

1과목 : 판매관리

1. 데이터베이스 마케팅에서 RFM분석에 대한 설명과 거리가 먼 것은?

- ① 구매최근성 - 얼마나 최근에 구매했는가?
- ② 구매빈도 - 일정기간 동안 얼마나 자주 자사제품을 구매했는가?
- ③ 구매액 - 일정기간 동안 얼마나 많은 액수의 자사제품을 구매했는가?
- ④ 구매방식 - 상담원을 통한 구매인가? 인터넷을 이용한 구매인가?

2. 아웃바운드 텔레마케팅의 판매촉진 강화를 위한 방안으로 잘못된 것은?

- ① 상담원은 고객의 요구만을 열심히 경청하게 한다.
- ② 상담원들에게 상품에 대한 사전지식을 철저히 준비토록 한다.
- ③ 고객에게 호감을 줄 수 있는 커뮤니케이션 기술을 갖추도록 한다.
- ④ 상담원은 고객의 반론에 대한 자연스러운 대응력을 갖추도록 한다.

3. DB마케팅의 특징으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객과의 1 대 1 관계 구축
- ② 쌍방향 의사소통
- ③ 단기간의 고객관리
- ④ 고객의 데이터베이스화

4. 고객관계관리(CRM)의 5대 요소에 해당되지 않는 것은?

- ① 제품판매과정의 자동화
- ② 기업 중심의 마케팅
- ③ 다양한 고객서비스 채널 제공
- ④ 최적의 온라인 서비스 제공

5. 현대 마케팅의 특징으로 가장 적당한 것은?

- ① 생산중심 마케팅
- ② 고압적 마케팅
- ③ 고객지향적 마케팅
- ④ 기업중심적 마케팅

6. ACD까지만 연결되고 상담원이 응답하기 전에 전화를 건 사람이 전화를 끊은 통화를 무엇이라 하는가?

- ① Abandon Call
- ② After Call
- ③ Auto Call
- ④ Average Call

7. 아웃바운드 텔레마케팅의 특징이 아닌 것은?

- ① 공격적이며 성과지향성이 강하다.
- ② 1 대 1 고객관계 개선과 차별적 대응이 가능하다.
- ③ 고정고객 관리와 고객이탈 방지의 효과가 크다.
- ④ 상품 판매만을 주목적으로 한다.

8. 아웃바운드에 대한 설명 중 옳은 것은?

- ① 인바운드와는 달리 수동적이고 소극적인 마케팅을 전개한다.
- ② 고객발굴 및 판매, 제품안내, 판매촉진, 사후관리 등을 위한 기업주도형 마케팅이다.
- ③ 고객으로부터의 문의, 항의, 주문 등을 위한 마케팅을 전개한다.
- ④ 주로 외부에서 걸려 오는 전화를 응대한다.

9. 특별히 훈련된 기업 내부 인력에 의해서 수행되며 사내에 콜센터 시스템을 갖추고 텔레마케팅을 운영하는 기업체를 무엇이라고 하는가?

- ① In-House TM
- ② Host TM
- ③ In-Bound TM
- ④ Out-Bound TM

10. 아웃바운드 TM의 대상인 고객의 정보에 대한 효율적인 관리 방법이 아닌 것은?

- ① 고객정보의 지속적인 확충
- ② 고객정보 및 속성별 질적 개선
- ③ 고객정보의 유출방지
- ④ 고객속성에 따른 획일적 대응

11. 고객이 상담원과 대화하기 이전에 대기하고 있는 총시간을 응답한 총 통화수로 나눈 값은?

- ① 평균마무리처리시간
- ② 평균통화시간
- ③ 표준작업일 평균통화수
- ④ 평균응대속도

12. 아웃바운드 판매전략의 일련과정이 바르게 나열된 것은?

- ① 잠재고객 특성 정의 → 잠재고객 파악 → 스크리닝 → 판매 → 사후관리
- ② 잠재고객 특성 정의 → 스크리닝 → 잠재고객 파악 → 판매 → 사후관리
- ③ 잠재고객 파악 → 잠재고객 특성 정의 → 스크리닝 → 판매 → 사후관리
- ④ 잠재고객 파악 → 스크리닝 → 잠재고객 특성 정의 → 판매 → 사후관리

13. 이전에 일체의 접촉이 없었던 상대방에게 전화에 의한 판매나 프로모션을 실시하는 것을 지칭하는 용어는?

- ① Cold Call
- ② Burn-out
- ③ Repeat Call
- ④ Call Blending

14. 마케팅 개념 중 아웃바운드 텔레마케팅을 활용하는 마케팅이라고 볼 수 없는 것은?

- ① TV광고 마케팅
- ② 1 대 1 마케팅
- ③ 데이터 베이스 마케팅
- ④ 다이렉트 마케팅

15. 아웃바운드 텔레마케팅의 7단계 판매과정 중 전화 전 계획과 관계가 없는 사항은?

- ① 고객에 대한 정보의 검토
- ② 전화를 건 목적의 설명
- ③ 전화를 하는 목적의 검토
- ④ 전화를 걸기 위한 마음의 준비

16. 고객의 부재로 인해 통화가 항상 성공하는 것이 아니기 때문에 다음 통화에서는 성공할 수 있도록 사전에 예상 접촉 가능시각을 미리 준비하는 콜은?

- ① Unattended Call
- ② Cold Call
- ③ Handled Call
- ④ Scheduled Call

17. 마케팅 요소 중 '4Ps'가 아닌 것은?

- ① Product
- ② Person
- ③ Promotion
- ④ Place

18. 데이터베이스 마케팅에서 사용되는 데이터마이닝에 대한 내

용으로 옳지 않은 것은?

- ① 데이터마이닝은 데이터웨어하우스를 구축한 다음 정보분석과정을 거쳐 경영전략을 지원하는 정보를 추출하는 것이다.
- ② 데이터마이닝은 일종의 데이터분석기법이다.
- ③ 대용량의 고객데이터 분석이 복잡하여 고객데이터의 활용도를 저하시켰다.
- ④ 데이터마이닝은 데이터 변수 간의 통계적인 상관관계분석이나 시계열분석 등이 이루어지는 다양한 통계처리과정을 말한다.

19. 고객로열티 형성에 영향을 미치는 요소가 아닌 것은?

- ① 구매횟수 ② 구매방법
- ③ 회사 기여도 ④ 이용기간과 실적

20. 고객관계관리(CRM)의 기본원칙이 아닌 것은?

- ① 고객의 정보를 전략적으로 활용하고 이 정보를 기업의 지적 자산으로 관리할 수 있어야 한다.
- ② 관계(Relationship)를 프로세스(Process)로 인식해 고객을 지원하고 고객을 위한 활동이 원 스톱 서비스(One Stop Service) 체계로 전환될 수 있어야 한다.
- ③ 고객관계관리(CRM)의 원칙은 상품판매만을 목적으로 하고 있다.
- ④ 회사의 가치는 CRM의 가치, 즉 고객의 가치와 주주가 요구하는 가치가 균형을 이루어야 한다.

21. 고객 데이터베이스를 분석하는 기법에 대한 설명으로 잘못된 것은?

- ① 회귀분석 - 영향을 주는 변수와 영향을 받는 변수가 서로 선형관계가 있다고 가정하여 이루어지는 분석방법
- ② 판별분석 - 집단 간의 차이가 어떠한 변수에 의해 영향을 받는가를 분석하는 방법
- ③ 군집분석 - 여러 대상들을 몇 개의 변수를 기초로 서로 비슷한 것끼리 묶어주는 분석방법
- ④ RFM - 고객의 제품선택 특성을 중심으로 분석하는 방법

22. 측정의 신뢰도와 타당도에 관한 설명 중 틀린 것은?

- ① 타당도는 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하였는가의 정도를 의미한다.
- ② 신뢰도는 측정치와 실제치가 얼마나 일관성이 있는지를 나타내는 정도이다.
- ③ 신뢰도가 높아도 반드시 측정의 타당도가 높은 것은 아니다.
- ④ 내적 타당도와 외적 타당도는 상충관계가 전혀 없다.

23. 아웃바운드 텔레마케팅에 해당되지 않는 것은?

- ① 대금 회수 ② 고객불만 접수
- ③ Happy Call ④ 계약 갱신

24. 아웃바운드 TM시 고객에게 전화를 할 때 유의할 사항과 거리가 먼 것은?

- ① 고객에게 전화를 건 목적과 이유를 먼저 설명한다.
- ② 상품의 기본적인 강점을 먼저 설명하고 부차적인 내용을 설명한다.
- ③ 고객이 구매할 수 있도록 동기부여를 시킬 수 있어야 한다.
- ④ 고객이 구매 결정을 하면 즉시 전화를 끊고 다음 고객정보를 모니터링하여 전화 준비를 한다.

25. 상품의 수명주기(PLC : Product Life Cycle)의 순서로 옳바른 것은?

- ① 도입기 → 성숙기 → 성장기 → 포화기 → 쇠퇴기
- ② 도입기 → 성장기 → 포화기 → 성숙기 → 쇠퇴기
- ③ 도입기 → 성장기 → 성숙기 → 포화기 → 쇠퇴기
- ④ 도입기 → 성숙기 → 포화기 → 성장기 → 쇠퇴기

2과목 : 시장조사

26. 다음에서 설문지 작성과정을 올바르게 표현한 것은?

- ㉠ 사전테스트
- ㉡ 질문작성
- ㉢ 질문내용 결정
- ㉣ 설문인쇄
- ㉤ 질문순서 결정

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

27. 다음 설문의 내용을 보고 설문지 작성의 어떤 점을 유의하여야 하는가?

태아에 좋지 않은 영향을 미치는 담배를 여성이 피우는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?
 ㉠ 매우 부정적이다.
 ㉡ 부정적이다.
 ㉢ 긍정적이다.
 ㉣ 긍정도 부정도 아니다.
 ㉤ 매우 긍정적이다.

- ① 응답자를 비하하거나 무시하는 표현 금지
- ② 응답하기 곤란한 질문은 간접적으로 질문
- ③ 사실을 비화한 허구적 질문
- ④ 유도 또는 강요하는 표현 금지

28. 시장조사에서 흔히 이용되고 있는 투사법에 속하는 기법으로 어떤 주제나 제품 등에 관한 일련의 만화나 그림을 모아 하여 응답자에게 보여주고 이야기를 하도록 함으로써 그것에 대해 어떤 감정을 가지고 있는가를 알아내는 방법은?

- ① 통각시험법(Thematic Apperception Test)
- ② 단어연상법(Word Association Test)
- ③ 문장완성법(Sentence Completion Test)
- ④ 만화완성법(Cartoon Completion Test)

29. 다음은 어느 유형의 응답 형태에 속하는가?

질문 : 당신이 가장 좋아하는 스타일의 구두는 어떤 것입니까?
 답변 : 저는 굽이 낮고 검은색 구두를 선호합니다.

- ① 자유응답형 ② 다지선다형

③ 양자택일형

④ O·X형

30. 시장조사방법 중 전화조사의 장점은?

- ① 응답자 개인당 비용이 전화조사가 우편조사보다 많이 소요된다.
- ② 우편조사보다는 전화조사가 조사결과를 얻는 데 소요되는 시간이 짧다.
- ③ 전화조사에는 면접자의 편견이 개입될 가능성이 높다.
- ④ 응답률이 우편조사보다 전화조사가 매우 낮다.

31. 자동 전화조사방법의 종류가 아닌 것은?

- ① CATI(Computer Assisted Telephone Interviewing)
- ② UMS(Unified Massaging System)
- ③ ARS(Auto Response System)
- ④ PD(Predictive Dialing)

32. 비확률표본추출법에 해당되는 표본추출의 종류는?

- ① 단순무작위표본추출법
- ② 층화표본추출법
- ③ 군집표본추출법
- ④ 할당표본추출법

33. 다음에서 설명하는 과학적 접근방법은 무엇인가?

A : 모든 사람은 죽는다.
B : 영철이는 사람이다.
C : 그러므로 영철이는 죽는다.

- ① 귀납법
- ② 논리적 실증주의
- ③ 반증주의
- ④ 연역법

34. 설문지를 이용한 서베이(Survey) 방법에 해당되지 않는 것은?

- ① 대인면접법
- ② 전화면접법
- ③ 우편조사법
- ④ 심층면접법

35. 소비자행동조사의 설명으로 옳바른 것은?

- ① 소비자의 행위결과는 물론 인지적 과정, 그리고 보다 심층적인 조사가 이루어진다.
- ② 소비자가 실제로 어떤 상품을 어떻게 소비 또는 사용하고 있는가에 대해 직접 체험하는 것이다.
- ③ 기존 통계 등을 사용하여 변수를 교차시켜 밝혀낸다.
- ④ 과거로부터의 정보만을 기반으로 결론을 산출한다.

36. 시장조사를 하는 과정의 순서로 옳바른 것은?

- ① 문제의 정의 → 조사실시 → 조사설계 → 조사 결과의 해석 및 보고
- ② 문제의 정의 → 조사설계 → 조사 결과의 해석 및 보고 → 조사실시
- ③ 조사실시 → 조사설계 → 문제의 정의 → 조사 결과의 해석 및 보고
- ④ 문제의 정의 → 조사설계 → 조사실시 → 조사 결과의 해석 및 보고

37. 설문지를 통해 자료를 수집하는 방법 중에 조사상황에 따라 신속하게 질문방법, 절차, 순서, 내용을 바꿀 수 있는 자료수집 방법은?

- ① 개인면접법
- ② 전화조사방법
- ③ 우편조사방법
- ④ 인터넷조사방법

38. 마케팅 조사설계의 기본요소로서 일반적으로 마케팅 관리자가 통제하는 변수이다. 이 변수는 관찰하고자 하는 현상의 원인이라고 가정한 변수이다. 이 변수를 무엇이라 하는 가?

- ① 결과변수
- ② 종속변수
- ③ 외생변수
- ④ 독립변수

39. 설문지 작성시 고려해야 할 원칙 중 옳지 않은 것은?

- ① 다지선다형 응답에서는 가능한 응답을 모두 제시해 주어야 한다.
- ② 응답항목들 간에 그 내용이 중복되지 않도록 한다.
- ③ 사용하는 단어는 가능한 여러 가지 뜻으로 해석될 수 있는 것을 사용해야 한다.
- ④ 대답을 유도하는 질문을 해서는 절대 안 된다.

40. 시장조사에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 시장조사에 있어 특정한 분석모델은 없다.
- ② 시장조사는 고객의 욕구와 문제를 파악하고, 성장기회를 포착하기 위해 이용된다.
- ③ 시장조사의 분석자료는 의사결정에만 이용된다.
- ④ 시장조사는 상품이 완성된 후 실시한다.

41. 사전조사에 관한 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 몇몇 응답자 표본을 선정하여 미리 조사해 보는 것이다.
- ② 전화를 이용한 사전조사시 부적절한 단어와 문장은 사용하지 않아야 한다.
- ③ 전화질문서의 적절성을 조사 전에 예비적으로 실시해 보는 것이다.
- ④ 사전조사는 전화조사의 효율성과 비전략화에 도움이 도움이 된다.

42. 과학이 가지는 하위목표는 현실세계의 문제해결을 위해 적용될 수 있는 범위 혹은 한계를 의미하는데, 이는 다음 중 무엇을 가리키는가?

- ① 일반화
- ② 예 측
- ③ 통 제
- ④ 설 명

43. 고객만족도 조사의 3원칙이 아닌 것은?

- ① 계속적으로 실시되어야 한다.
- ② 정량적으로 표현되어야 한다.
- ③ 정확하게 실시되어야 한다.
- ④ 소극적으로 조사되어야 한다.

44. 2차 자료를 분류하는 방법 중에 자료원에 따라 내부자료와 외부자료로 구분할 수 있다. 외부의 독립적인 조사기관들이 영리를 목적으로 특정한 자료를 수집·가공하여 특정 기업이나 기관에 판매하는 상업용 자료는?

- ① 신디케이트 자료원
- ② 정부기관 간행물
- ③ 기타 자료원
- ④ 편람(Handbook)

45. 과학적 접근법으로서 사회조사분석에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 통계적 방법을 사용한다.
- ② 지적인 오류를 피하고자 하는 시도이다.
- ③ 사회현상에 대한 이해를 바탕으로 한 지식을 축적한다.
- ④ 이미 검증된 사실을 규명한다.

46. 텔레마케터가 사전조사를 실시할 때 고려해야 할 점으로 옳은 것은?

- ① 사전조사시 선정할 응답자수는 크게 중요하지 않다.
- ② 사전조사의 응답자는 본 조사의 응답자특성과 비슷해야 한다.
- ③ 사전조사 시간은 본 조사의 3배 정도가 적당하다.
- ④ 사전조사 실시 후 점검시에는 질문의 배열상태만 점검하면 된다.

47. 전화조사의 단점을 잘못 설명한 것은?

- ① 조사자에 대한 통제가 어렵다.
- ② 미등재 전화번호의 비중이 크다.
- ③ 전화번호의 정확성이 떨어진다.
- ④ 응답자가 시간의 제한을 받을 경우에는 중단될 수 있다.

48. 전화조사시 전화번호부에 등재되지 않은 가구가 전체 모집단에서 상당부분을 차지 한다고 할 때 사용하는 특수한 표본추출기법은?

- ① SDD(Systematic Digit Dialing)
- ② RDD(Random Digit Dialing)
- ③ PDS(Purposive Dial Sampling)
- ④ QDD(Quota Digit Dialing)

49. 전화면접자의 기본자세가 아닌 것은?

- ① 정확한 단어와 정돈된 말투를 사용한다.
- ② 한 질문에 두 가지 이상의 내용을 포함하지 않도록 한다.
- ③ 정보파악을 위해 매우 세밀하고 자세히 질문한다.
- ④ 부정이나 긍정을 유도하는 질문은 하지 않는다.

50. 표본추출을 할 때 가장 먼저 해야 할 것은?

- ① 모집단 규정 ② 표본크기 산출
- ③ 표본체계 확인 ④ 표본할당

3과목 : 텔레마케팅관리

51. 텔레마케팅 용어에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① ACD(Automatic Call Distributor) - 상담원에게 균등하게 Call Transfer한다.
- ② VMS(Voice Mail System) - 상담원에게 메시지를 남기는 기능
- ③ ANI(Automatic Number Identification) - 외부에서 걸려온 전화번호를 추적하는 기능
- ④ ASR(Automatic Speech Recognition) - 외부에서 전화가 걸려오면 자동으로 응답하는 서비스

52. 텔레마케터에게 요구되는 자질로 옳지 않은 것은?

- ① 정확한 발음과 음성 ② 훌륭한 청취력과 이해심
- ③ 과도한 경쟁심 ④ 조직 적응력

53. 고객 지향적 상담화법 중 성공적으로 대화를 이끌어 내는 대화법으로 적절하지 않는 방법은?

- ① 완전한 문장 사용보다는 생략하는 문장을 사용한다.
- ② 가벼운 유머와 칭찬화법으로 상대의 마음을 연다.
- ③ 자신감 있고 확신에 찬 말씨를 사용한다.

④ 적절한 맞장구 표현

54. 모니터링 평가요소로 부적합한 것은?

- ① 음성의 친절성 ② 업무의 정확성
- ③ 응대의 신속성 ④ 근태(勤怠)의 성실성

55. 콜센터의 생산성향상을 저해하는 요소가 아닌 것은?

- ① 텔레마케터의 높은 이직률
- ② 시스템의 미비
- ③ 스크립트 개발
- ④ 콜센터 관리자의 지원 부족

56. 텔레마케팅을 위한 스크립트의 작성방법 중 응답되는 내용을 '예 / 아니오'식으로 나누고 이에 따라 다음의 질문이나 설명이 뒤따르도록 작성하는 방식은?

- ① 회화식 ② 질문식
- ③ 차트식 ④ 혼합식

57. 콜센터 시스템의 구성 요소가 아닌 것은?

- ① PSTN(Public Switched Telephone Network) 장비
- ② CTI(Computer Telephony Integration) 장비
- ③ ATM(Asynchronous Transfer Mode) 장비
- ④ ACD(Automatic Call Distribution) 장비

58. 텔레마케팅의 특성이 아닌 것은?

- ① 쌍방향으로 이루어진다. ② 비용 대비 효과가 낮다.
- ③ 도입이 용이하다. ④ 고객정보를 근간으로 한다.

59. 가장 바람직한 교육형태는?

- ① 강사 중심으로 진행되는 강의식 교육
- ② 의무적으로 참여하도록 하는 교육
- ③ 지식 전달만 중점적으로 교육
- ④ 스스로 생각하고 느끼게 하는 교육

60. 상담원 채용시 고려해야 할 사항으로 옳지 않은 것은?

- ① 주요 대상고객 특성 ② 기존 상담원 특성
- ③ 상품 / 서비스 특성 ④ 인사 담당자의 주관적 특성

61. 콜센터 시스템 중에서, 모든 콜에 대하여 모니터링된 데이터를 저장하여 콜처리통계 및 상담이력 현황을 관리하며, 각종 아웃바운드 서비스를 위한 콜센터 운영데이터를 관리하는 장비는?

- ① 교환기 ② 자동호분배기
- ③ DB서버 ④ 녹음장비

62. 콜센터의 기대효과로 볼 수 없는 것은?

- ① 업무통계처리로 인건비, 부대비용 부담 증대
- ② 고객 요구사항의 신속한 처리
- ③ 기업의 서비스에 대한 고객의 이미지 증대
- ④ 데이터베이스마케팅을 통한 잠재고객 창출

63. 고객리스트가 데이터베이스로 형성되어 있어 상담원이 고객을 선택하면 자동적으로 전화를 걸어주는 기능을 무엇이라고 하는가?

- ① Progressive Dialing ② Power Dialing

- ③ Predictive Dialing ④ Preview Dialing

64. 텔레마케터의 성과관리를 위한 목표 결정시 유의할 사항으로 적합하지 않는 것은?

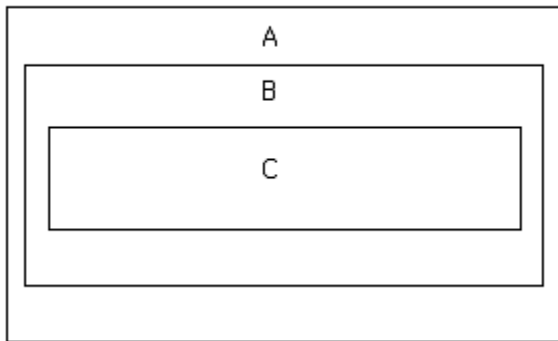
- ① 목표를 구체적 행동으로 기술한다.
 ② 목표는 가능한 아주 높은 수준으로 결정한다.
 ③ 목표 달성 여부를 측정할 수 있어야 한다.
 ④ 목표 달성 시점이 명시되어야 한다.

65. 텔레마케팅에서 지향하는 마케팅 전략을 바르게 설명한 것은?

- ① 판매 중심적 마케팅 전략 ② 고객 중심적 마케팅 전략
 ③ 제품 중심적 마케팅 전략 ④ 기업 중심적 마케팅 전략

66. 다음은 마케팅의 몇 가지 개념 간의 포함관계를 나타낸 그림이다. A, B, C의 위치에 맞는 개념이 A-B-C 순으로 올바르게 나열된 것은?

<마케팅의 개념간 관계>



- ① A - 마케팅, B - 다이렉트마케팅, C - 텔레마케팅
 ② A - 다이렉트마케팅, B - 텔레마케팅, C - 마케팅
 ③ A - 텔레마케팅, B - 마케팅, C - 다이렉트마케팅
 ④ A - 다이렉트마케팅, B - 마케팅, C - 텔레마케팅

67. 텔레마케팅에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 정보통신 기술을 활용한다.
 ② 훈련받은 인적 자원에 의해 이루어진다.
 ③ 시간을 효과적으로 관리하기가 어렵다.
 ④ 기업의 마케팅 활동에 다양하게 사용될 수 있다.

68. 모니터링의 진정한 목적이 아닌 것은?

- ① 상담원의 통화품질 평가
 ② 상담원의 스킬 향상
 ③ 고객 만족과 로열티, 수익성 향상을 위한 관리 수단
 ④ 상담원의 실적 관리 및 통제수단

69. OJT에 관한 설명에 해당하지 않는 것은?

- ① OJT는 On the Job Training의 약자이다.
 ② 업무 중심의 현장훈련을 의미한다.
 ③ 대체로 오리엔테이션은 강의식(講義式)에 의존한다.
 ④ 사례에 의한 훈련은 OJT에 해당하지 않는다.

70. 콜센터 리더의 능력으로 옳지 않은 것은?

- ① 직원 교육훈련 능력 및 마케팅 전략 수립능력
 ② 끊임없는 자기개발 및 원만한 인간관계

- ③ 해당업무에 대한 지식과 변화에 따른 유연한 사고 방식
 ④ 상담원의 승진 인사에 대한 주관적인 판단 및 통솔력

71. 리더십 역량을 측정하는 용어 중 올바르게 설명되지 않은 것은?

- ① Clarity(명확성) - 의사소통시 명확한 자신의 의사를 전달하여 직원이 혼란스럽거나 추측하지 않도록 하는 역할
 ② Confidence-building(신뢰성) - 리더의 권력을 인정함으로써 그들이 리더와 자신의 일에 대해 신뢰하게 하는 역할
 ③ Perspective(균형 잡힌 시각) - 전체 업무에 대한 왜곡되지 않은 시각을 견지하는 역할
 ④ Involvement(참여) - 직원들이 그들의 일을 스스로 판단해서 할 수 있도록 허락하는 역할

72. 텔레마케팅을 실시할 때 고객과의 커뮤니케이션을 원활히 진행시키기 위한 도구는?

- ① 슈퍼바이저(Supervisor) ② 모니터링(Monitoring)
 ③ 스크립트(Script) ④ 스크리닝(Screening)

73. 텔레마케터의 능력개발을 위한 교육방법으로 부적합한 것은?

- ① 신상품이 출시될 경우 스크립트를 개발하여 제공한다.
 ② 정기적인 모니터링을 통해 개인별 코칭을 실시한다.
 ③ 업무지식을 충분히 익힐 수 있도록 전문지식만을 선별하여 교육한다.
 ④ 업무에 따른 표준 매뉴얼을 제공한다.

74. 다음과 같은 역할을 하는 콜센터 구성원은?

- 콜센터 관리자를 보조하며 텔레마케터들을 직접 관리·지휘
 - 텔레마케터들의 이직률 관리 업무를 중점적으로 수행함
 - 텔레마케팅 스크립트의 작성 및 개선 작업을 수행
 - 현장에서 텔레마케터들에 대한 교육·코칭 실행

- ① 슈퍼바이저 ② 모니터링 담당자
 ③ 인사 / 채용 담당자 ④ 통화 품질 관리자

75. 텔레마케터의 상담내용을 모니터링하여 상담원의 평가를 통하여 상담품질을 향상시키는 업무를 담당하는 사람을 표현하는 용어는?

- ① ATT(Average Talk Time)
 ② QC(Quality Control)
 ③ QAA(Quality Assurance Analyst)
 ④ CMS(Call Management System)

4과목 : 고객응대

76. 고객의 불만족을 처리하는 태도로 옳지 않은 것은?

- ① 먼저 사과해야 한다.
 ② 천천히 해결하도록 한다.
 ③ 원인을 규명해 고객에게 알려주어야 한다.
 ④ 고객과 논쟁을 하려고 하면 절대 안 된다.

77. 주문접수 처리에 요구되는 사항과 거리가 먼 것은?

- ① 고객번호, 전화번호 등 고객데이터의 정확한 작동과 관리가 이루어져야 한다.
- ② 고객의 기본이력을 통해 그 고객의 특성을 이해하여 신상정보 DB를 상업적으로 이용한다.
- ③ 문의나 요구사항, 접수에 대해서는 전화를 받는 사람이 즉시 원터치 중심으로 처리할 수 있어야 한다.
- ④ 고객관리에서 가장 기초적인 고객정보 화면의 신규입력과 수정입력이 용이하게 이루어져야 한다.

78. 텔레마케터가 말하는 간격을 통해 의미를 강조하고 고객에게 효과적으로 전달하고자 하는 기법으로 쉼표에서는 한 박자, 문장을 마친 뒤에는 두 박자 정도의 차이를 두는 기법은?

- ① 산울림법 ② 휴지(Pause)기법
- ③ 예화법 ④ 자료전환제시법

79. Werhnhch & Koontz의 커뮤니케이션 과정 모델에 따른 커뮤니케이션 과정이 올바르게 나열된 것은?

- ① 발신 → 해독 → 이해 → 메시지 → 기호화 → 수신
- ② 발신 → 이해 → 기호화 → 메시지 → 해독 → 수신
- ③ 발신 → 해독 → 기호화 → 메시지 → 수신 → 이해
- ④ 발신 → 기호화 → 메시지 → 수신 → 해독 → 이해

80. 제품을 판매하거나 서비스를 제공하는 과정에서 관련되는 다른 제품이나 서비스에 대하여 판매를 유도하고 촉진시키는 마케팅 기법으로 인바운드 고객 상담시 많이 행해지는 기법은?

- ① 플러스 셀링(Plus Selling)
- ② 크로스 셀링(Cross Selling)
- ③ 추가 셀링(Additional Selling)
- ④ 협력 셀링(Cooperative Selling)

81. 고객이 느끼는 정신적·육체적 상황을 의미하는 용어는?

- ① CAT(Computer Assisted Telemarketing)
- ② CPA(Call Progress Analysis)
- ③ CSP(Customer Situation Performance)
- ④ CSR(Customer Service Representative)

82. 고객 불평·불만을 처리함으로써 얻을 수 있는 효과로 옳지 않은 것은?

- ① 고객으로부터 신뢰를 얻음으로써 구전효과를 꾀할 수 있다.
- ② 마케팅 및 경영활동에 유용한 정보로 활용할 수 있다.
- ③ 법적 처리 등 사후 비용이 더욱 늘어나 장기적으로 회사의 손실을 초래할 수 있다.
- ④ 고객유지율 증가로 장기적·지속적인 이윤을 높일 수 있다.

83. 대인커뮤니케이션의 설명으로 틀린 것은?

- ① 설득 커뮤니케이션은 크게 마케팅 커뮤니케이션, PR 커뮤니케이션, 선전 커뮤니케이션으로 이루어진다.
- ② 마케팅 커뮤니케이션은 광고, 대인판매, 판매촉진 커뮤니케이션으로 이루어진다.
- ③ 1 : 1 커뮤니케이션이란 여러 사람을 대상으로 메시지를 주고받는 것을 의미한다.

- ④ 텔레마케팅은 마케팅 커뮤니케이션의 일종이며, 비대면 접촉을 중시한다.

84. 성공적인 세일즈 화법으로 옳지 않은 것은?

- ① 상품서비스의 이익과 장점을 반복하여 고객이 납득할 수 있게 설명한다.
- ② 왜 고객에게 지금 이익이 되는가를 집중 설명한다.
- ③ 고객과 통화해야 하는 이유를 사전에 미리 이야기하여 고객과 친밀감을 조성한다.
- ④ 어떠한 상황에서도 동일한 응대과정을 갖는다.

85. 인바운드 고객상담의 활용분야로 적절하지 못한 것은?

- ① 기업의 제품, 서비스 개선에 피드백으로 활용
- ② 고객 클레임 처리
- ③ 신상품 홍보, 상품이미지 조사
- ④ 고객문의사항, 소비자고발 접수

86. 서비스에 대한 설명으로 적합하지 않은 것은?

- ① 고객만족을 위한 종합예술이다.
- ② 고객의 오감을 만족시키는 것이다.
- ③ 보이지 않는 고객의 마음까지 읽는 것이다.
- ④ 고객의 마음을 얻기 위해 순종하는 수직적 인간관계이다.

87. CTI(Computer Telephony Integration)솔루션의 도입시 이점에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 컴퓨터와 콜을 처리하는 교환기가 상호 연결되어 각종 콜과 데이터베이스와 연동이 가능하게 되었다.
- ② CTI 도입으로 고객에게 자동으로 전화를 걸고 해당 고객의 정보를 상담원의 화면에 나타내 줌으로써 공격적인 마케팅이 가능하게 되었다.
- ③ 상담 내용이 자동으로 모니터링되어 업무 효율성을 높일 수 있게 되었다.
- ④ 콜을 균등하게 연결해 주는 ACD(Automatic Call Distribution) 기능이 가능하게 되었다.

88. 구매유도를 위한 고객응대 요소가 아닌 것은?

- ① 구매계획과 구매목표 간파
- ② 상품선택을 위한 구체적인 정보 제공
- ③ 구매판단 기준 제공
- ④ 가망고객에 대한 소극적인 설득

89. 인바운드 고객상담시 고객에게 전달할 수 있는 적절한 반응이 아닌 것은?

- ① 고객과의 대화 중 무언응대
- ② 적절한 호칭 사용
- ③ 공감의 표현
- ④ 반론에 대한 적절한 설득

90. TM 분류에 관한 표이다. 다음 중 이동전화를 사용하는 고객들이 부가 서비스를 받고자 할 때 해당되는 부분은?

- ① 은 행 ② 학습지 보험
- ③ 고객상담실 일반적 문의 ④ 연체관리 Happy Call

91. 고객서비스의 금기사항과 효과적인 대응방법이 잘못 연결된 것은?

- ① 저는 모릅니다. → 제가 알아보겠습니다.
 ② 저의 잘못이 아닙니다. → 저희 관리자와 상의하십시오.
 ③ 다시 전화 주십시오. → 제가 다시 전화 드리겠습니다.

④ 진정하세요. → 죄송합니다.

92. 커뮤니케이션의 기능으로 맞는 것은?

- ① 정확한 정보를 얻기 위해서는 무조건적인 경청훈련을 해야 한다.
 ② 조직 내에서 의사결정을 하는 데 중요한 역할을 한다.
 ③ 외국어는 중요한 정보획득 수단으로 볼 수 없다.
 ④ 설득은 커뮤니케이션 기능으로 볼 수 없다.

93. 소비자의 의사결정단계로 올바른 것은?

- ① 구매계획 → 목표의 명료화 → 정보탐색 → 상품대안평가 → 구매결정 → 구매 → 구매 후 평가
 ② 구매계획 → 구매결정 → 상품대안평가 → 정보탐색 → 목표의 명료화 → 구매 → 구매 후 평가
 ③ 구매계획 → 상품대안평가 → 목표의 명료화 → 정보탐색 → 구매결정 → 구매 → 구매 후 평가
 ④ 구매계획 → 구매결정 → 구매 → 상품대안평가 → 목표의 명료화 → 정보탐색 → 구매 후 평가

94. 인바운드 텔레마케팅의 도입 절차로 맞는 것은?

- ① 소비자 정보수집 경로 검토 → 텔레마케터 요원 선발 → DB 적용하여 표준화된 스크립트 작성 → 효과 측정
 ② 텔레마케터 요원 선발 → DB 적용하여 표준화된 스크립트 작성 → 효과 측정 → 소비자 정보수집 경로 검토
 ③ 효과 측정 → 소비자 정보수집 경로 검토 → 검토 텔레마케터 요원 선발 → DB 적용하여 표준화된 스크립트 작성
 ④ DB 적용하여 표준화된 스크립트 작성 → 효과 측정 → 소비자 정보수집 경로 검토 → 텔레마케터 요원 선발

95. 서비스평가의 측정요소가 아닌 것은?

- ① 신뢰성 ② 응대성
 ③ 확산성 ④ 허구성

96. 기업의 서비스경쟁력을 확보하기 위한 개인의 노력에 해당되지 않는 것은?

- ① 내부고객과의 협력보다는 외부고객의 확보와 관리에 모든 노력을 기울인다.
 ② 다양한 상황에 대응할 수 있는 유연성을 기른다.
 ③ 문제해결과 개선을 위한 창의력 개발에 힘쓴다.
 ④ 새로운 업무지식에 대한 교육훈련을 자발적으로 참여한다.

97. 고객이 기업과 만나는 모든 장면에서 기업에 대한 고객의 경험과 인지에 영향을 미치는 결정적인 순간을 의미하는 용어는?

- ① CRM(Customer Relationship Management)
 ② MOT(Moments Of Truth)
 ③ MIS(Marketing Information System)
 ④ CSM(Customer Satisfaction Management)

98. 스크립트의 필요성에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 고객맞춤 서비스 제공 ② 상담능력 향상 및 보완
 ③ 동기 부여 ④ 스트레스 해소

99. 컴플레인 고객응대의 기본원칙에서 위배되는 사항은?

- ① 고객의 입장에서 고객을 위한 방향으로 상담한다.
 ② 고객의 감정을 극대화시켜 전화를 먼저 끊게 한다.
 ③ 고객의 입장에 대해 공감을 표시하여 불만스러운 마음을 풀어준다.
 ④ 고객의 반말이나 높은 언성, 행동 등에 화를 내거나 개인적인 말을 하지 않는다.

100. 텔레마케터의 마인드 컨트롤에서 고객에게 신뢰감을 주기 위한 마인드로 부적절한 것은?

- ① 상생과 조화 ② 상호이익
 ③ 배려와 동감 ④ 견제와 균형

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