

1과목 : 판매관리

1. CTI(Computer Telephony Integration)에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 컴퓨터와 텔레포니(교환기, IVR/FAX, 전화기 및 관련 소프트웨어)가 서로 연결·통합되도록 하는 정보기술과 이를 통해 업무에서 활용할 수 있는 솔루션을 의미한다.
- ② CTI는 모뎀과 통신 소프트웨어에서 이미 적용되고 있는 기술이다.
- ③ 전화국선과 내선을 연결 처리한다.
- ④ 통신 소프트웨어는 모뎀 드라이브를 통해 모뎀과 상호 동작하여 데이터 커뮤니케이션 작업을 수행할 수 있도록 해주는 CTI 솔루션이다.

2. 포지셔닝(Positioning)에 관한 설명 중 틀린 것은?

- ① 포지셔닝이란 기업이 시장 세분화를 기초로 정해진 표적 시장내에 고객들의 마음속에 시장분석, 고객분석 경쟁분석 등을 기초로 하여 전략적 위치를 계획하는 것이다.
- ② 포지셔닝 맵이란 소비자의 마음속에 내재해 있는 자사제품과 경쟁회사 제품들의 위치를 2차원 또는 3차원의 도면으로 작성한 것이다.
- ③ 포지셔닝 전략의 수립 절차는 경쟁제품의 포지션 분석 → 자사 제품과 포지셔닝 개발 → 소비자 분석 및 경쟁자 확인 → 포지션의 확인 → 재 포지셔닝의 단계를 거친다.
- ④ 포지셔닝 맵은 크게 제품 위주의 포지셔닝 맵과 소비자의 지각을 통해 작성하는 인지도가 있다.

3. Burn-out의 의미로 적절한 것은?

- ① 전화통화가 되지 않는 상태
- ② 고객과 전화 통화를 마친 후 상담원이 처리해야 할 업무
- ③ 텔레마케터에게 있어 동기 부여가 현저하게 저하되어 있는 상태
- ④ 전화만 갖춘 브로커로 많은 전화번호를 무작위로 추출하여 판매하는 상태

4. 고객을 세분화하는 목적이 아닌 것은?

- ① 고객 집단별 차별화된 마케팅의 전개
- ② 이탈고객의 허용을 통한 관리비용의 절감
- ③ 고객과 기업간 우호적 관계 유지
- ④ 고객관리 면에서의 경쟁우위 확보

5. CRM을 구현하기 위한 아웃바운드 텔레마케팅의 활용으로서 옳지 않은 것은?

- ① 우수고객에게 새로운 서비스를 홍보하기 위하여 전화를 한다.
- ② 고객의 불만사항을 접수하고 원인을 분석한다.
- ③ A/S후 불편한 사항이 없는지 확인전화를 한다.
- ④ 고객의 기념일에 사은품을 보내기 위해 고객정보를 확인하고자 전화를 한다.

6. 아웃바운드 텔레마케팅 상담 흐름을 올바르게 나열한 것은?

- ㄱ. 고객에게 상품을 소개하고 미점을 제안한다.
- ㄴ. 자신과 회사소개 및 전화건 이유를 말한다.
- ㄷ. 적극적인 종결을 통하여 판매를 성사시킨다.
- ㄹ. 고객의 욕구를 탐색한다.
- ㅁ. 끝인사 및 후회의 거래등을 약속한다.

- ① ㄱ-ㄴ-ㄷ-ㄹ-ㅁ
- ② ㄴ-ㄹ-ㄱ-ㄷ-ㅁ
- ③ ㄴ-ㄱ-ㄹ-ㄷ-ㅁ
- ④ ㄴ-ㄷ-ㄹ-ㄱ-ㅁ

7. 데이터베이스를 구성하는 고객정보의 원천을 설명한 것으로 틀린것은?

- ① 내부고객정보 - 회사내부에 이미 보유하고 있는 정보
- ② 반응고객정보 - 판매를 목적으로 전문업체에 의해 만들어진 정보
- ③ 외부고객정보 - 현재까지 기업과 별다른 관계를 가지고 있지 않는 고객정보
- ④ 타기업의 고객정보 - 다른 기업이 보유한 고객정보

8. 데이터베이스 마케팅의 특징이 아닌 것은?

- ① 효율적인 데이터베이스 관리를 위한 전산화가 필요하다.
- ② 데이터는 고객마다 구축해 업데이트 하면서 확장해야 한다.
- ③ 장기적인 릴레이션십(relationship)의 개발 및 축적이다.
- ④ 기존고객만을 대상으로 하는 마케팅이다.

9. 고객 데이터베이스를 구축하기 위한 고객정보의 획득방법으로 바람직하지 않은 것은 ?

- ① 고객카드작성 정보
- ② 제휴된 신용카드 정보
- ③ 외부데이터베이스 및 시장조사정보
- ④ 통신소를 통한 고객의 사생활정보

10. CRM(customer relationship management:고객관계관리)의 정의에 포함되지 않는 것은?

- ① 고객에 대한 정확한 이해
- ② 고객이 원하는 제품과 서비스의 지속적 제공
- ③ 고객의 평생가치 극대화
- ④ 고객의 노후보장

11. 데이터베이스 마케팅의 핵심사항이 아닌 것은?

- ① 브랜드 인지도 및 제고에 적합한 마케팅이다.
- ② 가능고객의 확인이 판매 전에 가능하다.
- ③ 고객관계관리에 초점을 둔다.
- ④ 고객에게 개별적으로 접근하여 설득할 수 있다.

12. 아웃바운드 텔레마케팅의 특성은?

- ① 고객이 기업으로 연락하는 것이다.
- ② 기업이 고객을 찾아 마케팅하는 것이다.
- ③ 이벤트회사로 고객이 찾아가는 것이다.
- ④ 고객불만을 적극적으로 해소하는 것이다.

13. 아웃바운드 텔레마케팅에서 잠재고객을 구매고객으로 전환시키는 방법으로 볼 수 없는 것은?

- ① 고객을 이해시키고 실질적 혜택부여

- ② 무조건 가격할인을 통한 유도
- ③ 관심이 많은 고객을 집중적으로 설득
- ④ 쌍방간 커뮤니케이션 강화

14. 아웃바운드 텔레마케팅에 대한 설명과 거리가 먼 것은?

- ① 대화대본이 중요하다.
- ② 적극적인 마케팅기법은 아니다.
- ③ 제품지식이 중요하게 요구된다.
- ④ 전화예절이 중요하게 요구된다.

15. Call Blending에 대한 설명으로 옳바른 것은?

- ① 전화통화를 세팅한 후 이것을 모니터링하고 나서 끝 내는 것
- ② ACD내에서 걸려온 전화를 어디로 보내야 할 지에 관해 사용자가 정할 수 있는 선택 목록
- ③ 컴퓨터 시스템에 연결된 교환대를 거쳐간 전화통화에 관한 정보
- ④ 외부로 건 전화와 내부로 걸려온 전화 처리능력의 균형을 맞추려고 이들을 적절히 묶어 처리하는 것

16. 다이렉트마케팅의 정의로 틀린 것은?

- ① 여러 광고매체의 사용에 따른 지출규모와 마케팅 결과를 측정하고 분석할 수 있다.
- ② 전화, 우편, 방문판매, 인터넷쇼핑몰 등 어느 곳에서나 거래가 가능하므로 광범위하고 풍부한 잠재고객 확보가 가능하다.
- ③ 동시에 다수의 잠재고객 또는 소비자를 상대하는 단방향 마케팅이므로 판매촉진이 신속하게 이루어진다.
- ④ 고객 속성 정보와 거래정보, 고객서열과 고객등급 등 다양한 데이터베이스를 축적할 수 있다.

17. Predictive Dialing에 대한 설명이 아닌 것은?

- ① 컴퓨터를 이용해 전화를 받도록 하거나 전화를 하도록 하는 등 모든 처리를 자동적으로 해결한다.
- ② 상담원은 전화상의 말소리를 듣거나 또는 다음의 전화를 선택할 겨를도 없이 지금 처리하고 있는 통화가 끝나면 곧바로 다음전화로 연결되어 그 전화를 받게 된다.
- ③ 상담원의 통화가 끝나는 시기를 예측하여 다이얼링한 후 응답고객에게 연결시켜 주는 기능이다.
- ④ 전화발신을 상담원이 직접 모니터상에서 조회하고 처리하므로 기존에 수동으로 하던 업무를 자동으로 처리하는 효과가 있다.

18. 용어에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① Call Accounting - 콜기록 기능을 말하며, 수·발신날짜, 시간, 다이얼 번호, 통화시간 등에 의해 통화 내역을 분석하는데 사용되는 장비
- ② Call Back - 고객이 상담원과 통화를 못한 경우, 고객이 전화번호를 예약해 놓으면 예약된 시간에 전화를 걸어 고객의 업무를 처리하는 것
- ③ Call Data - 컴퓨터시스템에 연결된 교환대를 거쳐간 전화통화에 관한 정보
- ④ Call Log - 자동호 분배시스템(ACD) 내에서 걸려온 전화를 어디로 보내야 할 지에 관해 사용자가 정할 수 있는 선택목록

19. 축적된 고객관련 데이터에 숨겨진 규칙이나 패턴을 찾아 내는 것을 무엇이라 하는가?

- ① DBMS
- ② 데이터 마이닝
- ③ 필터링
- ④ CRM

20. 용어에 대한 설명이 틀린 것은?

- ① 평균통화시간 - 모든 상담원이 모든 호를 상담 하는 데 소요되는 평균시간
- ② 통화 후 작업시간 - 고객과 통화를 끝낸 후 상담원이 업무를 처리하는 시간
- ③ 콜 대기시간 - 고객 콜 대기시간과 연결시간을 더한시간
- ④ 평균응답 속도 - 일정시간 동안 모든 상담원이 모든호에 응답하는데 소요하는 평균시간

21. 상담원 통화가 끝나는 시간을 예측하여 고객에게 전화 걸어서 응답된 고객만을 연결시켜주는 기능은?

- ① Preview Dialing
- ② Progressive Dialing
- ③ Predictive Dialing
- ④ Proactive Dialing

22. 고객생애가치(Life Time Value)와 가장 관계가 깊은 것은 무엇인가?

- ① Renewal(갱신)
- ② CRM(고객관계관리)
- ③ UP-Sale(고가 판매)
- ④ Cross-Sale(교차 판매)

23. RFM(Recency, Frequency, Monetary)모델에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① RFM 분석을 위해서는 고객 Database의 축적과 가공이 필요하다.
- ② R은 최근 구매일, F는 구매 빈도, M은 구입 총 금액을 말한다.
- ③ RFM 포인트에서 가장 중요한 것은 F 요소이다.
- ④ RFM 은 마케팅 담당자의 목적에 따라 각각 임의로 가중치를 부여 할 수 있다.

24. 고객 시장 세분화에 대한 가장 올바른 설명은?

- ① 고객을 시장, 마트, 백화점 등 판매 채널별로 분류하는 방법론이다.
- ② 고객을 소득 수준별, 소비 수준별로 분류하는 방법이다.
- ③ 고객을 지역별로 분류하는 방법이다.
- ④ 고객들이 기업의 마케팅 활동에 대한 반응과 선호분석에 의한 동질적인 고객 분류이다.

25. 가장 일반적인 소비자의 반응 순서는?

- ① 흥미유발(I) → 주목(A) → 욕구(D) → 행동(A)
- ② 주목(A) → 흥미유발(I) → 욕구(D) → 행동(A)
- ③ 욕구(D) → 흥미유발(I) → 주목(A) → 행동(A)
- ④ 주목(A) → 욕구(D) → 흥미유발(I) → 행동(A)

2과목 : 시장조사

26. 해당연구에 대한 설명 중 적절하지 않은 것은?

- ① 탐색연구 : 연구대상의 적합성을 판단하기 위한 연구
- ② 기술연구 : 현상에 대한 특성파악을 위한 연구
- ③ 설명연구 : 변인들의 인과관계를 설명하는 연구
- ④ 예측연구 : 표본의 대표성을 평가하는 연구

27. 전화번호부를 이용하여 확률 표본 추출 시 가장 쉽게 적용할 수 있는 추출법은 ?

- ① 체계적 추출법(systematic sampling)
- ② 층화 추출법(stratified sampling)
- ③ 지역 추출법(area sampling)
- ④ 할당 추출법(quota sampling)

28. 전화면접을 수행하는 면접조사자가 질문을 할 때 지켜야할 규칙 중 옳바른 것은?

- ① 별도의 지시가 없는한 모든 질문에 답을 얻어야한다.
- ② 면접의 원활한 진행을 위해서는 설명을 추가해도 좋다.
- ③ 응답자가 쉽게 답하도록 미리 수용가능한 응답을 지정해 준다.
- ④ 응답을 잘 받기위해 질문의 순서는 상황에 따라 조정해도 좋다.

29. 다음 표본설계과정을 순서대로 옳바로 나열한 것은?

가. 표본크기 결정  
나. 표본프레임 결정  
다. 모집단의 확정  
라. 표본추출방법의 결정  
마. 표본추출

- ① 다-나-라-마-가      ② 다-라-나-가-마
- ③ 다-가-나-라-마      ④ 다-나-라-가-마

30. 모집단에 관한 설명 중 바르지 않은 것은?

- ① 모집단의 효과적인 형태설정을 위해서는 전화 걸 대상 설정, 응답자 역할의 구체화, 직업 등을 고려해서 적용해야 한다.
- ② 모집단은 조사자가 추론하고자 하는 모든 자료들의 집합을 말한다.
- ③ 모집단은 자료의 흩어진 정도를 나타내지 않는다.
- ④ 전화조사시 조사원이 어떤 사람들에게 전화할 것인가를 추출하는 기초자료이다.

31. 시장조사를 활용한 활동으로 볼 수 있는 것은?

- ① 회사의 매출을 파악하기 위하여 회계자료를 분석한다
- ② 회사의 규모를 파악하기 위하여 직원현황을 분석한다
- ③ 새로 만든 다리의 이름을 짓기 위해 주민들에게 다리 이름을 공모한다.
- ④ 광고의 인지도를 파악하기 위하여 전화조사를 실시한다.

32. 조사보고서에 작성 목적으로 적당치 않은 것은?

- ① 조사자와의 의사소통      ② 통제수단
- ③ 타당성 검증      ④ 결과 활용

33. 기업환경분석에 해당하지 않는 것은?

- ① 자사분석      ② 산업분석
- ③ 경쟁분석      ④ 가격분석

34. 시장조사를 실시하려고 할 때 그 절차가 바르게 된 것은?

- ① 문제의 제기 - 시장조사설계 - 자료수집 - 자료분석, 해석 및 이용 - 보고서 작성
- ② 문제의 제기 - 자료의 수집 - 시장조사설계 - 자료분석, 해석 및 이용 - 보고서 작성
- ③ 문제의 제기 - 시장조사설계 - 자료분석, 해석 및 이용 - 자료수집 - 보고서 작성

- ④ 문제의 제기 - 자료의 수집 - 자료분석, 해석 및 이용 - 보고서 작성 - 자료수집

35. 전화면접 시 면접원이 지켜야 할 예의가 아닌 것은?

- ① 가능한 휴일에 전화하지 않는다.
- ② 자세하고 상세하게 질문한다.
- ③ 발신자의 신분을 정확히 밝힌다.
- ④ 전화한 목적과 소요시간을 안내한다.

36. 전화조사의 장점에 관한 설명으로 잘못된 것은?

- ① 개별면접 방법보다 시간과 비용면에서 경제적이다.
- ② 심층 조사가 가능하여 자료수집이 용이하다.
- ③ 응답자들이 면접자와의 대면적 조사방법에서 느끼는 불편감을 제거할 수 있다.
- ④ 조사자의 질문방법에 따라 조사결과에 영향을 미쳐 서로 다른 결과를 가져올 위험이 있다.

37. 마케팅 리서치의 대한 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 마케팅 활동과 관련성이 있어야 한다.
- ② 미래의 정보를 수집 해야 한다.
- ③ 신뢰할 수 있어야 한다.
- ④ 정확하고 타당성이 있어야 한다.

38. 용어에 대한 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 조사의 전체 대상을 모집단 이라고 한다.
- ② 모집단의 특성을 그대로 살리면서 소수의 적절한 수를 뽑는 과정을 표집 이라고 한다.
- ③ 표본추출에 의해 선정된 요소들의 집단을 표집단 이라고 한다.
- ④ 모집단으로부터 추정되는 값을 모수치 라고 한다.

39. 탐색조사의 종류가 아닌 것은?

- ① 문헌조사      ② 전문가조사
- ③ FGI조사      ④ 사례조사

40. 가설에 대한 특성을 설명한 것 중 옳지 않은 것은?

- ① 문제해결의 기능이 있어야 한다.
- ② 확률적 속성을 갖는다.
- ③ 경험적 검증이 가능해야 한다.
- ④ 추상적 개념을 포함해야 한다.

41. 횡단조사의 구매 관련 자료에 대한 조사 항목으로 거리가 먼 것은?

- ① 고객 개인 정보      ② 선호상표
- ③ 구매의사      ④ 상표 및 광고 인지도

42. 종단조사에 대한 설명이 옳바른 것은?

- ① 시간 간격을 두고 반복적 조사를 통한 마케팅 변수에 대한 반응 측정
- ② 기온에 민감한 남복을 위도별로 분류하여 각 지역별로 선호되는 상품에 대한 반응요소 측정
- ③ 소득수준에 따른 모집단을 분류 선호되거나 이용되는 상품을 가격대별, 상품군 별로 분석한 자료
- ④ 어떠한 시점에서의 소비자의 구매형태를 측정하여 시장의 전반적 상황을 조사

43. 전화 조사 후 불만족스러운 응답자료를 해결하기 위한 방법으로 적합하지 않은 것은?

- ① 현장에서 다시 반려하여 재조사 하도록 한다.
- ② 결측치(missing value)로 처리한다.
- ③ 표본의 크기가 커서 폐기해도 관계가 없는 경우 설문지를 폐기한다.
- ④ 응답자격이 없는 응답자가 응답한 경우라도 내용이 충실하면 표본으로 한다.

44. 설문지를 작성할 때 각 항목별 응답형태를 결정한 후에는 보다 구체적으로 각 질문항목을 완성하여야 하는데 이때 반드시 지켜져야 할 점이 아닌 것은?

- ① 가능한 한 쉽고 명료한 단어를 이용한다.
- ② 응답항목들간의 내용이 중복되서는 안된다.
- ③ 가능한 한 하나의 항목으로 두 가지 내용을 질문한다
- ④ 대답을 유도하는 질문을 해서는 안 된다.

45. 응답 형태 중 코딩이 어려운 것은?

- ① 다지선택형                      ② 양자택일형
- ③ 자유응답형                    ④ 등급평가형

46. 조사를 끝내고 채택된 설문지에 대해 각 항목의 응답이 정확한 것인가를 파악하는 과정을 무엇이라고 하는가?

- ① 코딩                              ② 편집
- ③ 편칭                              ④ 코딩가이드

47. 설문지의 구성은 자료 수집을 위한 질문항목 체계화의 정도와 질문형식에 따라 4가지로 나눌수 있는데, 그 중 개인면접과 같은 탐색적 조사방법으로 널리 쓰이는 것은?

- ① 체계적-공개적 설문지              ② 비체계적-공개적 설문지
- ③ 비체계적-비공개적 설문지        ④ 체계적-비공개적 설문지

48. 질문지 작성의 단계를 바르게 나열한 것은?

- a. 사전조사와 질문지의 보완
- b. 질문용어의 선택
- c. 질문순서의 결정
- d. 질문/응답 형태의 선택
- e. 질문지의 구조와 질문내용의 파악
- f. 질문지 작성의 탐색조사

- ① a-b-c-d-e-f                      ② d-b-c-a-e-f
- ③ f-e-d-c-b-a                      ④ c-d-a-b-e-f

49. 조사자는 시장조사를 설계할 때 다양한 방법을 고려할 수 있다. 조사방법에 따라 1차 자료와 2차 자료로 분류할 수 있는데 2차 자료에 해당하는 것은?

- ① 신디케이트 자료(syndicated data)
- ② 실사자료(survey data)
- ③ 원 자료(raw data)
- ④ 현장자료(field data)

50. 다음 설명은 무엇인가?

시장조사 시 연구대상이나 표본단위가 수록된 목록을 말하며 이로부터 최종적인 표본이 추출된다.

- ① 표본프레임                      ② 임의표본
- ③ 확률표본                        ④ 통제집단

### 3과목 : 텔레마케팅관리

51. 리더의 특성이 아닌 것은?

- ① 솔직하고 즉각적인 감정 표현
- ② 역할에 대한 이해
- ③ 행동에 대한 이해
- ④ 성과에 대한 공정한 평가

52. A 생명보험 회사는 주요 5대 일간지에 저렴한 보험료의 상해 보험 상품을 광고하고 고객들이 무료 전화를 이용하여 전화를 걸어오면, 보험 가입을 받고 상품을 판매하고 있다. 이는 어떤 형태의 텔레마케팅으로 볼 수 있는가?

- ① 인바운드 (Inbound), 기업 대 소비자 (B to C)
- ② 인바운드 (Inbound), 기업 대 기업 (B to B)
- ③ 아웃바운드 (Outbound), 기업 대 소비자 (B to C)
- ④ 아웃바운드 (Outbound), 기업 대 기업 (B to B)

53. 모니터링의 핵심성공요소가 아닌 것은?

- ① 모니터링에 대한 공감대 형성
- ② 합리적 평가표 및 목표설정
- ③ 주관적 평가 실시
- ④ 코칭 및 사후점검

54. SMART성과 목표 설정 항목중 S에 해당하는 내용은?

- ① Specific(명확성)                  ② Special(특별성)
- ③ Speed(신속성)                    ④ Social(사회성)

55. 콜센터의 생산성 향상을 위한 방법으로 옳은 것은?

- ① 언제나 기본 스크립트를 지속적으로 사용한다.
- ② 모니터링은 내부에서만 실시한다.
- ③ 개인별, 팀별로 Role Playing과 코칭을 한다.
- ④ 관리, 행정적 업무처리 절차를 강조한다.

56. 텔레마케팅 교육을 위해서는 역할연기(Role-Playing)가 효과적인데, 그 실시 순서가 맞는 것은?

- 가. 상황설정
- 나. 스크립트 및 매뉴얼 수정
- 다. 배역 지정
- 라. 역할 연기 대상자 선정
- 마. 반복훈련 및 효과 체크
- 바. 역할 내용 검토 및 평가

- ① 가-나-다-라-마-바              ② 가-나-라-다-바-마
- ③ 가-다-라-나-마-바              ④ 가-라-다-바-나-마

57. 텔레마케팅이라고 보기 힘든 것은?

- ① 이동 통신사에서 전화를 통해 새 상품에 대한 고객 반응

을 조사하는 행위

- ② 카타로그 쇼핑 업체에서 상품소개 카타로그를 우편으로 보내서 우편 주문 받아 판매하는 행위
- ③ 여행사에서 Fax를 이용하여 신 여행 상품을 소개하는 행위
- ④ 백화점에서 생일 고객에게 축하 전화 하는 행위

58. 콜센터를 구성하는 시스템의 기능 중에 착신하는 콜을 텔레커뮤니케이터에게 균등하게 나누어주고 통화상황에 대한 데이터들을 출력시키는 기능을 뜻하는 것은?

- ① RDD(Random Digit Dialing)
- ② ACD(Automatic Call Distribution)
- ③ DCD(Database Computer Distribution)
- ④ CAD(Call Acouting Dialing)

59. 걸려온 모든 전화 중 텔레마케터와 고객이 연결이 된 통화를 의미하는 것은?

- ① 인입호                      ② 응답호
- ③ 포기호                    ④ 상담호

60. 텔레마케터의 주요 업무가 아닌 것은?

- ① 상품홍보 및 판촉 활동                      ② 고객관리
- ③ 정보수집과 자료정리                      ④ 방문판매

61. 텔레마케팅을 수행하는 아웃바운드 기본 스크립트 구성 체계로 순서가 바른 것은?

- ① 상대방 확인 - 자기소개 및 첫인사 - 전화건 목적 전달 - 상품, 서비스 제안 - 정보수집 및 니즈탐색 - 종결
- ② 상대방확인 - 전화건 목적 전달 - 자기소개 및 첫인사 - 정보수집 및 니즈탐색 - 상품, 서비스 제안 - 종결
- ③ 자기소개 및 첫인사 - 상대방확인 - 전화건 목적 전달 - 정보 수집 및 니즈 탐색 - 상품, 서비스 제안 - 종결
- ④ 자기소개 및 첫인사 - 전화건 목적 전달 - 상대방확인 - 상품, 서비스 제안 - 정보수집 및 니즈탐색 - 종결

62. 통신판매의 접수, 각종 불만사항 대응 등을 주된 업무로 하는 텔레마케터는?

- ① 인바운드 텔레마케터
- ② 아웃바운드 텔레마케터
- ③ 산업체(B to B) 텔레마케터
- ④ 사내(In-House) 텔레마케터

63. 텔레마케팅 특성으로 옳바르지 않은 것은?

- ① 시간, 공간, 거리의 장벽을 극복한다.
- ② 기업을 정보창조 조직으로 변모시킨다.
- ③ 고객의 현재가치를 존중한다.
- ④ 구성요소가 유기적으로 결합된 시스템에 의해 움직인다.

64. 성공하는 텔레마케팅의 조직 특성으로 옳지 않은 것은?

- ① 공정한 성과 평가 및 보상이 이루어진다.
- ② 역할별 목표와 책임이 분명하다.
- ③ 인력개발을 위한 교육프로그램이 마련되어 있다.
- ④ 생산성 향상을 위해 내부 커뮤니케이션은 최대한 제한되어 있다.

65. 고객 콜센터의 효율적 운영방안에 대한 설명으로 적합하지

않은 것은?

- ① 고객상담을 종합적으로 처리할 수 있는 전문인력을 배치한다.
- ② 고객이 요구하는 사항은 무엇이든지 원스톱(onestop) 으로 처리하는 것을 지향한다.
- ③ 고객의 특수한 요구 발생 시 스스로 판단하여 처리하도록 한다.
- ④ 고객위주의 상담 스크립트를 개발하고 상담내용을 데이터베이스화 하여 경영활동에 반영한다.

66. 다음 설명이 의미하는 것은?

판매액을 증가시키기 위하여 고객에게 상품이나 서비스를 더 권유하여 판매하는 방식을 말한다.

- ① Up-Selling                      ② Cross-Selling
- ③ List Screening                      ④ List Cleaning

67. 콜센터의 성과관리 방법 중 적당하지 않은 것은?

- ① 매일, 매주, 매월 등의 분명하며 도달 가능한 목표를 수립한다.
- ② 중간 점검을 통해 성과향상을 위한 지원요소와 방해 요소를 분석한다.
- ③ 성과결과에 대한 공정한 평가가 이루어져야 한다.
- ④ 보상은 우수 텔레마케터에게만 집중하는 것이 바람직하다.

68. 신입 텔레마케터의 교육과정으로 부적합한 것은?

- ① 업무지식                      ② 회사 전반 오리엔테이션
- ③ 커뮤니케이션 스킬                      ④ 콜분석 및 예측

69. 콜센터 조직의 특성이 아닌 것은?

- ① 고객지향적 조직이다.
- ② 정보와 커뮤니케이션을 매개로 하는 조직이다.
- ③ 고객과 간접적으로 접촉하는 조직이다.
- ④ 상황의 다양성, 집중성, 즉시성을 요구하는 대응조직이다.

70. 콜센터에서 QAA의 역할로서 가장 바람직한 것은?

- ① 텔레마케터의 통화품질을 평가하는 일
- ② 텔레마케터의 통화품질을 관리하는 일
- ③ 텔레마케터의 통화품질을 향상을 도와주는 일
- ④ 텔레마케터의 통화품질을 감독하는 일

71. 텔레마케팅 조직구성원의 역할이 잘못 연결된 것은?

- ① 교육담당자 - 텔레마케터의 경력개발을 위한 교육 예산을 책정한다.
- ② 모니터링담당자 - 텔레마케터가 고객과 통화한 내용을 분석한다.
- ③ 시스템담당자 - 텔레마케터가 효율적으로 업무를 할 수 있는 근무환경을 조성한다.
- ④ 슈퍼바이저 - 텔레마케터의 스케줄을 관리한다.

72. 콜센터의 역할 및 기능과 거리가 먼 것은?

- ① 비용절감                      ② 수익증대
- ③ 고객정보 분산                      ④ 고객관리

73. 텔레마케팅 판매의 연속성이 바르게 나열된 것은?

- ① 주문접수-고객서비스-계약갱신-계절판매
- ② 주문접수-계절판매-계약갱신-고객서비스
- ③ 주문접수-계약갱신-계절판매-판매리드선정
- ④ 주문접수-계절판매-판매리드선정-계약갱신

74. 교육의 효과를 측정하는데 있어서 가장 바람직한 방법은?

- ① 사전평가
- ② 중간평가
- ③ 사후평가
- ④ 추수평가

75. 콜센터 시스템의 구성요소에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 콜센터는 CTI를 통해 교환기로 전화회선을 수용한다.
- ② DB서버는 교환기에 연결되는 모든 콜에 대해 데이터를 저장하고 관리한다.
- ③ 다이얼러 모듈은 인바운드 서비스를 자동처리하는 시스템이다.
- ④ ARS는 적정 상담원에게 자동으로 전화를 배분하는 역할을 한다.

#### 4과목 : 고객응대

76. 텔레마케팅에서 언어표현은 상대방에 대한 인격을 존중하는 마음을 전하는 도구이기에 매우 중요하다고 할 수 있다. 가장 효과적인 단어선택이라고 볼 수 없는 것은?

- ① 고객에게 확신을 줄 수 있는 긍정적인 단어
- ② 고객과 공감대를 형성할 수 있는 사투리
- ③ 고객이 받을 수 있는 이점을 위주로 한 단어
- ④ 칭찬,감사,기쁨을 표현할 수 있는 말

77. 텔레마케팅에서의 경청방법에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 생산적인 경청자세는 선택적 경청이 매우 중요하다.
- ② 효과적인 경청자세는 고객에 대한 배려가 요구된다.
- ③ 생산적 경청을 하기 위해서는 고객에게 어떠한 질문도 해서는 안된다.
- ④ 효과적 경청은 고객에 대한 고정관념과 선입견이 있을 때 더욱 효과적이다.

78. 전화를 다른 사람에게 돌려주어야 하는 경우 취해야 할 행동으로 옳지 못한 행동은?

- ① 전화를 다른 사람에게 돌려야 하는 이유와 받을 사람이 누구인지 말해준다.
- ② 전화를 받을 사람에게 전화를 돌려도 괜찮은지 물어 본다.
- ③ 전화를 돌려준 후 신속히 끊는다.
- ④ 전화를 돌려 받은 사람에게 전화를 건 사람의 이름과 용건을 말해준다.

79. 고객과의 상담과정에서 재진술의 목적 또는 효과 라고 할수 없는 것은?

- ① 재진술을 통해 고객의 문제 또는 욕구를 명확하게 이해할 수 있다.
- ② 텔레마케터가 재진술함으로써 고객은 더 이상 자신의 문제나 욕구를 설명할 필요가 없게 된다.
- ③ 고객의 이야기를 적극적으로 듣고 있다는 신뢰감을 줄 수 있다.

④ 재진술 과정을 통해 텔레마케터가 잘못 이해했던 부분을 발견할 수 있다.

80. 효과적인 고객응대를 위해 작성된 대화 대본은 무엇인가?

- ① 교육 매뉴얼
- ② 스크립트
- ③ 데이터베이스
- ④ QA 평가쉬트

81. 전화로 고객 응대시 고객을 화나게 하는 응대표현이 아닌 것은?

- ① 회사 방침이 아닙니다.
- ② 제 임무가 아닙니다.
- ③ 저에게는 그런 권한이 없습니다.
- ④ 잠시 기다려 주시면 즉시 처리해 드리겠습니다.

82. 인바운드 텔레마케팅과 관련된 내용의 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 첫인사 - 전화벨이 3번 울리기 전에 받아야 하고 인사말, 소속, 성명을 정확히 밝힌다.
- ② 불만처리 - 고객의 불만사항을 적극적으로 경청하고 진심으로 사과하고 불만에 대한 고객입장을 공감해야 한다.
- ③ 끝인사 - 끝내기 언어를 잘 활용하여야 하고 고객이 끊는 것을 확인하고 2~3초 후에 수화기를 내려 놓는다.
- ④ 용건처리 - 고객의 요구를 가능한 빨리 파악하여 고객이 요구를 다 말하기 전에 신속히 처리한다.

83. 까다로운 클레임 처리기법의 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객에게 정중하게 사과하기
- ② 고객과 함께 협력하여 문제 해결하기
- ③ 회사의 입장을 정당화 할 수 있는 논리를 제시하기
- ④ 고객에게 도움이 될 수 있는 최선의 대안 찾기

84. 고객상담시 공감대를 형성하는 방법으로 적절하지 않은 것은?

- ① 공통적인 화제로 자연스럽게 대화한다.
- ② 인사는 격식에 따라서 위엄있게 한다.
- ③ 고객을 진심으로 칭찬한다.
- ④ 고객의 신분에 맞는 존칭어를 구사한다.

85. 고객에게 제품 또는 서비스를 설명하는 방법으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객이 가장 관심을 갖고 있는 부분을 파악하고 집중하는 것이 필요하다.
- ② 자신의 업무적 지식을 과시하는 듯한 대화를 통하여 관계를 불편하게 해서는 안된다.
- ③ 고객의 반응과 관계없이 한마디, 한마디를 정확하게 포인트만을 전달한다.
- ④ 요점을 간결하게 전달하여 시간적 낭비를 줄인다.

86. 텔레마케팅을 통한 고객응대의 특성과 관련한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 상대방의 얼굴을 볼 수 없어 청각에 절대적으로 의존하게 되므로 더욱 세심한 주의가 요구된다.
- ② 상담시에는 텔레마케터와 고객 모두 통화 내용에만 집중하므로 다른 소음 등의 전달여부에는 별도의 주의가 필요 없다.
- ③ 고객은 시간과 장소를 가리지 않고 전화를 하므로 언제

든지 이를 수용할 수 있는 자세를 갖추어야 한다.

- ④ 고객의 시간과 경비를 배려하기 위해 정확하고 간결하게 정보를 전달한다.

87. 전화를 통한 고객 응대의 특징이라 볼 수 없는 것은 ?

- ① 쌍방 커뮤니케이션 이다.  
② 고객에게 시각적인 요소를 제공할 수 있다.  
③ 통화의 목적이나 또는 통화 상대에 따라 적절하게 응대하여야 한다.  
④ 피드백이 즉각적이고 직접적으로 나타난다.

88. 고객 문의에 대한 해결 방법으로 가장 적절한 것은?

- ① 고객보다는 회사의 입장과 나를 먼저 생각한다.  
② 시간을 끌어 고객이 포기하도록 한다.  
③ 정확한 고객요구를 먼저 파악한다.  
④ 사내 규정만을 고객에게 정확하게 전달한다.

89. 인바운드 고객상담을 위해 기본적으로 준비해야할 것이 아닌 것은?

- ① 스크립트                      ② 콜 체크시트  
③ 응대기록표                  ④ 문답집

90. 다음은 어떠한 고객에 대한 경청태도의 공통점인가?

- 상대방의 이야기를 끝까지 모두 들어준다.  
- 사실관계나 내용, 기분상태를 듣는다.  
- 공감하면서 경청한다.  
- 상대방이 이야기한 것을 정리하고 되풀이한다.

- ① 성격이 급한 고객            ② 불만있는 고객  
③ 수다쟁이형 고객            ④ 만족하는 고객

91. 다음 고객표현에 대한 상담원의 응대화법 중 가장 적절한 것은?

고객 : 그 회사 카다로그 상품 중 몇가지 구입하고 싶은게 있어서 전화했어요.... 물건을 빨리 받아 봤으면 좋겠어요 .... 그런데 저는 전화로 신용카드번호를 불러주고 결제 하는 건 좀 내키지 않는데 ...

- ① 카드 결제가 가장 빠릅니다만 내키지 않으시면 온라인으로 송금을 해주시거나 직접 방문하셔서 구입하시는 방법도 있습니다.  
② 다른 방법은 전화주문 만큼 빠르지 않습니다. 카드결제를 하셔야 빨리 상품을 받으실 수 있으니 카드결제를 하십시오.  
③ 요즈음은 거의 모든 고객들이 전화로 신용카드번호를 불러주십니다. 문제없습니다.  
④ 그러면 좀 더 생각해 보시고 다시 전화주시기 바랍니다.

92. 인바운드 상담의 흐름으로 가장 적절한 것은?

- ① 첫인사 → 경청 → 동감 → 고객니즈(Needs)파악 → 문제해결 → 요약  
② 첫인사 → 고객니즈(Needs)파악 → 동감 → 경청 → 문제해결 → 요약  
③ 첫인사 → 동감 → 고객니즈(Needs)파악 → 경청 → 문제해결 → 요약

- ④ 첫인사 → 경청 → 고객니즈(Needs)파악 → 동감 → 문제해결 → 요약

93. 텔레마케터가 전화응대시 두려움을 갖는 이유가 아닌것은?

- ① 외모에 대한 콤플렉스  
② 상담 기술 능력에 대한 자신감 결여  
③ 상품, 서비스 지식 부족  
④ 거절에 대한 불안감

94. 고객을 잘 관리하기 위하여 필요한 단계를 순서대로 바르게 나열한 것은 ?

- ① 고객확보 - 고객유지 - 고객고정화  
② 고객유지 - 고객확보 - 고객고정화  
③ 고객고정화 - 고객유지 - 고객확보  
④ 고객유지 - 고객고정화 - 고객확보

95. 자사 제품(서비스)에 대한 구매의사를 알수 없는 고객을 무엇이라 하는가?

- ① 구매용의자(suspect)  
② 구매가능자(prospect)  
③ 최초구매자(first time customer)  
④ 반복구매자(repeat customer)

96. 듣기의 일반적인 과정이 순서대로 나열된 것은?

- ① 응답-듣기-해석-평가                      ② 듣기-해석-평가-응답  
③ 듣기-평가-응답-해석                      ④ 응답-듣기-평가-해석

97. 고객응대 시 필요한 지식과 거리가 먼 것은?

- ① 고객의 구매심리 및 고객시장에 관한 지식  
② 제품 및 서비스에 관한 지식  
③ 통신시스템에 대한 전문적 지식  
④ 생산, 유통 과정과 품질에 관한 지식

98. 고객응대의 의미에 해당되지 않는 것은?

- ① 고객과의 1:1 의사소통이다.  
② 대화예절이 수반된다.  
③ 응대의 신뢰성과 전문성이 요구된다.  
④ 응대목적이 필요치 않다.

99. 텔레마케터가 고객의 욕구를 정확히 파악하고 고객의 문제를 신속하게 해결하기 위한 방법으로 적합한 것은?

- ① 고객이 사용하는 사투리, 속어 등을 사용함으로써 보다 친근하고 신속하게 응대한다.  
② 고객의 욕구를 정확히 파악하기 위해서는 고객의 이야기도중에 질문한다.  
③ 전달력을 높이기 위해 음성의 변화(음성의 고저, 장단, 강약 등)없이 말한다.  
④ 고객의 정확한 이해를 위해 통화의 끝부분에서 중요 부분을 요약하여 전달한다.

100. 인바운드 상담분야가 아닌 것은?

- ① 국가 및 공공단체의 민원접수처리  
② 주문접수처리  
③ 상품에 관한 문의상담  
④ 상품의 적극적인 판매와 홍보

전자문제집 CBT PC 버전 : [www.comcbt.com](http://www.comcbt.com)  
 전자문제집 CBT 모바일 버전 : [m.comcbt.com](http://m.comcbt.com)  
 기출문제 및 해설집 다운로드 : [www.comcbt.com/xe](http://www.comcbt.com/xe)

#### 전자문제집 CBT란?

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

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

오답 및 오탈자가 수정된 최신 자료와 해설은 전자문제집 CBT  
 에서 확인하세요.

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