

1과목 : 판매관리

1. 고객지향적 경영이 현대경영의 중요한 개념으로 자리잡게 된 이유가 아닌 것은?
 - ① 소비자들의 지식 및 소득수준이 향상됨
 - ② 고객이 욕구가 다양해지고 복잡하게 됨
 - ③ 정부와 소비자단체가 소비자 일반의 권익보호를 위해 힘씀
 - ④ 환경보전에 대한 사회일반의 관심이 높아짐
2. 콜센터 운영에 있어서 CTI솔루션을 적용할 경우에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
 - ① 응대요원이 비생산적인 작업에 소비되는 시간을 크게 줄일 수 있다.
 - ② 콜의 흐름과 응대요원의 작업현황을 관리자가 모니터링할 수 있다.
 - ③ 각종 통계분석을 통해 운영상의 문제점을 적시에 찾아내서 콜센터의 운영을 객관적으로 해결해 나갈 수 있다.
 - ④ 상담요원이 주관적으로 고객의 정보를 고객과의 응대과정을 통해 파악한다.
3. 제품믹스(MIX)를 나타낼 때 다음 중 제품계열의 수를 가리키는 말은?
 - ① 길이
 - ② 깊이
 - ③ 폭
 - ④ 일관성
4. 텔레마케터가 갖춰야 할 태도/성격에 적합한 것은?
 - ① 판매원은 자신감을 가져야 한다.
 - ② 경쟁자나 경쟁상품에 대한 비판/비난도 해야 한다.
 - ③ 고객의 잘못된 주장에는 논쟁을 해서라도 고쳐주어야 한다.
 - ④ 고객의 말을 듣기보다는 상품설명을 잘 해야 한다.
5. Database 마케팅 활용분야에 맞는 것은?
 - ① 백화점/항공사 등에서만 사용 가능한 마케팅 기법이다.
 - ② 은행/신용카드사 등에서만 사용 가능한 마케팅 기법이다.
 - ③ 꽃가게 같은 작은 기업에서는 사용하기가 어려운 기법이다.
 - ④ 거의 모든 분야에서 사용 가능한 마케팅 기법이다.
6. 잠재고객 접촉(approach)시에 적절한 행위가 아닌 것은?
 - ① 잠재고객의 이름, 나이, 직업 등을 미리 알아둔다.
 - ② 잠재고객이 우리 제품을 살 능력이 있는지 알아본다.
 - ③ 잠재고객의 가족 관계에 대하여 사전 지식을 갖는다.
 - ④ 판매원의 시간을 절약할 수 있도록 방문시간은 판매원이 편리한 시간으로 정한다.
7. 텔레마케팅(telemarketing)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
 - ① 고객을 일일이 방문하는 것은 비용이 많이 소요 되므로 통신매체를 이용해서 판매하는 것이다.
 - ② 바쁜 고객에게는 전화에 의한 구매가 더 편리할 때가 있다.
 - ③ 고객의 불만 사항을 전화로 접수하고 이를 시정하는 것도 telemarketing이다.
 - ④ Telemarketing은 개인고객에게만 가능하고 기업고객에게는 성립하지 않는다.

8. 발신자 확인제도를 의미하는 것은?
- ① TPS 제도 ② QAA 제도
③ CDI 제도 ④ DNC 제도
9. 성공적인 리드 창출 프로그램을 위한 중요 요소가 아닌것은?
- ① 텔레마케터로부터 정보를 수집 ② 프로모션 전략의 결정
③ 프로그램의 목표 설정 ④ 프로그램의 판매계획
10. 일반적 의사소통의 목적은?
- ① 의미 전달 ② 거래의 성사
③ 의미의 이해 ④ 정보의 전달
11. 다음 중 아웃바운드 텔레마케팅의 성공요소라고 할 수 없는 것은?
- ① 명확한 고객 데이터의 확보
② 쌍방향 의사소통을 위한 정교한 스크립트
③ 주력상품,서비스의 개발 및 제공
④ 무차별적 통화를 통한 공격적 영업자세
12. 회사가 제품에대한 가격을 결정할 때 제품의 저가전략이 적합한경우가아닌 것은?
- ① 시장수요의 가격탄력성이 낮을 때
② 경쟁기업에 비해 원가우위를 확보하고 있을 때
③ 경쟁사가 많을 때
④ 소비자들의 수요를 자극하고자 할 때
13. 고객리스트의 관리에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 고객정보의 지속적인 업그레이드가 중요하다.
② 고객속성별 차별적 고객응대가 가능하도록 한다.
③ 오래된 리스트나 틀린 정보는 마케팅 비용측면에서 유효하지 못하다.
④ 전산을 이용한 고객리스트 관리는 전산상의 문제 발생 시 완전 분실의 위험이 있어 수기로 관리하도록 한다.
14. 고객이 구매를 결정하기 까지의 심리적인 의사결정 단계에 해당되지 않는 것은?
- ① 주의,집중(attention) ② 흥미(interest)
③ 접촉(touch) ④ 행동(Action)
15. 아웃바운드 텔레마케팅이라고 볼 수 없는 것은?
- ① 통신사에서 우수고객 관리를 위해 전화를 걸어 부가서비스 안내를 한다.
② 쇼핑몰에서 상품발송 후 배송이 잘 되었는지 확인전화를 한다.
③ 보험사에서 가망고객에게 전화로 보험 상품 판매를 시도한다.
④ 카드사에서 고객에게 걸려온 전화로 결제금액을 안내 한다.
16. 텔레마케팅에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 텔레마케팅은 테스트마케팅이 필요치 않다.
② 텔레마케팅은 비용효율적이다.
③ 텔레마케팅은 쌍방향 커뮤니케이션이다.
④ 텔레마케팅은 효과측정이 용이하다.

17. 다음 중 아웃바운드 텔레마케팅의 성공요소로 볼 수 없는 것은?

- ① 텔레마케팅 전용상품과 서비스의 개발
- ② 아웃바운드 텔레마케팅 시스템 구축
- ③ 스크립트의 다양한 활용
- ④ 새로운 인력의 선발을 통한 지속적인 업무교체

18. 아웃바운드 텔레마케팅의 특징으로 옳지 않은 것은?

- ① 공격적이며 성과지향성이 강하다.
- ② 데이터베이스마케팅 기법을 활용할수록 위력적이다.
- ③ 스크립트(SCRIP)를 활용하는 경향이 높다.
- ④ 통화 콜 수를 통제하기 어렵다.

19. 다음중 아웃바운드 텔레마케터가 갖추어야할 자질로 볼 수 없는 것은?

- ① 정확한 발음과 구술능력 ② 경제 시사 상식
- ③ 호감가는 외모 ④ 제품/서비스 지식

20. 아웃바운드 텔레마케팅을 활용하는 마케팅 전략이라 볼 수 없는 것은?

- ① 매스 마케팅 ② 다이렉트 마케팅
- ③ 데이터베이스 마케팅 ④ 일대일 마케팅

21. 다음은 아웃바운드 텔레마케팅 상품판매 상담흐름을 작성한 것이다.바르게나열한 것은?

1. 고객에게 상품의 미점을 설명한다.
2. 자신을 소개하고 전화건 목적을 말한다.
3. 적극적 종결을 통하여 고객에게 확답을 받는다.
4. 질문을 활용하여 고객의 니즈를 도출한다.
5. 상품의 구매를 위한 필요사항을 안내하고 감사 인사 및 사후관리를 약속한다.

- ① 2-4-1-3-5 ② 2-1-4-3-5
- ③ 2-3-4-1-5 ④ 2-1-3-4-5

22. 텔레마케터의 업무수칙으로 바람직하지 않은 것은?

- ① 기업이미지 향상을 위해 노력한다.
- ② 회사의 업무내용과 제품서비스 내용을 숙지한다.
- ③ 고객의 특수한 요구나 고충은 스스로 판단하여 신속히 해결한다.
- ④ 통화내용을 자세하게 기록한다.

23. 데이터베이스마케팅의 정의로 가장 적당한 것은?

- ① 고객에 관련된 정보를 수집하여 정보자체를 판매하는 마케팅이다.
- ② 고객특성, 구매행동의 데이터베이스를 통해 장래의 구매 패턴을 예상하고 고객의 상품구입 의사 결정을 강화시키기 위한 접근방법이다.
- ③ 단골고객을 많이 유지하여 매출을 증대시키는 마케팅이다.
- ④ 신제품이나 명품만을 선호하는 고객을 중심으로 하는 마케팅이다.

24. 고객데이터베이스분석 방법중 고객의 평생가치를 기준으로 사용하는 방법은?

- ① RFM방법 ② MCIF방법
- ③ LTV방법 ④ DBMS방법

25. 생산자가 대량광고와 판매촉진을 하는 소비재의 유형에 해당하는 것은?

- ① 편의품 ② 선매품
- ③ 전문품 ④ 비탐색품

2과목 : 시장조사

26. 특정 응답자 집단을 정하여 놓고 그들로부터 상당히 긴시간을 두고 지속적으로 필요한 정보를 얻어내는 시장조사의 방법은?

- ① 옴니버스 조사 ② 신디케이트 조사
- ③ 추적 조사 ④ 패널 조사

27. 전화조사 질문 Script의 기본적인 구성에 있어 적당하지않은 것은?

- ① 나이, 가족구성 등 ② 조사 목적
- ③ 전화거는 대상 ④ 전화 주체의 소속

28. 표본의 사례 수가 증가하면 표본은 정규분포를 따르게 되는데 그 이유는?

- ① 회귀경향성 ② 최소자승의 원리
- ③ 중심극한 정리 ④ 무선휘 원리

29. 아래 질문형식은 질문지 작성원칙 중 어떠한 점을 위배하고 있는가?

"병원의 의사들은 하루에도 많은 환자를 대하기 때문에 굉장히 피로가 누적되어 있습니다. 귀하는 의사들이 얼마나 친절하다고 생각하십니까?"

- ① 전제의 오류 ② 유도질문의 사용
- ③ 이중 의미의 질문 ④ 불균형 응답범주의 사용

30. 전화조사를 통한 자료수집을 할 때 조사자의 기만행위를 파악하기 위해 시장조사 진행자가 수행해야 하는 절차는?

- ① 오리엔테이션(orientation) ② 실사(field work)
- ③ 검증(validation) ④ 분석(analysis)

31. 전화조사에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 전화조사의 설문 문항은 간결하고 적을수록 정확한 응답을 얻을 수 있다.
- ② 단기간에 광범위한 지역에 걸쳐 수많은 대상자를 조사할 수 있다.
- ③ 조사할 수 있는 대상은 제한이 없으므로 얼마나 되는가는 신경 쓸 필요가 없다.
- ④ 사전에 조사하고자 하는 목표를 명확히 하지 않으면 좋은 결과를 얻기 힘들다.

32. 전화조사시 고려하여야 할 사항으로 옳지 않은 것은?

- ① 조사시간대는 응답자가 불편을 느끼지 않는 시간이어야 하며 평일 오전이나 오후가 적당하다.
- ② 전화조사에 적당한 시간은 10분 내외로 10개 전후의 문항으로 한다.
- ③ 전화조사시 질문은 질문지와 최대한 유사하게 질문하며 질문지에 나타난 순서대로 질문한다.

- ④ 조사원이 응답기록을 할 경우 응답내용을 구체적으로 기술하기보다 적절히 정리하거나 응답자의 답변을 구체적으로 표현하기 위하여 의역하거나 부연할 수 있다.
33. 인터넷 조사의 문제점이 아닌 것은?
- ① 응답자가 정말로 진실을 말하고 있는 것인지 아닌지를 구분하기가 매우 어렵다.
 - ② 인센티브를 받기 위해서 또는 자신의 의견을 더욱 많이 반영하기 위해서 여러 번 응답할 수 있다.
 - ③ 반송률(응답률)이 매우 낮았는데 커다란 문제가 있다.
 - ④ 조사 주제에 대해 개인적으로 관심이 많은 사람들만이 응답을 하게 되는 자기 선택편향이 발생할 수 있다
34. 시장조사의 특성에 해당하지 않는 것은?
- ① 문제해결을 위해 공식적으로 이루어진다.
 - ② 효과적인 의사결정을 위해 많은 예산과 인력을 투입해야 한다.
 - ③ 의사결정에 사용될 수 있도록 적기에 이루어져야 한다.
 - ④ 과학적 방법론을 적용해야 한다.
35. 다음의 시장조사중 제품조사에 대한 설명은 무엇인가?
- ① 브랜드 선정에서의 적절한 가격을 조사한다.
 - ② 가격변화에 대한 반응을 조사한다.
 - ③ 적절한 제품디자인을 결정하는 조사를 한다.
 - ④ 도매 및 소매의 장악정도를 조사한다.
36. 패널조사에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 종단조사의 대표적인 조사방법이다.
 - ② 일정한 시간간격을 두고 반복적으로 측정하는 조사방법이다.
 - ③ 조사원이 조사대상을 방문하여 질문지를 주고 일정기간 유치, 후일에 질문지를 받아가는 방법을 말한다.
 - ④ 패널조사의 문제점은 패널구성원들이 측정이 이루어지는 기간동안에 패널에서 탈락되지 않아야만 조사결과 얻어진 측정치들간에 의미있는 비교를 할 수 있다는 점이다.
37. 시장조사의 용어에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 코딩이란 각각의 질문에 응답한 결과를 보통 숫자로 변환하는 과정을 말한다.
 - ② 신뢰수준이란 신뢰구간이 모집단의 모수를 포함하는 확률을 말한다.
 - ③ 독립변수란 종속변수의 결과로 측정된 변수를 말한다
 - ④ 가중치란 각각의 데이터에 대하여 서로의 상관관계를 고려하여 적용된다.
38. 전화조사에서 응답률(response rate)이란?
- ① 전화를 걸었을 때 신호가 가는 비율
 - ② 전화를 걸었을 때 누군가 받는 비율
 - ③ 전화를 걸었을 때 조사대상자가 받는 비율
 - ④ 전화를 걸었을 때 원하는 정보를 얻어내는 비율
39. 설문지의 구성 요소중 실제 설문지 상에서 가장 먼저 위치해야 하는 것은?
- ① 면접자의 신상기록 항목
 - ② 응답자에 대한 협조요청문
 - ③ 필요한 정보 획득을 위한 문항

- ④ 응답자 분류를 위한 문항

40. 자료처리를 위한 코딩에 어려움이 따르는 질문형태는?
- ① 자유응답형 ② 다지선다형
 - ③ 양자택일형 ④ 가치개입형
41. 전화조사를 위한 표본추출의 방법으로 가장 알맞은 것은?
- ① 체계적 표본추출방법 ② 단순무작위 추출법
 - ③ 계층별 표본추출방법 ④ 집군표본추출법
42. 질문서 작성순서가 맞게 된 것은?

- ① 질문용어의 선택
- ② 예비조사와 질문서의 보완
- ③ 질문순서의 결정
- ④ 질문서 작성의 예비조사
- ⑤ 질문서의 구조와 질문내용의 파악
- ⑥ 질문-응답형태의 선택

- ① ①-②-③-④-⑤-⑥ ② ③-④-⑤-①-②-⑥
- ③ ②-①-③-④-⑥-⑤ ④ ④-⑤-⑥-③-①-②

43. 전화조사의 단점이 아닌 것은?
- ① 질문의 문항 수와 내용에 제한이 있다.
 - ② 응답자의 신원확인이 어렵다.
 - ③ 응답자가 불성실하게 응답할 수 있다.
 - ④ 시간과 경비를 절약할 수 있다.
44. 시장조사를 통해 수집된 자료의 처리 순서를 바르게 나열한 것은?
- ① 편집(editing)-입력(key-in)-코딩(coding)
 - ② 코딩(coding)-편집(editing)-입력(key-in)
 - ③ 편집(editing)-코딩(coding)-입력(key-in)
 - ④ 입력(key-in)-코딩(coding)-편집(editing)
45. 다음은 전화조사를 수행할 때 발생하는 절차이다. 조사진행의 과정으로 옳은 것은?
- ① 모집단선정-설문지작성-사전조사-코딩(coding)
 - ② 입력(key-in)-표본의 크기 결정-사전조사-분석
 - ③ 설문지작성-코딩(coding)-사전조사-분석
 - ④ 모집단선정-사전조사-설문지작성-편집(editing)
46. 다음중 시장조사의 개념에 대해 잘못 설명한 것은?
- ① 시장조사의 모든 단계는 체계적인 계획이 요구된다.
 - ② 시장조사는 진실된 정보 수집을 위해 공정하게 수행되어야 한다.
 - ③ 시장조사는 정보를 규명,수집,분석,보급하는 활동이다.
 - ④ 시장조사는 현재를 규명하고 분석하여 미래를 예측하기 때문에 오차가 발생할 수 없다.
47. 전화조사시 조사원이 효과적인 조사를 위하여 응답자와의 커뮤니케이션 방법으로 적당하지 않은 것은?
- ① 질문에 대하여 효과적으로 답변할 수 있도록 조사자가 생각하는 답을 사전에 응답자에게 언급한다.
 - ② 응답자가 질문내용을 명확하게 알아들을 수 있도록해야 한다.

- ③ 응답자를 후원하고 격려하여 응답자가 편안한 분위기에
서 응답할 수 있도록 한다.
- ④ 응답자의 대답을 반복하거나 복창하여 답변을 확인 한
다.
48. 전화조사 방법의 장점이 아닌 것은?
- ① 시간과 비용의 절약 ② 직업별 조사의 유용
- ③ 질문의 표준화와 솔직한 응답 ④ 모집단의 불완전성
49. 전화조사에 의한 자료수집 중 전화질문 절차에 있어서 전화
라는 통신수단의 특성상 전화 질문 설계로 잘못된 구성은?
- ① 구체적이고 주관적 질문
- ② 응답자의 이해도 고려
- ③ 가능한 양자택일형 질문구성
- ④ 조사내용의 간단한 설명
50. 표본조사의 궁극적 목적은?
- ① 모집단의 특성 추출 ② 분산의 산출
- ③ 표본의 평균치 산출 ④ 표준편차의 산출

3과목 : 텔레마케팅관리

51. 상품이나 서비스 판매에서 한 상품에 관련되는 다른 상품이
나 서비스 혹은 조합된 상품을 동시에 판매함을 나타내는
것은?
- ① 매치 셀링(Match Selling)
- ② 플러스 셀링(Plus Selling)
- ③ 업 셀링(Up Selling)
- ④ 크로스 셀링(Cross Selling)
52. 바람직한 콜센터 리더의 자세가 아닌 것은?
- ① 콜센터내 분위기 활성화를 위해 항상 노력하고 있다.
- ② 생산성과 통화품질의 목표를 위해 조직적 계획을세우고
실행한다.
- ③ 콜센터의 수익성을 높이기 위해 팀내의 지나친 경쟁을
유도하기도 한다.
- ④ 상담원의 업무능력향상을 위해 정기적으로 교육훈련을
실시한다.
53. 인바운드 모니터링 평가기준으로 부적합한 것은?
- ① 상품지식 숙지도 ② 컴플레인 처리능력
- ③ 끝맺음 ④ 의사결정자 파악능력
54. 텔레마케팅활동 중 매스 미디어 등을 이용하여 소비자의 주
의를 환기시키고 관심을 일으키는 활동을 의미하는것은?
- ① 리드 제너레이션(lead generation)
- ② 리드 퀄리피케이션(lead qualification)
- ③ 콜 아이덴티피케이션(call identification)
- ④ 콜 디텍션(call detection)
55. 콜센터 운영시 텔레마케터의 이직이 기업의 손해를 야기시
키는 요인에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 채용공고와 채용과정에 드는 비용
- ② 질적인 부분의 증대효과
- ③ 기존인력을 대체할 신입인력의 교육기간 동안의 생산성
감소

- ④ 신입인력 교육기간 동안의 수입 감소
56. 모니터링 평가결과를 가지고 활용할 수 있는 분야가 아닌것
은?
- ① 통합 품질측정 ② 개별코칭
- ③ 보상과 인정 ④ 콜 예측
57. 콜센터의 경쟁력 제고를 위한 방안으로 맞지 않는 것은?
- ① 상담원의 교육.훈련 프로그램
- ② 급여체계와 복리후생
- ③ 행정.사무직원의 콜센터 관리
- ④ 콜센터 리더 육성 프로그램
58. 기존의 방송·인쇄매체를 통한 마케팅과 대비하여 텔레마케
팅이 갖고 있는 가장 강력한 매체적 특성이라 할 수 있는
것은?
- ① 예약 가능성 ② 쌍방향성
- ③ 대중성 ④ 타겟 도달성
59. 개인신용정보법에 의거한 텔레마케팅 시 사용될 수 없는 데
이터베이스는?
- ① 자사에서 이벤트를 통해 고객의 동의를 구한 데이터베이
스
- ② 자사의 기존고객 데이터베이스
- ③ 타사 고객 데이터베이스
- ④ 제휴사와의 이벤트를 통해 고객의 동의를 구한 고객데이
터베이스
60. 텔레마케터의 임무와 역할에 대한 설명으로 가장 거리가먼
것은?
- ① 적절한 응대화법을 구사하여 고객의 고충을 해결해주고
설득하여 구매의욕을 높이도록 한다.
- ② 텔레마케터는 회사의 대표자라는 자부심과 사명을 가지
고 업무에 임해야 한다.
- ③ 텔레마케터는 조직보다는 오직 자신의 이익추구에 최선
을 다해야 한다.
- ④ 텔레마케터는 고객응대에 최선을 다하여 고객만족을 달
성해야 한다.
61. 텔레마케팅의 정의로 옳바르지 않은 것은?
- ① 전화나 전기통신수단을 통해 수행하는 것이다.
- ② 비대면 접촉에 의한 것이다.
- ③ 텔레마케팅은 전화세일즈이다.
- ④ 비용이 절약되는 효율적인 커뮤니케이션 활동이다.
62. 텔레마케팅 슈퍼바이저(중간관리자)의 역할에 대한 설명으로
가장거리가 먼 것은?
- ① 텔레마케터의 일상생활관리----개인 및 사회생활전반
- ② 텔레마케터의 교육훈련---- 교육일정,교육프로그램 구
성, 직무OJT 등 교육진행
- ③ 모니터링---- 전화통화내용,활동상황 등을 수시관찰
- ④ 코칭----텔레마케터의 자질 향상을 위한 지원
63. 웹 콜센터 만의 서비스 기능이 아닌 것은?
- ① 음성 통화(Web Call Through) ② 화상 통화
- ③ 채팅 서비스(Web Chatting) ④ 팩스 서비스

64. 콜센터 조직 구성원의 역할을 가장 바르게 설명한 것은?

- ① 슈퍼바이저는 인원관리, 통계분석을 한다.
- ② 스태프(staff)은 통계분석과 상담지원을 한다.
- ③ QAA요원은 통화 품질관리와 교육지원을 한다.
- ④ 매니저는 통계관리와 인원관리를 한다.

65. 아래에서 설명하는 것으로 옳은 것은?

텔레마케터가 고객과의 대화를 자연스럽게 진행할 수 있도록 미리 준비된 대화지침서이다.

- ① 질의응답지(Q&A) ② 스크립트(Script)
- ③ 데이터시트(Data Sheet) ④ 데이터베이스(Data Base)

66. 텔레마케팅의 특성에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 공중통신망을 이용한 미디어 마케팅이다.
- ② 데이터베이스 마케팅 중심으로 수행한다.
- ③ 시스템과 유기적으로 결합해야 한다.
- ④ 고객의 LTV(Life Time Value)를 존중한다.

67. 다음 중 콜 센터 발전 단계로 옳게 나열된 것은?

① 음성 인식 ② 교환기(PBX)
③ 전화자동분배(ACD) ④ 예측 다이얼(PD)

- ① ①-②-③-④ ② ②-①-③-④
- ③ ②-③-④-① ④ ③-②-①-④

68. OJT의 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① OJT는 사내직업훈련이다
- ② OJT 리더는 피교육자의 문제점 및 건의사항을 수렴한다.
- ③ 실무에 투입되기 전 평가결과에 따라 피드백한다.
- ④ 현장 적응 훈련이다.

69. 텔레마케팅에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 기업이 전화나 인터넷 등 각종 정보통신 수단을 활용하여 고객을 직접 상대하지 않고도 펼칠 수 있는 커뮤니케이션의 자연스러움과 감성을 가진 마케팅
- ② 고객과의 1:1 관계를 기초로 인간적 신뢰를 쌓는 사회 서비스적 기법
- ③ 의도적이고 인위적이며 고객만족 경영을 동시에 실현하는 고객관리 기법
- ④ 각종 통신 수단을 활용한 적극적이고 역동적인 기법

70. 텔레마케팅의 생산성 관리지표가 아닌 것은?

- ① 평균처리시간(AHT) ② 자동호분배(ACD)
- ③ 평균통화시간(ATT) ④ 평균대기시간(ADH)

71. 텔레마케팅 관련 용어중 QA의 바른 의미는?

- ① Quality Assist ② Question & Assurance
- ③ Quality Assurance ④ Quality Agency

72. 원활한 텔레마케팅의 전개에 꼭 필요한 구성요소가 아닌 것은?

- ① 텔레마케터 ② 웹마스터
- ③ 컴퓨터시스템 ④ 스크립트

73. 텔레마케팅의 개념으로 옳지 않은 것은?

- ① 잘 훈련되고 조직된 인적 집단을 중심으로 운영된다.
- ② 정보통신기술을 이용하여 운영된다.
- ③ 소비자와 상호작용하여 고객의 욕구를 충족시키고 기업의 목적을 수행하는 시스템이다.
- ④ 경비절감만을 목적으로 구성된 시스템이다.

74. 콜센터의 장점으로 바르게 설명된 것은?

- ① 추상적 개념을 묘사하기 어렵다.
- ② 융통성을 가질 수 있다.
- ③ 시각적 요소가 있다.
- ④ 고비용 상담원이 있다.

75. 콜센터 시스템의 관리자환경과 관련하여 전문적으로 이용 가능한 기능이 아닌 것은?

- ① 모니터링 기능 ② 레포팅 기능
- ③ 라우팅 기능 ④ 스크린팝 기능

4과목 : 고객응대

76. 고객에게 전달할 내용을 선정할 때 유의할 점으로 바르지 않은 것은?

- ① 상황에 알맞은 내용을 선정한다.
- ② 텔레마케터가 충분히 알고 있는 내용을 선정한다.
- ③ 텔레마케터의 수준에 맞는 내용을 선정한다.
- ④ 상대방에 대한 정보를 바탕으로 하여 내용을 선정한다.

77. 다음의 고객관련 내용을 토대로 고객의 커뮤니케이션 유형을 진단할 때 이 고객과의 상담을 성공적으로 이끌기 위해 요구되는 상담요령으로 가장 효과적인 것은?

고객 : (크고, 빠른 속도의 단호한 톤으로) "결론적으로, 그 서비스는 나에게 어떤 혜택이 있다는 말입니까? 간단히 말하세요."

- ① 서비스 특징을 다양한 예를 들어가며 설명한다.
- ② 가능한 한 짧게, 요점만을 명확하게 말한다.
- ③ 고객이 원하는 특징과 이점을 설명하고 고객시간을 배려하여 결정을 유보하도록 권유한다.
- ④ 상품의 장단점을 비롯한 다양한 특징들을 구체적으로 또는, 논리적이고 체계적으로 설명한다.

78. 까다로운 고객을 설득하는 방법중 동감을 표시하는 말로 적당하지 않은 것은?

- ① 고객님의 말씀을 충분히 이해합니다.
- ② 제 말을 이해하지 못하시는 것 같습니다.
- ③ 정말 화내실 만큼 큰 잘못을 했습니다.
- ④ 정말 뭐라 말씀드려야 할지 모를 정도로 면목이 없습니다.

79. 화법에서 청자가 잘 듣기 위해 갖추어야 하는 핵심요소가 아닌 것은?

- ① 이해 ② 파악
- ③ 반응 ④ 설득

80. 클레임 처리로 옳지 않은 것은?

- ① 신속해결의 원칙 ② 논쟁중심의 원칙
③ 원인 파악의 원칙 ④ 우선 사과의 원칙
81. 고객의 이야기를 경청함에 있어 방해가 되는 경우가 아닌 것은?
① 고객의견에 대한 텔레마케터 자신의 주관적인 판단
② 방금 끝낸 통화의 사후처리를 위한 행동
③ 고객응성표현에 따른 고객관련 정보의 수집(고객의 성함, 연령, 직업 등)
④ 주변의 잡음
82. 고객응대의 필수요소를 나열한 것으로 옳은 것은?
① 대화상대-대화수준-대화기법-대화내용-메시지
② 대화상대-대화방법(접촉수단)-대화목적과 대화내용-대화예절-메시지
③ 대화상대-질의,응답-제품구매-대화예절-메시지
④ 고객정보-디지털TV-화상채팅-대화기법-메시지
83. 고객들은 서비스를 평가할 때 세 가지 기본영역을 평가기준으로 삼고 있다. 다음 중 세 가지 기본 영역에 해당되지 않는 것은?
① 제품의 품질 ② 절차의 용이성
③ 제품의 가격 ④ 개별접촉 품질
84. 직무 스트레스 중 역할 갈등의 예에 해당되는 것은?
① 상담원 A는 인터넷을 사용할 줄 모르는데 전자우편 상담 업무를 하도록 지시 받았다.
② 상담원 A의 상사는 업무 이외의 요소, 예를 들면 복장 등에 대한 지적이 잦다.
③ 상담원 A가 맡은 업무는 야근이 많고 수시로 근무 시간이 바뀌는 업무이다.
④ 상담원 A는 동료들과 어울리지 못하여 업무 외 활동에 자주 소외 된다.
85. 마케팅 커뮤니케이션이 아닌 것은?
① 광고 (advertising) ② 대인판매 (Selling)
③ 판매 촉진 (Sales Promotion) ④ PR (Public Relations)
86. 고객의 오감(시각, 청각, 후각, 미각, 촉각)을 자극하여 내용을 전달하는 5가지 방법과 관련이 없는 것은?
① 정량화/계량화된 수치나 숫자를 제공한다.
② 실제 실물을 보여준다
③ 각종 도표나 차트를 이용하여 보여준다.
④ 자신의 경험을 말한다.
87. 텔레마케터가 갖추어야할 자질로서 옳지 않은 것은?
① 조직적응력, 풍부한 상식
② 정확한 발음과 구술능력
③ 주관적 사고와 즉각적인 응답
④ 훌륭한 청취력과 집중력
88. 텔레마케터가 전화응대에서 갖추지 않아도 되는 능력은?
① 정확한 발음과 음성 ② 공손한 전화 받는 태도
③ 애교스러운 목소리 ④ 성실한 인내력
89. 전화 메시지를 남기는 요령으로 옳지 못한 것은?

- ① 전화를 건 사람의 이름을 묻기 전에 통화하려는 사람이 현재 어떤 상황에 처해 있는지 말해준다.
② 전화로 찾는 동료가 자리에 돌아올 시간을 추정해서 전해준다.
③ 메시지를 남기면 전해주겠다는 등 도와줄 의사를 밝힌다.
④ 전화 받을 사람과의 관계나 용건을 자세히 물어본다.
90. 서비스의 특성이 아닌 것은?
① 서비스는 눈에 보이지 않는 무형의 것이다.
② 서비스는 장소적, 시간적, 양적으로 제한 받기 때문에 저장될 수 없으며 소멸성을 갖는다.
③ 서비스는 동질적이다.
④ 서비스는 생산과 소비가 동시에 이루어 진다.
91. 특정 고객의 주관적인 욕구 사항에 대한 응대 요령으로 옳은 것은?
① 수용 가능한지 아닌지 신중하게 판단하여 가능한 빠른 시간에 답을 주도록 한다.
② 고객이 원하는 것이므로 모든 내용을 수용하는 것이 원칙이다.
③ 요구를 받아들이기 어려운상황에서는 거절에대한 이유를 일일이설명할필요가 없다
④ 무리한 요구를 하는 고객에게는 친절하게 응대하지 않아도 된다.
92. 인바운드텔레마케팅에서 표준적인 상담 순서도를 바르게 나열한 것은?
① 고객 상황 탐색 → 고객 문의 내용 파악 → 해결방안 제시 → 요약 및 종결
② 고객 문의 내용 파악 → 고객 상황 탐색 → 해결방안 제시 → 요약 및 종결
③ 해결 방안 제시 → 고객 문의 내용 파악 → 고객상황 탐색 → 요약 및 종결
④ 고객 문의 내용 파악 → 해결 방안 제시 → 고객상황 탐색 → 요약 및 종결
93. 성공하는 텔레마케터가 되기 위해 가져야 할 태도로서 적합하지 않은 것은?
① 항상 고객의 문제를 도와주고 해결해 주는 전문가라는 자긍심을 갖는다.
② "고객과의 약속은 반드시 지킨다"라는 철학을 갖고업무에 임한다.
③ 자신의 상담능력을 향상시키기 위해 자기계발을 게을리하지 않는다.
④ 고객 불만의 수용과 처리에 있어 상담자 자신의 권한이 제한되어 있으므로 실제적인 처리보다는 일차적인 응대에만 최선을 다한다.
94. 다음 중 바른 표현법은?
① 어린이의 얼굴은 해마다 틀리다.
② 예의범절을 가르친다.
③ 박수로 맞아주시기 바랍니다.
④ 기념사가 있으시겠습니다.
95. 다음은 고객이 전자우편으로 자료를 요청하는 경우이다. 틀린 것은?
① 잠재력을 기대할 수 없으므로 사후관리가 불필요하다

- ② 신속한 응대와 피드백이 필요하다.
- ③ 우편이나 전화 등 다른 접촉수단으로 확인하는 것이 필요하다.
- ④ 일정기간 이후 추가관리가 필요하다.
96. 올바른 감성화법이라 볼 수 없는 것은?
- ① 모든 상황에서 첫 마디는 Yes로 답을 한다. 거절의 경우에도 일단 공감의 Yes를 표시하고 반론을 제기한다.
- ② 상황에 대한 단순 사실만 나열하는 것 보다 감정에 대한 표현을 가끔 섞는다.
- ③ 응대 목소리는 어떤 상황에서도 밝은 톤을 유지하도록 한다.
- ④ 공감과 위로의 말을 적절히 섞는다.
97. 텔레마케터의 고객상담 전략으로 부적당한 것은?
- ① 고객이 말할 기회를 충분히 제공한다.
- ② 직접적, 사실적, 간결한 질문을 한다
- ③ 상황의 해결을 위한 구체적인 질문을 한다.
- ④ 가급적 많은 정보를 제공한다.
98. 통화량 폭증으로 인해 고객이 전화연결을 기다려야 하는 경우, 가장 바람직한 전화대기 전략은?
- ① 대략 얼마나 기다려야 하는지, 현재 통화가 얼마나 밀려 있는지 알려준다.
- ② 대기하는 동안 회사 제품과 서비스 광고를 들려준다.
- ③ 클래식이나 대중음악의 한 소절을 따서 들려준다.
- ④ 추억의 헤비메탈 음악을 틀어놓은 사내방송을 들려준다.
99. 노인고객에 대한 상담을 할 때 피해야 할 사항은?
- ① 호칭에 신경을 쓰도록 한다.
- ② 공손하게 응대하고 질문에 정중하게 답한다.
- ③ 순발력있게 빨리 응대한다.
- ④ 고객의 의견을 존중해 드린다.
100. 고객의 욕구를 충족시키기 위한 응대의 자세로서 부적당한 것은?
- ① 어떠한 경우이든 고객의 말, 시간, 신분 등을 무시하지 않는다.
- ② 고객이 말하는 사실과 감정, 의도 등을 파악하기위해 적극적인 자세로 듣는다.
- ③ 고객의 이야기를 끝까지 듣고 여러 해결방법 중 한가지만 제시하여 신속한 응대가 이루어지도록 한다.
- ④ 고객의 지식, 경험 등을 칭찬하고 감사를 전한다.

전자문제집 CBT PC 버전 : www.comcbt.com
 전자문제집 CBT 모바일 버전 : m.comcbt.com
 기출문제 및 해설집 다운로드 : www.comcbt.com/xs

전자문제집 CBT란?

종이 문제집이 아닌 인터넷으로 문제를 풀고 자동으로 채점하며 모의고사, 오답 노트, 해설까지 제공하는 무료 기출문제 학습 프로그램으로 실제 시험에서 사용하는 OMR 형식의 CBT를 제공합니다.

PC 버전 및 모바일 버전 완벽 연동
 교사용/학생용 관리기능도 제공합니다.

오답 및 오탈자가 수정된 최신 자료와 해설은 전자문제집 CBT에서 확인하세요.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
④	④	③	①	④	④	④	③	④	③
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
④	①	④	③	④	①	④	④	③	①
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
①	③	②	③	①	④	①	③	①	③
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
③	④	③	②	③	③	③	④	②	①
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
①	④	④	③	①	④	①	④	①	①
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
④	③	④	①	②	④	③	②	③	③
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
③	①	④	③	②	①	③	③	①	②
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
③	②	④	②	④	③	②	②	④	②
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
③	②	③	①	④	④	③	③	④	③
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
①	②	④	②	①	③	④	①	③	③