

1과목 : 판매관리

- 고객과의 통화시 제품(서비스)에 대한 이용가능성, 구매 행동의 변화 등의 신호나 암시를 의미하는 것을 무엇이라 하는가?
① 동기유발(Motivation) ② 히트(Hit)
③ 실마리(Cue) ④ 의사소통(Communication)
- 아웃바운드 텔레마케팅의 특성과 거리가 먼 것은?
① 고객에게 전화를 거는 능동적, 공격적, 성과지향적 마케팅이다.
② 대상고객의 명단이나 데이터가 있어야 한다.
③ 데이터베이스마케팅 기법을 활용하면 더욱 효과적이다.
④ 기존고객관리에는 매우 효율적인 반면 신규고객관리는 잘 안 된다.
- CRM에 대한 설명으로 적절치 않은 것은?
① 고객관계관리를 의미한다.
② Customer Relationship Management의 약어이다.
③ 고객지향적인 경영기법의 하나이다.
④ 단기적인 신뢰구축에 의미를 부여한다.
- 아웃바운드 텔레마케팅을 실행하기 위한 준비과정으로 틀린 것은?
① 다른 마케팅 매체와는 함께 사용하지 않도록 한다.
② 고객 반응을 예상하여 스크립트를 마련한다.
③ 고객 DB를 사전 테스트하여 반응도를 분석한다.
④ 성과에 따른 적절한 보상프로그램을 마련한다.
- 데이터베이스는 크게 고객속성과 거래속성으로 구분되는데 고객속성의 종류가 아닌것은?
① 직 업 ② 연 령
③ 구입의도 ④ 주 소
- 고객 데이터베이스를 분석하는 기법에 대한 설명으로 잘못된 것은?
① 회귀분석 - 영향을 주는 변수와 영향을 받는 변수가 서로 선행관계가 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 - 제품에 대한 특성을 중심으로 분석하는 방법
- 데이터베이스 마케팅에 포함되는 내용이 아닌 것은?
① 고객의 특징과 구매 이력 분석 ② 매스 마케팅
③ 고객의 브랜드 충성도 분석 ④ 맞춤정보 제공
- 다음이 설명하고 있는 것은?
- 긍정적 답변의 수
- 부재 중 반응의 통화수
- 완결된 통화수
- 무응답 통화수
- 통화 중 표시 통화수

- CID(Call Identity Delivery)
② CL(Compiled List)
③ CCR(Communicator Call Report)
④ CAT(Computer Assisted Telemarketing)
- CRM을 통한 기업의 핵심과제가 아닌 것은?
① 특정사업에 적합한 소비자 가치를 규명한다.
② 각 고객집단이 가진 가치의 상대적 중요성을 인지한다.
③ 고객이 원하는 방법으로 가치를 충족시킨다.
④ CRM을 통해 텔레마케팅의 기술적 장비 및 시스템을 구축한다.
- 아웃바운드 텔레마케팅의 특성으로 옳지 않은 것은?
① 기존고객이나 잠재고객에게 전화를 거는 형태이다.
② DB관리를 통한 적합한 대상 선정이 중요하다.
③ 인바운드 텔레마케팅보다 비용이 항상 많이 든다.
④ 전문적인 텔레마케터가 요구된다.
- 자사의 제품이나 서비스를 알고는 있으나 아직 구매 행동으로까지 연결되지 않았고 마케팅이나 접촉활동을 전개하면 고객으로서 흡입이 가능하다고 예상되는 고객을 무엇이라고 하는가?
① 비활동고객 ② 로열티고객
③ 단골고객 ④ 가망고객
- 아웃바운드 텔레마케팅 판매 전략 중 고객 관리에 해당하는 것은?
① Market Research ② List Screening
③ Cross Sale ④ Indirect Survey
- 발달된 정보기술을 이용하여 다양한 고객 정보를 효과적으로 획득하고 분석하며 신규고객의 확보보다는 이탈 방지, 즉 고객유지에 비중을 두는 마케팅은?
① 게릴라 마케팅 ② 데이터베이스 마케팅
③ 인다이렉트 마케팅 ④ 네트워크 마케팅
- 계속적으로 걸려오는 전화를 해당 시점에서 비어있는 곳이나 다른 응대를 위해 단순하게 대기하고 있는 상담요원에게 순차적으로 균등 배분하는 장치를 무엇이라 하는가?
① ACR ② ACD
③ ADA ④ ASA
- 데이터베이스 마케팅에 활용되는 고객자료를 데이터마이닝하는 과정을 순서에 따라 올바르게 나열한 것은?

- ㉠ 데이터마이닝
㉡ 해석 및 평가
㉢ 변환
㉣ 문제정의
㉤ 선별/정제
㉥ 통합

- ㉠ - ㉡ - ㉢ - ㉣ - ㉤ - ㉥
- ㉡ - ㉢ - ㉣ - ㉠ - ㉤ - ㉥
- ㉢ - ㉤ - ㉠ - ㉡ - ㉥ - ㉣
- ㉤ - ㉢ - ㉣ - ㉠ - ㉡ - ㉥

16. 아웃바운드 텔레마케터가 갖추어야 할 자질로 볼 수 없는 것은?
 ① 정확한 발음과 구술능력 ② 경제 시사 상식
 ③ 호감가는 외모 ④ 제품·서비스 지식
17. 고객리스트 관리에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
 ① 고객정보의 지속적인 업그레이드가 중요하다.
 ② 고객속성별 차별적 고객응대가 가능하도록 한다.
 ③ 오래된 리스트나 틀린 정보는 마케팅 비용 측면에서 효율적이지 못하다.
 ④ 전산을 이용한 고객리스트 관리는 전산상의 문제발생시 완전 분실의 위험이 있어 수기로 관리하도록 한다.
18. 데이터베이스 마케팅에서 데이터베이스(Database)로서 적합하지 않은 것은?
 ① 컴퓨터를 이용하여 가능하면 많은 고객의 이름, 주소, 전화번호만을 확보하는 것이 주목적이다.
 ② 개인별 나이, 성별, 소득, 교육수준 등의 정보를 담고 있어야 한다.
 ③ 개인별 생활양식(Life Style)에 대한 정보를 담고 있어야 한다.
 ④ 개인별 과거 구매성향(구매시기, 구매량 구매빈도)에 대한 정보를 담고 있어야 한다.
19. 성공적인 데이터베이스 마케팅에 대해 올바르게 설명한 것은?
 ① 고객과의 장기적인 관계형성을 통해 고객의 평생가치를 극대화한다.
 ② 고객과 거의 실시간 대화가 가능하다.
 ③ 고객의 수신율, 응답결과와 같은 다양한 반응 정보를 측정할 수 있다.
 ④ 상품정보는 물론이고 고객은 직접적인 상품구매가 가능하다.
20. CTI에 대한 정의 및 효과에 대한 설명으로 적합하지 않은 것은?
 ① CTI란 Computer Telephony Integration의 약자로 컴퓨터 통신통합체계를 말한다.
 ② 데이터베이스 마케팅을 통해 1 : 1 고객응대 마케팅을 실천할 수 있다.
 ③ 고객의 정보를 프린터 출력물 형태로만 볼 수 있다.
 ④ 콜 대기상태, 콜 유형 등의 변수를 기준으로 하여 우선 순위 및 상담원 할당을 탄력 있게 변경할 수 있다.
21. 아웃바운드 텔레마케팅을 충실히 수행하기 위한 방법으로 적당하지 않은 것은?
 ① 대상고객의 데이터를 충실히 준비한다.
 ② 고객의 니즈(Needs)를 먼저 파악한다.
 ③ A/S 및 사후관리를 지속적으로 한다.
 ④ 경쟁사 및 타사를 비판하는 사고를 가진다.
22. 아웃바운드 텔레마케팅을 통한 판매전략의 특성으로 옳은 것은?
 ① 인바운드 판매보다 고도의 마케팅기법이 요구된다.
 ② 인바운드 판매보다 텔레마케터의 자질에 큰 영향을 받지 않는다.

- ③ 인바운드 판매보다 성과에 대한 부담이 적다.
 ④ 인바운드 판매보다 판매경험에 큰 영향을 받지 않는다.

23. 고객생애가치에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
 ① 특정 고객이 어떤 기업에 최초로 가입한 날(혹은 최초 거래일)로부터 현재까지 누적적으로 그 기업에 기여해 준 순이익가치를 말한다.
 ② 고객생애가치는 신문이나 잡지를 정기구독하는 원리처럼 동일한 계좌수나 동일한 구매금 액일 경우에는 최초 구매일이 오래된 고객의 생애가치가 그렇지 못한 고객에 비해 높게 나타나는 것이 이상적이다.
 ③ 고객 총생애가치(LTVt)와 현재까지의 생애가치(LTVp)와 미래의 예측생애가치(LTVf)는 다음과 같은 수식으로 정의된다. $LTVt = LTVp + LTVf$
 ④ 고객생애가치에 영향을 미치는 요소로는 고객반응률, 고객신투도, 고객기여도, 고객의 성장성을 들 수 있다.
24. 기존고객을 대상으로 하는 데이터베이스 마케팅 전략으로 적합하지 않은 것은?
 ① 고객 재활성화 전략 ② 고객 애호도 제고 전략
 ③ 고객유지 전략 ④ 교차판매 전략
25. 고객특성을 기초로 한 데이터베이스의 세분화 분석의 변수가 아닌 것은?
 ① 가구소득 ② 과거거래 실적
 ③ 가족수 ④ 거주형태

2과목 : 시장조사

26. 전화조사에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
 ① 응답자에게 전화를 걸어 질문문항 등을 읽어 준 후 응답자가 전화상으로 답변한 것을 조사자가 기록함으로써 자료를 수집하는 방식이다.
 ② 응답자가 조사자의 안내에 따라 직접적으로 응답지를 작성한다.
 ③ 최근 전화보급의 보편화와 편리성, 경제성 등을 이유로 유용한 자료수집의 방법으로 인정받기 시작하고 있다.
 ④ 전화조사에서는 질문문항을 대답하기 쉽고 1.0분 내외로 조사를 완결지을 수 있는 내용으로 구성하여야 한다.

27. 질문서 작성순서가 맞게 된 것은?

- ㉠ 질문용어의 선택
 ㉡ 예비조사와 질문서의 보완
 ㉢ 질문순서의 결정
 ㉣ 질문서 작성의 예비조사
 ㉤ 질문서의 구조와 질문내용의 파악
 ㉥ 질문 - 응답형태의 선택

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

28. 사전조사에 대한 설명으로 바르지 않은 것은?

- ① 설문지의 내용이 적절하게 배치되어 있는가를 체크할 수 있다.

- ② 본 조사를 위하여 응답자의 장소, 조사장소의 분위기, 응답에 필요한 시간, 응답자 표본의 크기 등이 적절한가 검토한다.
- ③ 사전조사는 가급적 간접조사 방식을 취한다.
- ④ 사전조사로 파악된 응답자의 의견을 반영하여 조사의 문제점을 보완, 수정한다.

29. 조사진행 과정 중에 사전조사의 결과는 어떤 식으로 활용하는 것이 적당한가?

- ① 발생할 가능성이 있는 문제점이 확인되었으면 본 조사를 진행해도 좋다.
- ② 문제점이 나타나면 현 단계에서 문제점을 수정하고 본 조사를 진행하면 된다.
- ③ 문제점이 확인되면 앞의 단계로 돌아가 수정 후 본 조사를 진행하면 된다.
- ④ 문제점이 나타나면 앞의 단계로 돌아가 수정 후 다시 사전조사의 과정을 반복한다.

30. 전화조사방법의 특성을 가장 옳게 설명한 것은?

- ① 조사자와 응답자 사이에 개인적 교류가 없으므로 면접 도중에 발생할 수 있는 오류를 줄일 수 있다.
- ② 전화조사는 조사자와 응답자 간에 인간관계가 형성되어 있지 않으므로 마음대로 조사할 수 있다.
- ③ 비용과 시간이 많이 들며, 조사자와 응답자의 상호이해 부족으로 오류가 개입될 수 있다.
- ④ 전화조사의 질문지는 길고, 많은 내용을 포함하고 있어 다양한 정보를 얻을 수 있다.

31. 시장조사 절차를 바르게 연결한 것은?

- ㉠ 자료수집
- ㉡ 보고서작성
- ㉢ 문제규명
- ㉣ 자료 분석 및 해석
- ㉤ 조사설계

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

32. 다음 중 패널조사의 장점과 거리가 먼 것은?

- ① 동일 샘플에서 동일 변수를 반복 측정함으로써 조사대상의 변화를 추적할 수 있다.
- ② 상대적으로 많은 정보를 획득할 수 있다.
- ③ 횡단조사보다 신뢰성 있는 정보를 얻을 수 있다.
- ④ 조사의 신뢰성은 패널의 대표성과 관계없다.

33. 아래 질문은 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

34. 표본의 사례수가 증가하면 표본은 정규분포를 따르게 되는데 그 이유로 가장 적당한 것은?

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

35. 다음에서 설명하고 있는 것은?

마케팅 조사설계에서 나타나는 변수이다. 예를 들어 광고비를 실험변수로 하여 매출액과의 인과관계를 밝히고자 한다. 이때 광고비를 증액한 후에 매출액이 증가했다면 과연 광고비와 매출액 간의 인과관계가 성립하는 것이라고 말할 수 없다. 이때 매출액에 영향을 미치는 경기가 회복되었거나 제품의 개선이 이루어졌을 경우, 광고비 증대만이 매출액 증가의 원인이라고 볼 수 없을 것이다. 이렇듯 실험변수 이외에 결과변수에 영향을 미치는 변수이다.

- ① 독립변수
- ② 결과변수
- ③ 외생변수
- ④ 종속변수

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. 시장조사시 조사자가 지켜야 할 사항과 거리가 먼 것은?

- ① 조사 대상자의 존엄성과 사적인 권리를 존중해야 한다.
- ② 조사결과에 성실하고 정확하게 보고하여야 한다.
- ③ 자료의 신뢰성과 객관성을 확보하기 위해 자료원 보호는 반드시 배제해야 한다.
- ④ 조사의 목적을 성실히 수행하여야 하며, 조사결과와 왜곡, 축소 등은 회피하여야 한다.

38. 수집된 자료 중 2차 자료의 장점이 아닌 것은?

- ① 저렴한 비용
- ② 수집과정의 용이성
- ③ 시간의 절약
- ④ 입수자료의 적합성

39. 시장조사의 역할을 가장 잘 설명한 것은?

- ① 기업에 필요한 마케팅 자료를 수집한다.
- ② 제품생산계획, 재고관리, 인력관리 등의 정보를 제공한다.
- ③ 마케팅 문제를 예측하고 기회를 포착하는 등 의사결정을 위한 정보를 제공한다.
- ④ 사원들을 평가하기 위한 정보를 제공한다.

40. 전화조사자로서 가장 적합하지 못한 사람은?

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

41. 시장조사를 통해 수집된 자료의 처리 순서를 바르게 나열한 것은?

- ① 편집(Editoring) - 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)
42. 일정기간 동안 구체적인 간격을 두고 정보를 제공하는 데 동의한 응답자의 표본을 지칭하는 말로서 조사에 응답하는 대가로 현금이나 선물, 쿠폰 등을 제공받으며 이들은 최근 온라인 전문조사기관들을 통해 대규모로 구성된다. 이들의 명칭은 무엇인가?
 ① 모집단 ② 모 델
 ③ 패 널 ④ 판매자
43. 합리적 의사결정을 위해 유용한 정보를 획득할 목적으로 시장조사를 실시할 때, 다음 중 가장 신뢰할 수 있는 지식 획득 방법은?
 ① 과학적 방법 ② 직관적 방법
 ③ 권위적 방법 ④ 집착적 방법
44. 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 위해 전화조사를 실시한다.
45. 텔레마케터가 전화로 시장조사를 할 때 전체 응답 대상의 특성을 갖고 있는 적절한 소수로 뽑은 대상을 무엇이라고 하는가?
 ① 표 본 ② 추 출
 ③ 모수치 ④ 모집단
46. 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 ② 심층면접
 ③ 가구방문면접 ④ 몰인터셉트면접
47. 효과적인 전화조사를 위하여 고려하여야 할 사항과 거리가 먼 것은?
 ① 응답자가 불편을 느끼지 않는 시간대를 선택한다.
 ② 전화조사시에는 경제성을 고려하여 다양한 주제에 대하여 많은 내용을 조사하도록 한다.
 ③ 전화조사시 대체로 질문의 문항수는 1.0개 전후가 적당하다.
 ④ 전화조사는 중간에 전화가 끊기거나 소음 등에 방해받지 않도록 한다.
48. 시장조사 내용으로 가장 적합하지 않은 것은?
 ① 조사정보 중에서 2차 자료로 충족될 수 없는 정보
 ② 비용 대비 수익이 큰 정보
 ③ 조사 대상자가 응답할 능력이 없거나 어려운 내용
 ④ 의사결정 시기와 자료수집방법에 필요한 내용
49. 다음 상황에 적합한 조사유형은?

S통신회사에서 통신단말기 유형에 대한 선호도 조사를 위하여 3,000명의 여대생들에게 1.5.일간 조사를 실시하고자 한다. 질문내용에 대한 이해부족으로 생길 수 있는 응답오류를 줄이면서 적은 비용으로 조사를 할 수 있는 방법을 생각하고 있다.

- ① 일대일 면접조사 ② 전화조사
 ③ 집단설문조사 ④ 우편조사
50. 시장조사 척도의 예로 옳지 않은 것은?
 ① 명목척도 - 인종, 성별
 ② 등간척도 - 온도, 지능지수
 ③ 비율척도 - 투표율, 월 소득액
 ④ 서열척도 - 무게, 부양 가족수
- 3과목 : 텔레마케팅관리**
51. 콜 모니터링과 코칭을 통해 생산성 향상과 고품격 서비스를 제공하기 위한 일련의 과정을 의미하는 것은?
 ① 텔레커뮤니케이션 ② 성과관리
 ③ 통화품질관리 ④ 인사관리
52. 아웃바운드 텔레마케팅 성과분석을 위한 지표 분석기준에 해당되지 않는 것은?
 ① 포기콜률 ② 콜당 평균 전화비용
 ③ 사용 대비 고객획득률 ④ 콜응답률
53. 텔레마케터의 성과나 동기부여가 현저하게 저하되고 의욕이 상실되어 있는 상태를 무엇이라고 하는가?
 ① Burn-down ② Burn-in
 ③ Burn-away ④ Burn-out
54. 텔레마케팅 전문회사를 이용할 경우의 장점에 해당되지 않는 것은?
 ① 많은 콜을 처리하기에 유리하다.
 ② 전문적인 인재를 확보하기가 쉽다.
 ③ 소규모의 텔레마케팅 실시에 적합하다.
 ④ 테스트 마케팅의 실시에 유리하다.
55. 텔레마케팅의 종류에 관한 설명 중 옳은 것은?
 ① 착·발신 주체에 따라 B to B, B to C가 있다.
 ② 착·발신 대상에 따라 인바운드, 아웃바운드가 있다.
 ③ 운영방법에 따라 In House, Outsourcing으로 구분된다.
 ④ 운영형태에 따라 On-site, ASP가 있다.
56. 일반적인 콜센터의 구성 요소가 아닌 것은?
 ① 상담원 및 관리자 ② 데이터베이스
 ③ 전화통신장비 ④ 상품 전시 룸
57. 텔레마케팅을 수행할 때 텔레마케터가 고객의 상황에 따라 탄력적으로 대응할 수 있도록 사전에 잘 작성된 도구는?
 ① 스크립트 ② 데이터시트
 ③ IVR ④ 스크린 팝업

58. 텔레마케터에게 반드시 교육이 필요한 경우가 아닌 것은?

- ① Lack of Confidence
- ② Lack of Necessary Sales Skills
- ③ Lack of Telephone Communication Skills
- ④ Lack of Technology Support

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

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

60. 콜센터 업무의 세분화, 전문화로 인해 전체 과업이 분화되면 능력을 도모하기 위해 관련된 과업을 모아 수평적으로 그룹을 형성하는 과정을 무엇이라고 하는가?

- ① 일반화 ② 부문화
- ③ 조직도 ④ 콜센터

61. 텔레마케터를 평가하고자 할 때 가장 강조되는 것은?

- ① 차별성 ② 간결성
- ③ 책임성 ④ 객관성

62. 다음은 무엇에 관한 설명인가?

상담원들의 고객 상담 및 서비스 품질의 강점과 약점을 평가하고 측정하기 위해 고객과의 Call 상담내용을 듣거나 또는 Multimedia를 통한 접촉 내용을 관찰하는 모든 활동 및 과정이다.

- ① QM(Quality Monitoring) ② 스크립트(Script)
- ③ 벤치마킹(Benchmarking) ④ 코칭(Coaching)

63. 동기부여 중심의 OJT 교육내용에 해당하지 않는 것은?

- ① 칭찬하기 ② 신뢰감 표시
- ③ 직무축소 ④ 실패의 위로

64. 성공적인 CRM 적용을 위한 고려사항이 아닌 것은?

- ① 고객을 중심으로 모든 거래 데이터가 통합되어야 한다.
- ② 고객분석결과를 마케팅에 활용하기 위해서 보유상품 및 서비스에 대한 기준을 상담원에게 일임 시켜야 한다.
- ③ 고객분석을 위한 고객의 상세 정보가 수집되어야 한다.
- ④ 고객분석결과를 활용할 수 있도록 제반 업무절차가 정립되고 시행되어야 한다.

65. 콜센터의 리더로서의 역할이 아닌 것은?

- ① 원활한 의사소통 ② 각 직무별 촉매자
- ③ 상호신뢰감 구축 ④ 독재적 리더위치 구축

66. 고객서비스를 담당하고 있는 텔레마케터에게 필요한 능력이 아닌 것은?

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

67. CRM에 대한 특징으로 옳지 않은 것은?

- ① CRM은 시장점유율보다는 고객점유율에 비중을 둔다.
- ② CRM은 고객획득보다는 고객유지에 중점을 둔다.

③ CRM은 대중매체를 중심으로 하는 점포 내 프로모션에 중점을 둔다.

④ CRM은 제품판매보다는 고객관계에 중점을 둔다.

68. 콜센터의 개념으로 옳바르지 않은 것은?

- ① 고객접촉이 용이한 조직체이다.
- ② 고객니즈를 간파하고 대응하는 고객상황대응센터이다.
- ③ 휴먼릴레이션센터, 우량고객창출센터 역할도 한다.
- ④ 주로 직거래 중심의 센터를 말한다.

69. 스크립트를 작성하는 목적으로 옳지 않은 것은?

- ① 균등한 대화를 사용하여 정확한 효과를 측정하고 효율적인 운영체제를 구축한다.
- ② 통화의 목적과 어떻게 대화를 이끌어 갈 것인가의 방향을 잡아준다.
- ③ 텔레마케터가 주관적으로 상담하기 위해서 작성한다.
- ④ 상담원의 능력과 수준을 일정수준 이상으로 유지시켜준다.

70. A회사 콜센터는 직접 고객을 상담하는 상담팀, 교육을 담당하는 교육팀, 모니터링을 담당하는 QA팀, 각종 통계 관리를 담당하는 운영지원팀, 그리고 시스템 관리를 담당하는 시스템 관리팀으로 구분되어 있다. 이와 같이 담당하는 업무의 성격에 따라 팀이 구분되는 조직을 무엇이라고 하는가?

- ① 기능별 조직 ② 피라미드 조직
- ③ 라인별 조직 ④ 매트릭스 조직

71. 고객이 어떤 형태로든 구매 약속의 여부에 대한 의사를 표시하도록 만드는 과정을 의미하는 것은?

- ① 반론 극복 ② 탐 색
- ③ 모니터링 ④ 판매종결

72. 콜센터의 성과지표에 해당되지 않는 것은?

- ① 총 콜수 ② 총 통화시간
- ③ 평균 응대시간 ④ 매니저 상주시간

73. 상품판매에 있어서 고객이 동시에 구매할 가능성이 높은 상품들을 찾아내어 함께 판매한다는 것을 뜻하는 판매는?

- ① 교차판매 ② 순차판매
- ③ 인적판매 ④ 상승판매

74. 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.

75. 텔레마케팅활동 중 매스 미디어 등을 이용하여 소비자의 주의를 환기시키고 관심을 일으키는 활동을 의미하는 것은?

- ① 리드 제너레이션(Lead Generation)
- ② 리드 퀄리피케이션(Lead Qualification)
- ③ 콜 아이덴티피케이션(Call Identification)
- ④ 콜 디텍션(Call Detection)

4과목 : 고객응대

76. 친밀감(Rapport) 형성을 가장 잘 설명한 것은?
 ① 고객에게 슬픈 감정을 유도하는 기법
 ② 가망고객을 진찰하듯 탐색하는 기법
 ③ 품위를 지키는 프로다운 자세를 느끼도록 하는 기법
 ④ 고객에게 신뢰감을 느끼도록 하는 기법
77. 커뮤니케이션 활동을 저해하는 요소가 아닌 것은?
 ① 왜곡 및 생략
 ② 준거 틀의 차이
 ③ 적절한 양의 커뮤니케이션
 ④ 수용성과 타이밍
78. 커뮤니케이션의 특성으로 옳지 않은 것은?
 ① 의사소통 수단의 고정화
 ② 정보교환과 의미부여
 ③ 순기능과 역기능의 존재
 ④ 오류와 장애의 발생 가능성 존재
79. 불만족 고객에 대한 심리상태 설명으로 옳지 않은 것은?
 ① 자신의 말을 들어주길 원한다.
 ② 감정적이고 분노하고 있다.
 ③ 모든 것에 대해 수용적이다.
 ④ 심리적으로 보상받기를 원한다.
80. 공감대 형성을 위한 화법에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?
 ① 고객과의 공감을 형성하는 데 도움을 주는 공통 화제를 선정하는 것이 중요하다.
 ② 고객의 신분에 맞는 존칭어를 사용한다.
 ③ 고객의 말에 적극적인 동감 표현을 한다.
 ④ 전체 상담의 원활한 진행과 분위기를 위해 고객의 대화를 아무 말 없이 끝까지 듣는다.
81. 고객의 불평불만업무를 처리할 때 지켜야 할 사항으로 옳지 않은 것은?
 ① 불평불만을 담당하는 부서에 고객이 접근하기 용이하게 해야 한다.
 ② 고객에게 업무처리 절차에 대한 홍보가 잘 되어 있어야 한다.
 ③ 고객의 불평불만을 상당한 직원뿐 아니라 관련 직원들도 처리절차 및 결과를 함께 인지해야 한다.
 ④ 상담원이 주관적으로 즉시 처리할 수 있도록 한다.
82. 전화로 고객에게 서비스를 제공할 때의 장점이 아닌 것은?
 ① 편리성
 ② 통신의 용이성
 ③ 경제성
 ④ 면(面) 대 면(面) 접촉
83. 인바운드 콜센터의 운영성과 측정에 관한 내용으로 옳지 않은 것은?
 ① 품질평가 : 서비스 기간 내에 총 인입된 콜의 몇 %를 응답했는가?
 ② CPH(Call Per Hour) : 텔레마케터가 시간당 인입콜을 얼마나 많이 처리하였는가?
 ③ 스케줄 고수율 = (콜처리시간 + 콜처리 준비가 되어 있는 시간) / 업무를 하도록 스케줄된 시간
 ④ 고객 만족도 : 고객들이 콜센터에 대해 느끼는 만족도

84. 고객응대시 효과적인 경청(Listening) 방법으로 볼 수 없는 것은?
 ① 반대의견을 제시하고 조목조목 따진다.
 ② 고객과의 공통 관심 영역을 찾는다.
 ③ 고객의 대화상 실수를 너그럽게 이해한다.
 ④ 고객에게 적극적인 응대를 한다.
85. 고객 불만을 잠재우기 위해서 고려하여야 할 사항이 아닌 것은?
 ① 불만사항에 대한 처리과정에 불편이 없도록 한다.
 ② 이해가 잘 안 가는 부분은 충분히 이해시킨다.
 ③ 신속하게 응대하고 결과처리에 대해 피드백을 한다.
 ④ 고객 불만의 원인과 유형을 데이터베이스화하고 실무에는 활용하지 않아야 한다.
86. 다음의 설명으로 알맞은 것은?

고객이 제품서비스에 대해 관심을 가지고 전화를 거는 고객주도형이기 때문에, 판매나 주문으로 연결시키기가 비교적 용이하다. 또한 고객의 요구나 상황에 신속하게 대응함으로써 기업의 이미지 향상과 고객의 신뢰를 얻을 수 있는 좋은 기회가 된다.

- ① 인바운드 텔레마케팅 ② 아웃바운드 텔레마케팅
 ③ 업셀링 ④ 마케팅 믹스
87. 고객응대 관계의 특징으로 틀린 것은?
 ① 고객의 자발적인 요청 내지는 동의로 관계가 형성된다.
 ② 상호 가치와 의사를 존중한다.
 ③ 친밀감 형성을 위해 고객은 사교적 언어만을 사용해야 한다.
 ④ 감정과 정서의 효과적인 표출이 발휘된다.
88. 인바운드 텔레마케팅의 주된 업무가 아닌 것은?
 ① 카탈로그를 통한 통신판매의 전화 접수
 ② 상품 A/S 접수
 ③ 소비자의 불만 접수
 ④ 신상품 소개 및 구매 감사인사
89. 전화상에서 고객에게 메시지 전달 실패를 줄이기 위한 기술에 속하지 않는 것은?
 ① 단어를 분명하고 명확하게 사용해야 한다.
 ② 대화가 진행되는 동안 목소리 크기는 적절하게 조절해야 한다.
 ③ 상대방의 얼굴을 볼 수 없기 때문에 얼굴 표정을 조절할 필요는 없다.
 ④ 전문용어, 속어, 은·비어, 구어체는 피해야 한다.
90. 훌륭한 고객서비스의 모델이 되는 방법으로 적당하지 않은 것은?
 ① 경청하는 자세를 배운다.
 ② 바람직한 전화예절을 활용한다.
 ③ 고객들에게 자주 감사의 뜻을 전한다.
 ④ 자신의 감정을 솔직히 터뜨린다.

91. 화법의 기능에 대한 설명 중 가장 관계가 없는 것은?
 ① 정보전달의 기능 ② 설득의 기능
 ③ 사고형성의 기능 ④ 표정표현의 기능
92. 커뮤니케이션의 장애 요인이 아닌 것은?
 ① 고정관념을 가지고 상황을 판단한다.
 ② 지나치게 흥분해 있거나 화가 나 있다.
 ③ 기업이나 텔레마케터의 신뢰도가 낮다.
 ④ 커뮤니케이션의 지식과 기술이 높다.
93. FAQ(Frequently Asked Question)작성시 유의해야 할 점이 아닌 것은?
 ① FAQ는 전문적이고 고도화된 답변만을 엄선하여 올린다.
 ② FAQ는 반복적이고 잦은 질의응답에 대해서 답변하는 응답코너를 제시한다.
 ③ FAQ는 네티즌이나 고객이 쉽게 이해할 수 있도록 분류하여 제시하면 더욱 효과적이다.
 ④ FAQ는 적절한 질문, 부적절한 질문 등의 검증을 거쳐 등록한다.
94. 텔레마케터의 고객응대에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
 ① 통신장비를 활용한 비대면 중심의 커뮤니케이션이다.
 ② 언어적인 메시지와 비언어적인 메시지를 동시에 사용할 수 있다.
 ③ 고객을 직접 만나는 것이 아니기 때문에 응대의 결과와 반응은 그다지 중요하지 않다.
 ④ 고객과 텔레마케터 간에 제품구매 또는 서비스거래 등의 커뮤니케이션 행위가 일어난다.
95. 고객응대 서비스의 자세로 옳은 것은?
 ① 규칙에 입각한 입장을 강조한다.
 ② 모든 불만 사항의 책임을 고객에게 전가한다.
 ③ 고객의 입장에서 일을 처리한다.
 ④ 고객에게 다음에 전화하라고 한다.
96. 문제(Written)커뮤니케이션에서 고려해야 할 원칙으로 바르게 연결된 것은?
 ① 정확성, 간결성, 비경제성 ② 정확성, 간결성, 경제성
 ③ 정확성, 다양성, 비경제성 ④ 정확성, 간결성, 다양성
97. 텔레커뮤니케이션에서 말하기(Speaking) 기술에 해당하지 않는 것은?
 ① 억양조율 ② 상황(기분)조절
 ③ 강세조절 ④ 끊어 읽기
98. 비즈니스 커뮤니케이션의 7.C원칙 중 Clarity (명확하게)에 대한 설명이 아닌 것은?
 ① 짧고 친숙한 대화체로 말할 것
 ② 이해하기 쉬운 말로 말할 것
 ③ 생생한 이미지를 묘사할 수 있는 어휘로 말할 것
 ④ 실제 사례를 적절히 활용하여 말할 것
99. 인바운드 텔레마케팅의 상담절차를 순서적으로 바르게 나열한 것은?

- ㉠ 상담준비
 ㉡ 고객니즈 파악
 ㉢ 문제해결
 ㉣ 종 결
 ㉤ 전화응답
 ㉥ 동의와 확인

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

100. 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 고객이 직접 회사로 오도록 유도한다.

전자문제집 CBT PC 버전 : www.comcbt.com

전자문제집 CBT 모바일 버전 : m.comcbt.com

기출문제 및 해설집 다운로드 : www.comcbt.com/xe

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