудника с клиентом;
- Б) руководитель отвечает только за дисциплинарные меры после нарушений;
- В) руководитель формирует культуру качества, обеспечивает обратную связь, обучение, корректирующие действия и связь контроля с мотивацией;**
- Г) руководитель должен передать контроль исключительно службе качества.

15. Почему лояльность в банковской сфере не может удерживаться только продуктом?

- А) банковские продукты не влияют на выбор клиента;
- Б) тарифы и ставки всегда вторичны по сравнению с рекламой;
- В) клиент оценивает не только продукт, но и доверие, прозрачность, сервис, цифровой опыт, сопровождение и качество отношений;**
- Г) программы лояльности полностью заменяют качество обслуживания.