

1과목 : 판매관리

1. 데이터베이스는 크게 고객속성과 거래속성으로 구분되는 데, 고객속성의 종류가 아닌 것은?
 - ① 직업 ② 연령
 - ③ 구입상품명 ④ 주소
2. 아웃바운드 텔레마케팅의 활동내용과 거리가 먼 것은?
 - ① 신규회원가입유치
 - ② 존속을 위한 고객설득
 - ③ Q&A에 의한 정형적 응답
 - ④ 우량고객에 대한 리마인드 콜(remind call)
3. 자사의 제품을 적당한 장소에서 소비자가 편리하게 구매할 수 있도록 서비스 체계를 갖춘다는 의미의 마케팅 요소는?
 - ① Product ② Place
 - ③ Promotion ④ Price
4. 아웃바운드 텔레마케팅에서 전용상품을 개발할 경우 고려해야 할 사항이 아닌 것은?
 - ① 신뢰성 ② 사후관리성
 - ③ 상담의 효율성 ④ 거래조건 변동의 최대화
5. CRM에 대한 설명으로 옳바르지 않은 것은?
 - ① CRM은 점진적으로 고객의 행동을 변화시켜 고객과 기업 간의 결속을 강화한다.
 - ② CRM은 시장 점유율 보다는 고객의 소득에 대한 점유율로 방향전환을 요구한다.
 - ③ CRM은 고객과의 관계 가치를 극대화하는 것이다.
 - ④ CRM은 고객의 즉각적 반응 또는 판매를 유도하는 것이다.
6. 데이터베이스 마케팅에서 사용되는 RFM의 세가지 기준이 아닌 것은?
 - ① 얼마나 오랫동안 우리와 거래했는가?
 - ② 얼마나 최근에 우리제품을 구매했는가?
 - ③ 얼마나 자주 우리제품을 구입하는가?
 - ④ 우리제품의 구입에 어느정도의 돈을 쓰는가?
7. 아웃바운드 텔레마케팅의 전략적 활용방안 중 판매촉진의 방법으로 볼 수 있는 것은?
 - ① 신상품, 고가상품 대체판매 정보제공 및 촉진
 - ② 수요예측 조사
 - ③ 소비동향 조사
 - ④ 대금, 미수금 독촉
8. 텔레마케팅이 CRM과정에 기여하는 역할로 적합하지 않은 것은?
 - ① 고객과의 대화유도
 - ② 고객정보 분석을 통한 고객전략 수립
 - ③ 고객과의 관계 및 로열티 구축
 - ④ 부가적인 매출향상
9. 고객 데이터베이스의 설계 및 활용 방안으로 적합하지 않은 것은?
 - ① 고객의 체계적 분류를 실현한다.
 - ② 고객별 DM 반응도를 분석한다.
 - ③ 제품별 판매 히스토리를 분석한다.
 - ④ 라이프 스타일을 분류한다.

10. Average Speed of Answer에 대한 설명으로 옳은 것은?
 - ① 걸려온 전화를 처리하는데 걸리는 평균시간
 - ② 고객이 상담원과 통화하기 위해 기다린 평균시간
 - ③ 트렁크(중계회선)의 평균 사용시간
 - ④ 걸려온 전화를 마칠 때까지 걸리는 평균 통화시간
11. 용어에 대한 설명으로 틀린 것은?
 - ① Call Accounting은 성공적으로 통화가 된 콜의 비용을 말한다.
 - ② Call Data는 컴퓨터시스템에 연결된 교환대를 거쳐간 전화통화에 관한 정보를 말한다.
 - ③ Call Back은 고객이 상담원과 통화를 못할 경우, 고객이 전화번호를 예약해 놓으면 그 시간에 전화를 걸어 고객의 업무를 처리하는 것을 말한다.
 - ④ Call Blending은 인바운드와 아웃바운드로 나뉘어 있던 텔레마케터 그룹을 양쪽 고객을 다 취급할 수 있도록 한 그룹으로 연결시키는 것을 말한다.
12. 아웃바운드 텔레마케팅을 실행하기 위한 준비과정으로 틀린 것은?
 - ① 다른 마케팅 매체와는 함께 사용하지 않도록 한다.
 - ② 고객 반응을 예상하여 스크립트를 마련한다.
 - ③ 고객DB를 사전 테스트하여 반응도를 분석한다.
 - ④ 성과에 따른 적절한 보상프로그램을 마련한다.
13. 텔레마케팅에서 활용할 수 없는 데이터 베이스는 무엇인가?
 - ① Compiled list ② Response list
 - ③ 내부촉적 리스트 ④ 외부구입 가망 리스트
14. 소비자 구매의사 결정에 관한 단계별 설명 중 잘못된 것은?
 - ① 정보탐색 : 소비자들이 이용하는 정보탐색 활동에는 인적, 상적, 공공, 경험 등 여러 가지가 있다.
 - ② 문제인식 : 소비자 구매의사 결정 과정의 첫 단계이다.
 - ③ 대체안 평가 : 가장 선호하는 상표가 구매 대상이 된다.
 - ④ 구매 후 행동 : 제품 사용성과가 만족한 소비자는 재구매의 가능성이 높다.
15. 아웃바운드 텔레마케팅의 특성으로 볼 수 없는 것은?
 - ① 고객이 필요한 정보를 얻고자 하는 경우에 활용 되므로 고객주도형이다.
 - ② 공격적이며 성과지향성이 강하다.
 - ③ 데이터베이스마케팅 기법을 활용할수록 위력적이다.
 - ④ 고도의 전문교육과 텔레마케터의 자질이 필요하다.
16. 데이터베이스 마케팅의 주요 장점이 아닌 것은?
 - ① 잠재고객을 적극 활용할 수 있다.
 - ② 신규사업 진출에 유리하다.
 - ③ 기존고객중 우수고객을 발굴할 수 있다.
 - ④ 단기이익만을 우선으로 한다.

17. 데이터베이스의 설계시 고려되어야 할 사항이 아닌 것은?
 ① 장기적인 비전 ② 통합성
 ③ 유연성 ④ 즉시성
18. CRM을 위해 텔레마케팅을 활용할 때 고려해야할 점이 아닌 것은?
 ① 고객과의 바람직한 관계탐구절차가 병행되어야 한다.
 ② 고객과 기업과의 상호신뢰 및 존중관계를 바탕으로 해야 한다.
 ③ 기업의 다양한 접촉경로를 지원하고 다른 부문과 협조체계가 이루어져야 한다.
 ④ 기업의 입장을 충분히 고려한 텔레마케팅 프로그램이 기획되어야 한다.
19. 상담원이 콜을 처리할 수 있는 평균적인 서비스 수준 정도를 의미하는 것은?
 ① 콜서비스의 신속성 ② 주문확득률
 ③ 콜서비스 레벨 ④ 패스콜 서비스
20. 고객을 분류(시장세분화)하는 방법 중 옳은 것은?
 ① 소득수준으로 분류하여야 하며 그 외의 다른 분류는 유용하지 않다.
 ② 나이, 성별로 분류하여야 하며 그 외의 다른 분류는 유용하지 않다.
 ③ 과거의 구매성향(구매시기, 구매량, 구매빈도)으로 분류되어야 하며 그 외의 다른 분류는 유용하지 않다.
 ④ 인구통계상의 분류, 생활양식(life style)에 의한 분류, 제품의 혜택추구 분류 등 다양한 분류방법으로 분류하여야 한다.
21. 데이터 베이스 마케팅에 대한 설명 중 옳지 않은 것은?
 ① 고객데이터를 이용하여 고객과의 1:1관계를 구축 할 수 있다.
 ② 컴퓨터의 활용가치가 높다.
 ③ 기존고객의 지속적인 관리를 위한 비용이 신규고객 확보를 위한 비용보다 높다는 단점이 있다.
 ④ 각종 데이터를 수집, 분류, 응용, 분석하여 마케팅 전략을 수립하는데 효과적이다.
22. 아웃바운드 텔레마케팅을 충실히 수행하기 위한 방법으로 적당하지 않은 것은?
 ① 대상고객의 데이터를 충실히 준비한다.
 ② 고객의 니즈(needs)를 미리 파악한다.
 ③ A/S를 지속적으로 유지한다.
 ④ 타사를 비판하는 사고를 가진다.
23. 아웃바운드 텔레마케터의 자질로서 적합하지 않은 것은?
 ① 밝고 생동감 있는 목소리 ② 목표의식과 달성능력
 ③ 빠른 말 속도 ④ 경청능력
24. 데이터베이스마케팅의 목적이 아닌 것은?
 ① 고객 평생가치의 극대화 ② 고객 릴레이션쉽 구축
 ③ 마케팅 리서치의 자동화 ④ 간접적인 커뮤니케이션
25. 아웃바운드 텔레마케터가 갖추어야 할 가장 중요한 능력은 무엇인가?

- ① 아름다운 목소리
 ② 정확한 제품지식과 비교분석능력
 ③ 화려한 언어구사 능력
 ④ 공격적 설득과 반복구매유도

2과목 : 시장조사

26. 설문지작성에 있어서 조사자가 가장 먼저 결정해야 할 사항은?
 ① 필요한 정보의 종류를 결정 ② 자료수집방법의 결정
 ③ 개별항목의 내용결정 ④ 질문형태의 결정
27. 시장조사를 위한 절차를 바르게 연결한 것은?
- ㄱ. 자료수집
 ㄴ. 보고서작성
 ㄷ. 문제규명
 ㄹ. 자료분석 및 해석
 ㅁ. 조사설계
- ① ㄱ→ㄷ→ㅁ→ㄴ→ㄹ ② ㄷ→ㅁ→ㄱ→ㄹ→ㄴ
 ③ ㄱ→ㅁ→ㄷ→ㄴ→ㄹ ④ ㄷ→ㄱ→ㅁ→ㄹ→ㄴ
28. 시장조사과정에서 문제에 대한 접근방법의 개발로써 조사의 목표를 확실히 해야 한다. 조사목표는 어떤 정보를 필요로 하는가에 대해 가능한 정확한 용어로 표현한 진술을 말하는데, 조사목표의 3가지 기본요소가 아닌 것은?
 ① 조사문제 ② 정보가치의 평가
 ③ 가설의 개발 ④ 조사의 범위
29. 시장조사의 특성에 해당하지 않는 것은?
 ① 조사된 자료가 오직 조사의뢰자에게 이해됨을 원칙으로 하며, 보편성보다는 특수성에 충실해야 한다.
 ② 타당성, 신뢰성, 적시성을 갖춘 정보를 과학적 방법에 의해 수집하고 분석, 해석, 보고해야 한다.
 ③ 조사시기와 조사기간을 고려하여 최적의 시점에 정보가 제공될 수 있도록 함으로써 정보의 가치를 증대시켜야 한다.
 ④ 체계성, 객관성, 실증성, 간주관성을 유지해야 한다.
30. 설문지를 작성할 때 반드시 포함시키지 않아도 되는 것은 ?
 ① 응답자에 대한 협조요청 ② 식별자료
 ③ 주소 및 전화번호 ④ 지시사항
31. 질문지의 문항 형식 중에서 응답자가 자유롭게 응답을 하도록 하는 질문의 형태는?
 ① 양자 택일형 ② 자유 응답형
 ③ 가치 개입형 ④ 다지선다형
32. 텔레마케터가 사전조사 시 응답자의 개방적 질문의 응답을 기록할 때 적절하지 않은 것은?
 ① 응답자가 사용한 어휘를 그대로 적는다.
 ② 나중에 받아 적는 것이 아니라 전화조사 진행 중에 응답을 기록한다.
 ③ 응답자의 응답을 요약하거나 의역하고 때로 부연 설명하여 기록한다.
 ④ 응답자에게 추가 질문한 것이나 캐묻기와 코멘트도 같이

기록하는 것이 효과적이다.

33. 전화 조사자로서 적합하지 못한 사람은?

- ① 친근하고 지식이 풍부한 사람
- ② 겸손하며 신뢰할 수 있는 영리한 사람
- ③ 배타적이고 비판적인 사람
- ④ 자발적인 사람

34. 응답자들이 전화조사에 응하는 심리적인 동기요인이 아닌것은?

- ① 자신의 의견이나 식견을 표현하고 싶은 욕망
- ② 사람들과 주고받는 교섭을 즐기는 심리
- ③ 면접자를 돕고 싶은 이타적인 심리
- ④ 사생활 침해에 대한 오인과 자기방어 욕구 심리

35. 일정기간 동안 구체적인 간격을 두고 정보를 제공하는데 동의한 응답자의 표본을 지칭하는 말로서 조사에 응답하는 댓가로 현금이나 선물, 쿠폰 등을 제공 받는다. 이들은 최근 온라인 전문조사기관들을 통해 대규모로 구성된다. 이들의 명칭은 무엇인가?

- ① 모집단 ② 모델
- ③ 패널 ④ 조사자

36. 의사소통수단에 의한 분류에 속하지 않는 것은?

- ① 대인면접법 ② 전화면접법
- ③ 우편면접법 ④ 역할면접법

37. 시장조사를 하고자 할 때 모집단으로부터 직접적으로 정보를 입수하는 조사방법은?

- ① 부분조사 ② 전수조사
- ③ 표본조사 ④ 총별조사

38. 시장조사는 시장문제를 예측 진단하거나, 나타난 문제해결을 위해 자료를 분석하는데 과학적 조사방법을 채택한다. 과학적 조사방법의 특성으로 옳지 않은 것은?

- ① 과학적 조사방법은 개인적 경험, 직관, 감성을 근거로 자료를 수집하여 시장문제를 분석 한다.
- ② 조사자는 시장문제를 구성하고 있는 요소들을 구분하고, 그 상호관계를 분석함으로써 시장문제의 원인을 파악하고 해결방안을 모색 한다.
- ③ 과학적 조사방법을 통해 시장조사과정과 분석과정에서 오류를 최소화하도록 해야 한다.
- ④ 과학적 조사방법으로 시장의 문제점을 발견하고, 원인규명을 통하여 시장문제를 예측 할 수 있다.

39. 시장조사를 통해 수집한 자료는 크게 1차 자료와 2차 자료로 구분할 수 있는데, 2차자료를 통해 시장조사를 진행했을 경우에 나타나는 문제점은?

- ① 자료의 시효성 ② 자료 수집의 경제성
- ③ 자료 수집의 신속성 ④ 자료의 공공성

40. 설문지의 작성에 있어 가장 중요한 것은?

- ① 조사의 목적 ② 예산의 정도
- ③ 판매의 예측 ④ 조사자의 용모

41. 전화면접법의 장점에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 간단한 질문만 가능하다.

② 비용이 저렴하고 회답률이 높다.

③ 전화소유자에게만 가능하다.

④ 많은 비용과 많은 시간이 필요하다.

42. 1차 자료 수집 계획이라고 할 수 없는 것은?

- ① 관찰조사 ② 전화조사
- ③ 실험조사 ④ 역할조사

43. 시장조사 계획은 기본계획과 실시계획 두 가지로 나누어 생각 할 수 있다. 이 중에서 기본계획에 해당하는 것은?

- ① 설문지 작성 ② 수집자료의 분석
- ③ 표본추출계획 ④ 조사대상

44. 시장조사의 주체가 표본추출방법을 결정할 때 반드시 같이 결정해야 할 사항으로 조사비용 및 조사의 정확도와 가장 밀접한 관련성을 갖는 것은?

- ① 모집단의 대상 ② 표본의 크기
- ③ 면접원의 수 ④ 신뢰구간의 크기

45. 시장조사 방법 중 자료를 수집하는데 빠르고 일반적으로 경비가 적게드는 방법은?

- ① 대인면접조사법 ② 우편조사법
- ③ 전화조사법 ④ 관찰조사법

46. 전화조사방법의 특성을 옳게 설명한 것은?

- ① 조사자와 응답자사이에 개인적 교류가 없으므로 면접 도중에 발생할 수 있는 오류를 줄일 수 있다.
- ② 전화조사는 조사자와 응답자간에 인간관계가 형성되어 있지 않으므로 마음대로 조사 할 수 있다.
- ③ 비용과 시간이 많이 들며, 조사자와 응답자의 상호 이해 부족으로 오류가 개입 될 수 있다.
- ④ 전화조사는 다양한 내용을 질문하여 관련된 많은 정보를 얻을 수 있다.

47. 훈련된 면접진행자가 소수의 응답자들을 일정한 장소에 모이게 한 후, 비체계적이고 자연스러운 분위기 속에서 조사 목적과 관련된 대화를 유도하여 응답자들이 자유롭게 의사를 표시하도록 하는 면접방식은?

- ① 표적집단면접(FGI) ② 심층면접
- ③ 가구방문면접 ④ 몰인터셉트면접

48. 시장조사에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 마케팅 관련자료를 체계적으로 수집, 기록, 처리, 분석하는 활동이다.
- ② 마케터들이 마케팅 활동을 하는데 근거자료로 제공된다.
- ③ 마케팅 활동의 목표와 지표가 된다.
- ④ 과학적인 접근을 통하여 정확하고 신뢰할 수 있어야 한다.

49. 컴퓨터 지원 전화면접(CATI)으로 얻을 수 있는 장점이 아닌 것은?

- ① 컴퓨터화된 설문지를 이용하기 때문에 텔레마케터에 대한 사전교육이 전혀 필요 없다.
- ② 컴퓨터가 자동으로 전화번호를 돌리고 접속이 이루어지기 때문에 면접시간이 감소된다.
- ③ 면접조사원이 모니터에 나타난 질문들을 읽고 바로 컴퓨터에 응답자들의 답변을 기록하기 때문에 자료의 질이 강화된다.

- ④ 조사 후 설문지의 코딩, 컴퓨터에 자료를 입력하는 번거로운 단계들이 많이 생각된다.

50. 설문지의 초안이 완성된 후 조사대상이 되는 모든 계층의 응답자들에게 본 조사가 들어가기 전에 우선 간이조사를 실시하여 미리 문제점이 무엇인지 파악해 보는 절차를 무엇이라 하는가?

- ① 일차조사 ② 실험조사
③ 사전조사 ④ 부분조사

3과목 : 텔레마케팅관리

51. 교환기 및 CTI 장비에서 측정할 수 없는 성과 지표는?

- ① 평균 통화시간 ② 통화 포기율 (Abandon Rate)
③ 통화품질 만족도 ④ 서비스 레벨

52. 성과 달성을 위한 목표 관리의 중점사항이 아닌 것은?

- ① 조직의 목표와 개인의 목표가 연계성이 있어야 한다.
② 개인별 수행목표는 수치화로 명확해야 한다.
③ 환경이 변하더라도 목표는 일관성이 있어야 한다.
④ 목표 수행시 상담원과 관리자간의 의사소통이 필요하다.

53. 콜센터의 생산성에 영향을 미치는 직접적 요인이 아닌 것은?

- ① 콜센터의 인테리어 ② 상담원의 이직률
③ 콜센터 인력의 전문성 ④ 콜센터 조직관리 능력

54. 콜센터 조직 구성원이 아닌 것은?

- ① 프로젝트 매니저 ② 텔레마케터
③ QA전문가 ④ 컨설턴트

55. 콜센터 핵심 성과지표가 아닌 것은?

- ① 평균응대속도 ② 시간당 처리콜
③ 포기시간 ④ 평균통화시간

56. 텔레마케팅의 분류 중 틀린 것은?

- ① 착/발신 주체에 따른 분류 ② 대상에 따른 분류
③ 고객 니즈에 따른 분류 ④ 운영방법에 따른 분류

57. 텔레마케팅 조직의 슈퍼바이저의 역할에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 일반적으로 10~15명의 텔레마케터를 1명의 슈퍼바이저가 관리 한다.
② 모니터링을 통해 텔레마케터의 성과를 분석한다.
③ 텔레마케터의 능력 개발 요소를 분석한다.
④ 조직의 예산을 효율적으로 배분한다.

58. 콜센터의 역할로 옳지 않은 것은?

- ① 고객접점 센터이다.
② 고객중심의 마케팅을 전개한다.
③ 전화, 우편, 이메일 등 다양한 매체중심의 마케팅을 전개한다.
④ 이익 센터가 아닌 고객봉사 센터라고 할 수 있다.

59. 텔레마케터를 OJT하기 위한 준비사항으로 틀린 것은?

- ① 업무 매뉴얼을 작성한다.
② OJT를 전담할 담당자를 선발한다.
③ 텔레마케터의 성과요인과 현재 능력을 진단한다.
④ OJT 기간은 가능한 짧게 잡는다.

60. 다음 업무를 수행하는 사람은?

텔레마케팅 업무가 효율적으로 운영되도록 지휘, 지도를하며 교육을 직접 담당하는 경우가 많으므로 강의기법, 교육매뉴얼 연구도 뛰어나야 한다. 또한 텔레마케팅 전략수립, 텔레마케팅 판촉전개, 스크립트 작성, 고객리스트정비, 운영코스트 관리 등 텔레마케팅 수행의 실질적인 관리자이다.

- ① 경영자 ② 고객
③ 슈퍼바이저 ④ 텔레마케터

61. 콜센터 기획 구성시 고려해야 할 점이 아닌 것은?

- ① 주요 대상고객의 데이터 확보와 관리방안이 필요함
② 직원 채용방법과 관리방안 마련이 필요함
③ 콜센터 구축에 따른 지속적 운영비용관리가 필요함
④ 초기운영은 전화 채널만을 이용하는 것이 바람직함

62. OJT를 위한 단계로 적합한 것은?

- ① 학습준비 → 업무설명 → 업무실행 → 결과확인
② 업무실행 → 학습준비 → 업무설명 → 결과확인
③ 업무실행 → 결과확인 → 업무설명 → 학습준비
④ 업무실행 → 업무설명 → 학습준비 → 결과확인

63. 고객서비스를 담당하고 있는 텔레마케터에게 필요한 능력이 아닌 것은?

- ① 고객정보 수집 ② 정중하고 조리 있는 대화기술
③ 콜분석 및 예측 ④ 통화시간 조절

64. 전문 텔레마케터가 되기 위한 기본자질에 해당 되지 않는 것은?

- ① 건전한 자아
② 맑고 생동감 있는 목소리
③ 풍부한 상품지식 및 다양한 정보 습득
④ 책임감, 수동적, 소극적인 사고방식

65. 텔레마케터에 대한 OJT시기로서 적절치 않은 것은?

- ① 신입상담원이 처음 입사했을 때
② 기존 상담원이 다른 업무팀에서 전보 왔을 때
③ 기존 상담원의 실적이 떨어졌을 때
④ 우수 상담원이 감독자로 승진하였을 때

66. 텔레마케터의 생산성을 향상하기 위한 노력으로 적합한 것은?

- ① 통화시간을 가능한 한 짧게 한다.
② 고객이 묻는 말에만 대답한다.
③ 고객이 말하고자 하는 것은 먼저 판단하여 제시한다.
④ 스크립트를 충분히 숙지한다.

67. 텔레마케터의 관리자에게 필요한 리더십이 아닌것은?
 ① 반복되는 업무인 만큼 매너리즘에 빠지지 않도록 동기부여 방안을 마련한다.
 ② 고객감동이 실현될 수 있도록 고객지향적인 관점에서 업무 프로세스를 지속적으로 개선한다.
 ③ 텔레마케터의 경력개발을 위한 교육 방향을 설정 한다.
 ④ 비교적 이직률이 높은 조직인 만큼 우수 텔레마케터에 대해서만 집중관리를 한다.
68. 텔레마케팅에 대한 설명으로 맞는 것은?
 ① 텔레마케팅은 정보처리기술을 바탕으로 이루어진다.
 ② 텔레마케팅은 대면 접촉으로 이루어진다.
 ③ 텔레마케팅은 단방향 커뮤니케이션으로 이루어진다.
 ④ 텔레마케팅은 통제가 어려운 매체이다.
69. 통화 품질 관리(QA)의 핵심 성공 요인으로 볼 수 없는 것은?
 ① 통화품질 규정의 마련
 ② 전문평가 인력의 활용
 ③ 평가자의 주관이 반영되는 평가표
 ④ 합리적 평가표 마련
70. 텔레마케터의 역할로 보기 어려운 것은?
 ① 현장판매 ② 통신판매
 ③ 시장조사 ④ 대금회수
71. 텔레마케팅을 수행하기 위한 3가지 필수자료에 해당되지 않는것은?
 ① Script ② Promotion
 ③ Q&A ④ Data sheet
72. 텔레마케터를 위해 필요한 교육 프로그램이 아닌 것은?
 ① 커뮤니케이션 ② 판매
 ③ 전산시스템 개발 ④ 스트레스 관리
73. 모니터링의 평가항목에 들어가지 않는 것은?
 ① 고객과의 친밀감 형성 ② 스크립트의 효과적 사용
 ③ 발음의 명확성 ④ 통화시간
74. 아웃바운드와 관계 있는 것은?
 ① 고객 불만 접수 ② 수동적인 방식의 텔레마케팅
 ③ 해피콜 ④ 전화 교환 서비스
75. 콜센터의 활성화 방법으로 옳지 못한 것은?
 ① 쾌적한 환경을 조성해 준다.
 ② 목표를 정하고 결과를 점검한다.
 ③ 수시로 모니터링을 실시하고 감청, 감시한다.
 ④ 일일보고서를 분석하고 피드백(feedback)을 한다.

4과목 : 고객응대

76. 효과적인 고객응대는?
 ① 텔레마케터가 소극적이거나 부정적인 언어를 많이 사용한다.

- ② 불만고객을 응대할 때 침묵으로 응대한다.
 ③ 고객의 입장에서 서비스를 제공한다.
 ④ 전문적인 용어를 최대한 많이 사용하여 고객에게 정보를 전달하다.

77. 고객과 이야기를 할 때 최적의 빠르기를 결정하는 요인과 거리가 먼 것은?

- ① 전달하고자 하는 내용의 난이도
 ② 고객의 이해도 수준
 ③ 전달자의 표현력을 종합적으로 고려한다.
 ④ 대상에 관계없이 빠르기를 변화시킨다.

78. 인바운드 스크립트 구성요소가 아닌 것은?

- ① 인사/소개 ② 탐색질문
 ③ 가치설득 ④ 통화가능여부 확인

79. 스크립트에 대한 설명이 적절하지 못한 것은?

- ① 잠재고객 또는 고객과 통화를 할 때 사용하는 대본과 같은 것으로써 고객과의 원활한 대화를 돕는다.
 ② 스크립트는 통화 목적과 방향 설정이 명확해야하고 효과적인 통화시간을 관리할 수 있고, 텔레마케터의 자신감을 고취시킨다.
 ③ 다양한 고객을 접하게 됨에 따라 스크립트는 지속적인 보완을 해야 한다.
 ④ 효과적인 통화를 위해 텔레마케터는 스크립트에 나와 있는 상황대로 고객응대를 해야 한다.

80. 불만족한 고객을 응대하기 위한 상담기법이라고 볼 수 없는 것은?

- ① 고객이 만족 할 수 있는 최선의 대안을 제시한다.
 ② 공감하면서 경청한다.
 ③ 충분히 배려 한다.
 ④ 제품에 대해 다시 설명을 해준다.

81. 인바운드 상담을 잘하기 위한 기술(skill)에 관한 설명중 맞는 것은?

- ① 고객의 언어적 표현뿐만아니라 억양과 속도를 고려하여 고객의 요구를 잘 파악하도록 한다.
 ② 상담을 할 때 고객에 대한 신뢰감을 높이기 위해 전문적인 용어로 고객을 설득한다.
 ③ 고객과 직접 만나는 상황이 아니란 점을 크게 인식할 필요가 없다.
 ④ 고객과 친밀감을 조성해야 하므로 간결한 말투를 사용하는 것은 피한다.

82. 고객 응대에 있어서 Moments Of Truth(결정적 순간, 진실의 순간)의 의미로 가장 적절한 것은?

- ① 고객이 제품을 구매하여 처음 사용해 보는 순간
 ② 고객이 제품 사용을 통해 제품의 장· 단점을 실제로 깨달은 순간
 ③ 고객과 기업이 상호 접촉하여 커뮤니케이션을 하는 매 순간
 ④ 고객이 만족할 만한 응대가 끝난 시점

83. 다음은 무엇에 대한 설명인가? 뉼

정보나 지식, 가치관, 기호, 감정 등을 음성이나 문자 등을 통하여 전달하거나 교환함으로써 공감대를 형성하는 의사전달 과정

- ① 매니징 프로그래밍 ② 커뮤니케이션
③ 팀빌딩(조직개발) 훈련 ④ 텔레마케팅

84. 인바운드 고객상담의 개념에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
① 인바운드 고객상담은 고객이 주도하는 것이다.
② 인바운드 고객상담에는 수신자 부담 서비스나 ARS 등 다양한 전화받기 방법이 있다.
③ 인바운드 고객상담에서 텔레마케터는 주로 질문하기형 문의상담을 많이 하게 된다.
④ 인바운드 고객상담은 고객들의 질문에 응답하기 위한 Q&A시트를 많이 활용한다.
85. 상담을 잘 하기 위한 태도로 알맞은 것은?
① 고객의 의견을 진지하게 경청하도록 한다.
② 텔레마케터는 전문가이므로 자신의 의견을 일방적으로 설득시키는 것이 좋다.
③ 상담 시 시청각자료는 쓰지 않는다.
④ 텔레마케터의 권위를 높이기 위해 전문적인 용어를 쓴다.
86. 고객과 상담시 피해야 할 것은?
① 적절한 경어의 사용 ② 표준말
③ 긍정적인 말 ④ 단정적인 말
87. 텔레커뮤니케이션의 심리적 장애요소가 아닌 것은?
① 목소리 느낌만으로 상대방을 판단하려는 선입관
② 자신의 상품에 대한 확신감 결여
③ 과거경험과 리허설 부족으로 인해 자신의 말을 다하지 못함
④ 똑같은 내용 반복에 대한 권태감
88. 텔레마케터로서 각각의 성격 유형을 극복하기 위한 방법으로 적절하지 않은 것은?
① 비판적인 사람은 다른 사람의 약점을 꼬집는 것을 반대로 사용하여 서로 하나로 연결되어 있다는 고리를 찾아야 한다.
② 독선적인 사람은 자신에 대한 주장을 좀 더 강하게 할 필요가 있다.
③ 과시욕이 강한 사람은 자신의 속마음을 남에게 보여주는 연습이 필요하다.
④ 헌신적인 사람은 상대방의 보답을 바라지 않고 아낌 없이 사랑을 주되 반드시 자신의 욕망과 꿈을 희생시킬 이유가 없음을 명심해야 한다.
89. 고객 문의상담에 임하는 자세로 바르지 못한 경우는?
① 고객에게 신뢰감 있는 인상을 준다.
② 고객의 경계심을 없앤다.
③ 고객의 문의내용을 정확하게 이해한다.
④ 고객의 현재상황에 주관적으로 응대한다.
90. 콜센터에서의 우량고객에 대한 고객응대 방법으로 옳지 않은 것은?

- ① 우량고객 전담 상담원을 두어 고객 응대를 한다.
② ARS를 거치지 않고 상담원과 바로 연결 되도록 한다.
③ 우량고객에 대해서는 장시간 장황하고 세밀하게 응대 한다.
④ 우량고객에 해당하는 별도의 혜택을 제공한다.

91. 고객응대의 질을 향상시키는 핵심 요소로 부적절한 것은?
① 긍정적인 태도와 적극성 ② 비판적인 사고와 분석력
③ 신뢰성과 고객존중 ④ 창의력과 원만한 대인관계
92. 텔레마케팅과 폰 세일즈의 차이점으로 옳지 않은 것은? (순서대로 <텔레마케팅> / <폰세일즈>)
① 마케팅 도구 / 판매도구
② 고객지향, 서비스 지향 / 판매가 지향, 판매
③ 전화 단독 또는 DM과 병행 / 다른 매체와 통합
④ Date Bass 구축, 활용 / List 활용
93. 행동유형별 특성에 대한 응대법 중 바른 것은?
① 추진형은 편안하고 친근감 있게 대한다.
② 표현형은 요점만을 제시하고 결정은 스스로 내리게 한다.
③ 온화형은 관심을 갖는 시간이 짧기 때문에 흥미를 잃지 않도록 유의한다.
④ 분석형은 자료를 제시하고 애매한 일반화는 피한다.
94. 고객응대 단계와 관련된 응대 지침이 바르게 연결된 것은 ?
① 고객맞이 - 인사말과 소속 이름 등을 빠르게, 높은 톤으로 전달한다.
② 상황파악 - 적절한 정보를 제공한다.
③ 문제해결 - 완벽한 답을 제공할 수 없을 때는 사과하고 신속하게 통화를 끝낸다.
④ 확인 및 감사 - 고객의 만족여부 확인은 고객의 음성 느낌으로만 확인한다.
95. 다음은 모여행사에 전화를 걸어 온 고객과 상담원 장00씨가 나누는 대화의 일부분이다. ()에 들어갈 수 있는 화법으로 가장 적절한 것은?

- 상담원 : 감사합니다. 00 여행사 장00입니다.
- 고객 : 00여행사 맞습니까? 신문 광고를 봤는데 좀 관심이 있어서 그런데 (머뭇거리며)... 겨울 특별 상품이 어떤 것이 있는지 좀 더 자세히 알아 보고 싶은데요?
- 상담원 : ()

- ① (웃으며) 네 감사합니다. 누구시죠?
② 광고에 다 나와 있습니다만, (무엇을 찾는듯 소리를 내며) 무엇이 궁금하십니까 ?
③ 아 네, (빠른 속도로) 먼저 원하시는 가격대와 일정을 말씀해주시겠습니까 ?
④ (웃으며) 감사합니다. 저희 여행사에서는 다양한 겨울 특별상품을 준비하고 있습니다. 설명드리기 전에 몇가지 먼저 여쭙어 보겠습니다.

96. 전화상담 시 의사전달에 영향을 미치는 요소로 볼 수 없는 것은?
① 시각적 요소 ② 청각적 요소

- ③ 촉각적 요소 ④ 언어적 요소

97. 전화응대로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 고객이 전화를 끊은 후 수화기를 살며시 놓는다.
② 비 대면이기 때문에 미소는 전혀 중요하지 않다.
③ 전화벨이 2~3번 울릴 때 받는 것이 좋다.
④ 맑고 분명한 인사말과 함께 회사와 자신을 소개한다.

98. 화법에 대한 설명 중 바르지 않은 것은?

- ① 아이 메시지(I-Message)는 대화시 상대방에게 내 입장을 설명하는 화법
② 유 메시지(You-Message)는 대화 시 결과에 대해 상대방에게 핑계를 돌리는 화법
③ 두 메시지(Do-Message)는 어떤 잘못된 행동 결과에 대해 그사람의 행동과정을 잘 조사하여 설명하고 잘못에 대하여 스스로 반성을 구하는 화법
④ 비 메시지(Be-Message)는 잘못에 대한 결과를 서로 의논하여 합의점을 찾는 화법

99. 우수한 고객응대를 통한 기업의 이득이 아닌 것은?

- ① 고객만족과 직원 만족
② 고객의 재방문 (재구매)
③ 경쟁기업의 성장
④ 기업에 대한 긍정적 이미지 형성

100. 고객응대 서비스의 7C가 아닌 것은?

- ① 사고(Consideration) ② 정확(Correctness)
③ 일관성(Coherence) ④ 자신감(Confidence)

전자문제집 CBT PC 버전 : www.comcbt.com

전자문제집 CBT 모바일 버전 : m.comcbt.com

기출문제 및 해설집 다운로드 : www.comcbt.com/x

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