

1과목 : 판매관리

1. 기업의 마케팅활동은 크게 네 가지 분야로 나눌 수 있는데 이러한 마케팅 믹스(4P's)의 구성요소로 틀린 것은?

- ① 제 품                      ② 유 통  
③ 가 격                      ④ 정 보

2. 데이터베이스 마케팅에서 RFM 분석에 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?

3. 아웃바운드 텔레마케팅 운영시 유의해야 할 사항과 거리가 먼 것은?

- ① 아웃바운드 운영방향을 결정해야 한다.  
② 고객데이터를 확보하고 지속적으로 관리하여야 한다.  
③ 텔레마케팅을 관리할 수 있는 슈퍼바이저만을 집중적으로 육성해야 한다.  
④ 텔레마케터의 고객상담 능력을 제고할 수 있는 교육과 충분한 준비물 및 정교한 스크립트 등이 있어야 한다.

4. 다음 중 시장세분화의 심리 분석적 변수는?

- ① 소 득                      ② 직 업  
③ 도시의 크기              ④ 라이프스타일

5. 고객속성 데이터에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 주로 콜센터나 기업의 내부에서 생성한 데이터베이스를 말한다.  
② 외부 전문기관에서 구입한 명단, 제휴마케팅을 통해 획득한 데이터베이스를 말한다.  
③ 고객이 지닌 고유속성으로 주소, 전화번호, 주민등록번호 등의 데이터를 의미한다.  
④ 거래나 구매사실, 구매행동 결과로 나타나는 속성으로 회원가입일, 최초구매일, 연체내역 등의 데이터를 말한다.

6. 가격결정에 영향을 미치는 요인을 내적요인과 외적요인으로 구분할 때, 내적요인으로 옳지 않은 것은?

- ① 마케팅목표              ② 마케팅믹스 전략  
③ 원 가                      ④ 시장과 수요

7. 단일 브랜드에 대한 호의적인 태도와 지속적인 구매를 보이는 소비자의 행동을 의미하는 것은?

- ① 브랜드 차별(brand discrimination)  
② 행위적 학습(behavioral learning)  
③ 선별적 인식(selective perception)  
④ 브랜드 충성도(brand loyalty)

8. 다음 중 가격결정에 있어서 상대적으로 고가의 가격이 적합한 경우가 아닌 것은?

- ① 수요의 가격탄력성이 높을 때  
② 진입장벽이 높아 경쟁기업이 자사제품의 가격만큼 낮추기

가 어려울 때

- ③ 규모의 경제효과를 통한 이득이 미미할 때  
④ 높은 품질로 새로운 소비자층을 유인하고자 할 때

9. 다음이 설명하는 시장세분화 분류기준은?

특정제품이나 서비스 구매여부에 관계없이 일반적 변수이며, 응답자의 주관에 배제된 객관적 변수이다.

- ① 인구통계학              ② 라이프스타일  
③ 심리 및 태도              ④ 제품 편익

10. 항공사들은 동일한 항공사 비행기를 반복해서 이용하도록 장려하기 위해 상용고객 프로그램을 개발하였다. 이러한 세분화기법은 다음 중 어떤 측면을 기반으로 한 것인가?

- ① 추구편익                      ② 서비스 이용률  
③ 구매의도                      ④ 구매조건

11. 기업의 전략적 사업 단위(SBU)를 분석하는 데 이용되는 BCG(Boston Consulting Group) 모형에서 수평축은 무엇을 반영하는 것인가?

- ① 희망투자 수익률              ② 시장 성장률  
③ 세분시장 규모              ④ 상대적 시장점유율

12. 일반적으로 인쇄매체를 통한 마케팅과는 달리 텔레마케팅이 가지고 있는 가장 큰 특성은?

- ① 예약 가능성                      ② 양방향성  
③ 대중성                      ④ 목표 도달성

13. 고객리스트의 효율적인 관리방법으로 거리가 먼 것은?

- ① 고객데이터 속성의 질 개선  
② 고객리스트 데이터베이스화  
③ 고객리스트의 지속적 갱신  
④ 고객속성에 따른 일률적 대응

14. 소비자가 서비스 구매의 의사결정과정에서 접할 수 있는 일반적인 위험 유형에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 재무적 위험 - 구매가 잘못되었거나 서비스가 제대로 수행되지 않았을 때 발생할 수 있는 금전적 손실  
② 물리적 위험 - 구매했던 의도와 달리 제대로 기능을 발휘하지 않을 가능성  
③ 사회적 위험 - 구매로 인해 소비자의 사회적인 지위가 손상 받을 가능성  
④ 심리적 위험 - 구매로 인해 소비자의 자아를 손상 받을 가능성

15. 아웃바운드 텔레마케터에게 요구되는 프로모션 능력이 아닌 것은?

- ① 상품 및 서비스에 대한 사전지식 숙지  
② 고객에게 호감을 줄 수 있는 경청자세기법 숙달  
③ 고객의 반론이나 거절에 순응하는 자세  
④ 고객과의 친밀한 관계형성 자세

16. 수요의 가격탄력도와 가격전략의 관계에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 수요의 가격탄력도란 제품가격의 변화에 대한 수요의 변

화비용을 말한다.

- ② 수요의 가격탄력도가 비탄력적인 경우에는 고가전략을 하면 기업에 유리하다.
- ③ 수요의 가격탄력도가 단위 탄력적이라면 최고가전략이 기업에 유리하다.
- ④ 수요의 가격탄력도가 탄력적이면 저가전략을 하여야 기업에 유리하다.

17. 데이터베이스 마케팅의 주된 목적을 가장 잘 설명한 것은?

- ① DB마케팅은 특정 고객집단의 특별한 요구를 바탕으로 마케팅전략을 수립하여 이를 실현하기 위한 목적을 가지고 있다.
- ② DB마케팅은 정보기술의 기반구조를 바탕으로 새로운 고객관리를 통해 마케팅의 효율성을 제고하는 것이 주된 목적이다.
- ③ 고객에 대한 상세한 정보를 토대로 그들과의 장기적 관계를 구축하고 충성도를 제고시킴으로써 고객생애가치를 극대화하는 것이다.
- ④ 고객의 정보를 효율적인 관리를 통해 경영의 효율성과 효과성을 제고하는 것이 주된 목적이다.

18. 데이터베이스 마케팅의 특징으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객과의 1:1 관계의 구축
- ② 쌍방향 의사소통
- ③ 고객의 데이터베이스화
- ④ 단기간의 고객관리

19. 평생고객가치에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 고객이 처음으로 자사제품을 구입한 시기를 말한다.
- ② 특정 회사의 제품이나 서비스를 처음 구매했을 때부터 시작해서 사망하는 시점까지의 기간을 의미한다.
- ③ 특정 회사의 제품이나 서비스를 처음 구매했을 때부터 사망했을 때까지 구입한 서비스 누계를 말한다.
- ④ 특정 회사의 제품이나 서비스를 처음 구매했을 때부터 시작해서 마지막으로 구매할 것이라고 판단되는 시점까지 구매가 가능한 제품이나 서비스의 누계액을 의미한다.

20. 다음이 설명하는 시장 커버리지 전략은?

큰 시장에서 낮은 점유율을 유지하는 대신에 자신에게 가장 알맞은 하나 혹은 몇 개의 시장을 선택한 후 이 시장에 집중함으로써 보다 높은 점유율을 확보하는 데 유용한 전략이다.

- ① 비차별화 마케팅
- ② 차별화 마케팅
- ③ 집중화 마케팅
- ④ 순차적 마케팅

21. 다음 괄호 안에 들어갈 말로 가장 알맞은 것은?

마케팅 관리 철학 중 생산개념(Production concept)은 소비자가 저렴하고 쉽게 구입할 수 있는 제품을 선호하기 때문에 생산과 유통의 효율성을 향상시키는 데 주력해야 한다는 사고를 말한다. 생산개념은 상황에 따라 여전히 유용한 관리 철학이나, 이러한 관리 철학에 기반을 두는 기업은 자신의 업무향상에만 전력을 기울이기 때문에 고객만족, 고객관계 구축의 진정한 목표를 간과하는 ( )을/를 낳을 수 있다.

- ① 마케팅 근시안
- ② 인지 부조화
- ③ 소비자 외면
- ④ 선별적 관계 관리

22. 마케팅전략 중 기업이 제품을 개발하고, 가격을 설정하여 판매하며, 판매채널을 개발하고, 판촉활동을 전개하는 것은?

- ① 목표시장 전략
- ② 표적시장 전략
- ③ 시장세분화 전략
- ④ 마케팅믹스 전략

23. 다음 중 아웃바운드 판매에 해당하는 사항을 모두 나열한 것은?

a. 고객이 상담을 요청해야 의미있다.  
B 마케팅 기법을 활용하면 효과가 증대된다.  
c. 판매 지향적이다.  
d. 클레임 해결을 중심으로 한다.

- ① a, b
- ② b, c
- ③ c, d
- ④ a, d

24. 마케팅에서 판매촉진 비중이 증가하게 된 주된 원인으로 볼 수 없는 것은?

- ① 광고노출
- ② 가격민감도
- ③ 판매촉진 성과 측정
- ④ 경쟁의 완화

25. 소비자의 구매과정을 중심으로 소비재를 분류하였을 때 포함되지 않는 것은?

- ① 편의품(Convenience products)
- ② 유사품(Imitated products)
- ③ 선매품(Shopping products)
- ④ 전문품(Specialty Products)

2과목 : 시장조사

26. 우리나라 주부들이 가장 선호하는 김치냉장고 브랜드를 알아보기 위하여 주부들을 대상으로 연구를 진행하려고 한다. 현실성이나 시간, 비용을 고려할 때 선택할 수 있는 조사방법으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 관찰법
- ② 실험실 실험법
- ③ 면접법
- ④ 설문조사법

27. 표본조사시 발생할 수 있는 불포함 오류의 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 표본조사시 표본체계가 완전하지 않아서 생기는 오류
- ② 표본추출과정에서 선정된 표본 중에서 응답을 얻어내지 못하여 생기는 오류
- ③ 면접이나 관찰과정에서 응답자나 조사자 자체의 특성에서 생기는 오류
- ④ 정확한 응답이나 행동을 한 결과를 조사자가 잘못 기록하거나, 기록된 설문지나 면접지가 분석을 위하여 처리되는 과정에서 틀려지는 오류

28. 다음 괄호 안에 들어갈 말로 가장 알맞은 것은?

마케팅조사자들은 일반적으로 ( A )를 먼저 활용하고, 그 다음에 ( B )를 수집한다.

- ① A : 외부 2차 자료, B : 내부 2차 자료
- ② A : 내부 1차 자료, B : 외부 1차 자료

- ③ A : 1차 자료, B : 2차 자료  
 ❶ A : 2차 자료, B : 1차 자료

29. 다음은 주요 자료수집방법의 비교표이다. 괄호 안에 알맞은 것은?

기 준	개별면접조사	전화조사	우편조사
비 용	( A )	중 간	낮 다
면접자 편향	중 간	( B )	없 다
시간소요	낮 다	높 다	( C )
익명성	낮 다	낮 다	높 다

- ❶ A : 높다, B : 낮다, C : 낮다  
 ② A : 낮다, B : 높다, C : 낮다  
 ③ A : 낮다, B : 낮다, C : 높다  
 ④ A : 높다, B : 높다, C : 낮다

30. 다음 설문문항이 가지고 있는 오류에 관한 설명으로 가장 적합한 것은?

당신은 현재 근무하는 고객센터의 복지수준과 임금 수준에 대해서 어느 정도 만족하고 계십니까?

- ① 단어들의 뜻을 명확하게 설명해야 한다.  
 ❷ 하나의 항목으로 두 가지 내용을 질문하여서는 안 된다.  
 ③ 응답자들에게 지나치게 자세한 응답을 요구해서는 안 된다.  
 ④ 대답을 유도하는 질문을 해서는 안 된다.

31. 비표준화 면접에 비해 표준화 면접이 가지는 장점이 아닌 것은?

- ① 반복적인 면접이 가능하다.  
 ❷ 면접상황에 대한 적응도가 높다.  
 ③ 면접결과의 숫자화 측정이 용이하다.  
 ④ 조사자의 행동이 통일성을 갖게 된다.

32. 탐색조사방법에 해당하지 않는 것은?

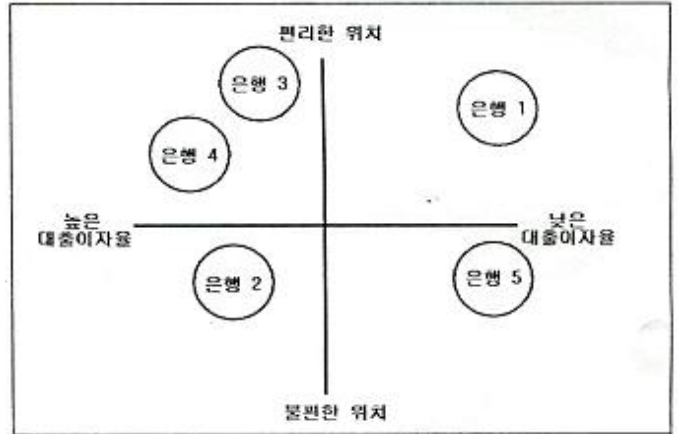
- ❶ 종단조사                      ② 전문가 의견조사  
 ③ 사례조사                    ④ 문헌조사

33. 다음과 같은 질문으로 얻은 측정치는 어떤 척도에 해당되는가?

귀사의 업종은 어디에 해당되니까? (   )  
 ① 기계류 ② 전자류 ③ 섬유류 ④ 식품류

- ❶ 명목척도                      ② 서열척도  
 ③ 등간척도                    ④ 비율척도

34. 다음과 같이 시장 내의 여러 경쟁상표들에 대한 소비자의 생각을 하나의 도표 상에 나타낸 것은?



- ① 로드맵                      ❷ 포지셔닝 맵  
 ③ 횡단 조사표                ④ 종단 조사표

35. 표본 프레임(sampling frame)에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 표본을 추출하기 위한 모집단의 목록이다.  
 ② 표본추출 단위가 집단인 경우에는 표본 프레임은 집단별 목록만 있으면 된다.  
 ❸ 비확률표본추출방법을 이용할 경우에는 정확한 표본 프레임이 있어야 한다.  
 ④ 정확한 확률표본추출을 하기 위해서는 모집단과 정확하게 일치하는 표본프레임이 확보되어야 한다.

36. 설문조사 후 코딩작업에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 항목별로 각 응답에 해당하는 숫자나 기호를 부여하는 과정이다.  
 ② 전산처리에 의한 분석을 편리하도록 하는 것이다.  
 ❸ 반드시 각 항목에 대한 응답을 기호로 표현한다.  
 ④ 코딩이 끝난 후 컴퓨터에 파일로 입력을 하고 외부저장 매체(CD 등)에 저장한다.

37. 전화 설문조사 후 진행되는 편집 작업에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 일반적으로 자료처리의 첫 단계라고 한다.  
 ② 수집된 설문 응답의 오기, 누락, 착오 등을 교정하는 단계이다.  
 ③ 수집된 설문 응답을 애매하고 모호한 점이 없도록 일정한 기준에 따라 체계적으로 검토하는 일이다.  
 ❶ 각 응답항목에 계통적 번호를 매기는 작업이다.

38. 마케팅 조사 설계시 내적 타당성을 저해하는 요소에 해당되지 않는 것은?

- ① 통계적 회귀                      ② 특정사건의 영향  
 ③ 사전검사의 영향                ❶ 반작용 효과

39. 응답자가 질문에 대해 자신의 의견을 제약 없이 표현할 수 있도록 해주는 질문형태는?

- ❶ 자유응답형 질문                ② 다지선다형 질문  
 ③ 양자택일형 질문                ④ 집단토의형 질문

40. 조사한 자료의 분석과 해석시 취하는 행동으로 틀린 것은?

- ① 조사자가 필요한 구체적인 사항이 있을 시 그것을 정리해야 한다.  
 ❷ 조사 설계에서 이미 가설이 설정되어 있다면 그 가설을 검증하지 않아도 된다.

- ③ 당면문제의 해결에 필요한 변수가 무엇인지를 추적하여야 한다.
- ④ 조사결과를 마케팅 측면에서 유용하게 활용할 수 있도록 해석한다.
41. 표본의 크기를 결정하는 데 고려해야 하는 요소로 적절하지 않은 것은?
- ① 비표집 오차                      ② 모집단 요소의 동질성
- ③ 조사의 목적                      ④ 모집단의 크기
42. 다음 중 비확률표집의 장점이 아닌 것은?
- ① 모집단을 정확하게 규정지을 수 없는 경우에 유용하다.
- ② 개별요소의 추출확률을 동일하게 해야 할 경우 유용하다.
- ③ 표본의 크기가 작은 경우에 유용하다.
- ④ 표집오차가 큰 문제가 되지 않을 경우 유용하다.
43. 시장조사 결과보고서의 작성 목적과 가장 거리가 먼 것은?
- ① 조사자와 조사대상자 간의 의사소통                      ② 통제수단
- ③ 타당성 검증                      ④ 결과활용
44. 질문지 작성시 폐쇄형 질문의 장점이 아닌 것은?
- ① 부호화와 분석이 용이하여 시간과 경비를 절약할 수 있다.
- ② 민감한 주제에 보다 적합하다.
- ③ 질문지에 열거하기에는 응답범주가 너무 많을 경우에 사용하면 좋다.
- ④ 질문에 대한 대답이 표준화되어 있기 때문에 비교가 가능하다.
45. A구에 거주하는 30대 직장 여성을 대상으로 선호도를 조사하려 한다. 조사의 신뢰도를 높이기 위해 일주일 간격으로 2번 동일한 측정을 실시하는 방법은?
- ① 재시험법                      ② 평형형식법
- ③ 요인분석법                      ④ 반복법
46. 다음 중 시장조사의 절차로 맞는 것은?
- ① 문제 정의 → 자료수집 → 문제해결을 위한 체제의 정립 → 조사 설계 → 자료 분석 및 해석 → 보고서 작성
- ② 문제 정의 → 자료수집 → 자료 분석 및 해석 → 문제해결을 위한 체제의 정립 → 조사 설계 → 보고서 작성
- ③ 문제 정의 → 조사 설계 → 자료 분석 및 해석 → 문제해결을 위한 체제의 정립 → 자료수집 → 보고서 작성
- ④ 문제 정의 → 문제해결을 위한 체제의 정립 → 조사 설계 → 자료수집 → 자료 분석 및 해석 → 보고서 작성
47. 측정된 자료의 적합성을 검증하는 두 가지 주요한 기준으로 옳은 것은?
- ① 타당성과 신뢰성                      ② 효율성과 효과성
- ③ 타당성과 효율성                      ④ 효과성과 신뢰성
48. 다음 중 확률표본추출방법이 아닌 것은?
- ① 편의표본추출법                      ② 단순무작위표집
- ③ 층화표집                      ④ 집락표집
49. 시장조사를 위한 면접조사가 발생하는 단점으로 거리가 먼 것은?

- ① 면접을 적용할 수 있는 지리적인 한계가 있다.
- ② 비언어적인 커뮤니케이션보다 언어적인 커뮤니케이션만을 통해 자료를 수집한다.
- ③ 면접자를 훈련하는 데 많은 비용이 소요된다.
- ④ 응답자들이 자신의 익명성 보장에 대해 염려할 소지가 있다.

50. 효과적인 전화조사를 위한 커뮤니케이션 방법으로 적합하지 않은 것은?

- ① 질문에 대하여 효과적으로 답변할 수 있도록 조사자가 생각하는 답을 사전에 응답자에게 언급한다.
- ② 응답자가 질문내용을 명확하게 알아들을 수 있도록 해야 한다.
- ③ 응답자를 후원하고 격려하여 응답자가 편안한 분위기에서 응답할 수 있도록 한다.
- ④ 응답자의 대답을 반복하거나 복창하여 답변을 확인한다.

3과목 : 텔레마케팅관리

51. 상담원 교육 관리에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 각 직무별 교육계획안은 부서에서만 작성한다.
- ② 교육생이 이수하지 못한 교과목은 이수 예정일을 기재한다.
- ③ 교육생이 이수한 교과목은 이수한 날짜를 양식에 표시한다.
- ④ 교육과정에 참여하기로 한 직원에게는 정기적(혹은 월별)로 통지서를 보낸다.

52. 다음 중 콜 인입을 예측하기 위해 필요한 요소로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 3년간의 콜 인입량                      ② 평균콜처리시간
- ③ 비 상담시간                      ④ 기본 상담인원수

53. 텔레마케팅 조직의 성과보상 방법으로 적합하지 않은 것은?

- ① 텔레마케터의 성과지표는 조직의 성과지표와 연계되어 있어야 한다.
- ② 텔레마케터의 성과지표는 정성적인 지표보다는 정량적인 지표 위주로만 선정해야 한다.
- ③ 텔레마케터의 성과 결과에 대한 정기적인 피드백이 필요하다.
- ④ 텔레마케터의 성과보상은 공정하게 이루어져야 한다.

54. 한국산업표준(KS)에서 정한 상담원 교육훈련 강사선발 요건으로 틀린 것은?

- ① 대학 졸업 후 3년 이상의 전문분야 및 콜센터 경력자
- ② 전문대학 졸업 후 5년 이상의 전문분야 및 콜센터 경력자
- ③ 고등학교 졸업 후 7년 이상의 전문분야 및 콜센터 경력자
- ④ 실습을 겸한 최소 500시간 이상의 강사교육을 이수한 콜센터 경력자

55. 텔레마케터의 잦은 이직이 콜센터운영에 미치는 요인과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 채용공고와 채용과정에서의 비용발생
- ② 질적인 부분의 증대효과
- ③ 기존인력을 대체한 신입인력의 생산성 감소

④ 신입인력 교육기간 동안의 수입 감소

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 브랜치식                  ④ 혼합식

57. 일반적으로 콜센터 인력산출에 있어 사용되지 않는 수학적 모델은?

- ① Erlang A                      ② Erlang B  
③ Erlang C                      ④ Equivalent Random Theory

58. 콜센터의 서비스 레벨(Service Level)에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 서비스 레벨은 ACD 시스템상의 보고서를 통해 알 수 있다.  
② 상품의 질만을 측정하기 위한 성과지표라 할 수 있다.  
③ 목표로 하는 시간 내에 최초응대가 이루어지는 콜의 비율이다.  
④ 30분, 15분 등 적절한 시간 간격으로 분석해야 한다.

59. 고객과 전화통화를 마친 후에 새로운 전화를 받아 처리할 때까지 이전 통화에서 일어났던 일을 마무리하는 데 필요한 평균시간을 나타내는 용어는?

- ① Wrap-up Time                  ② Average Talk Time  
③ Average Speed Answer      ④ Average Handling Time

60. 다음이 설명하고 있는 콜센터 리더의 유형은?

텔레마케터와 충분한 신뢰관계가 형성되어 있으며, 자발적인 활동을 허용하며 중요역할을 책임지도록 하며 더 많은 경험을 축적하도록 이끌어 간다.

- ① 지시형 리더                  ② 위양형 리더  
③ 지원형 리더                  ④ 참가형 리더

61. 다음 중 경력관리에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 적재적소, 후진양성에 필요하다.  
② 능력주의와 연공주의를 절충한다.  
③ 장기계획이다.  
④ 조직의 목표와 개인의 목표를 일치시킨다.

62. 콜센터 슈퍼바이저에게 요구되는 자질에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 조직의 목표가 달성될 수 있도록 최적의 콜센터 환경을 조성할 수 있어야 한다.  
② 텔레마케터들의 통화품질, 업무성과, 근무만족도에 대해 평가 및 피드백을 할 수 있어야 한다.  
③ 콜센터의 운영예산을 책정하고 집행할 수 있어야 한다.  
④ 조직 분위기를 활성화할 수 있는 다양한 이벤트와 프로모션을 실시할 수 있어야 한다.

63. 일반적인 텔레마케팅의 전개과정을 순서대로 바르게 나열한 것은?

- ① 기획 → 실행 → 측정 → 반응 → 평가  
② 기획 → 측정 → 실행 → 평가 → 반응

③ 기획 → 측정 → 실행 → 반응 → 평가

④ 기획 → 실행 → 반응 → 측정 → 평가

64. 반론극복기법의 종류 중 논문이나 통계자료에 나와 있는 객관적이고 입증할만한 자료를 인용하여 설명하는 것은?

- ① 부메랑기법                  ② 입증법  
③ 사례법                      ④ 칭찬기법

65. 텔레마케팅의 조직구조 설계에 있어 고려사항으로 적합하지 않은 것은?

- ① 슈퍼바이저는 10~20명의 상담사를 관리 담당하도록 한다.  
② 상담사 교육과 상담품질관리를 전담하는 전문인력을 보유하여야 한다.  
③ 관리자는 성과지표관리를 위한 인력운영계획을 수립하고 관리하여야 한다.  
④ 상담사는 모든 상담내용을 직접 처리하도록 운영 설계되어야 한다.

66. 텔레마케팅에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 고객관계관리를 위해 주로 활용한다.  
② 다른 매체와 함께 이용될 때 강력한 효과를 나타낸다.  
③ 다른 매체 대비 비용이 효율적인 매체이다.  
④ 효과측정이 어려운 매체이다.

67. SMART 성과목표 설정에 대한 용어 설명으로 틀린 것은?

- ① Measurable - 측정할 수 있어야 한다.  
② Specific - 전문적이어야 한다.  
③ Result - 전략과제를 통해 구체적으로 달성하는 결과물이 있어야 한다.  
④ Time-bound - 일정한 시간 내에 달성 여부를 확인할 수 있어야 한다.

68. 상담사들의 고객상담 능력을 확인하기 위한 운영관리는 무엇인가?

- ① 상품판매관리                  ② 통화품질관리  
③ 업무지식관리                  ④ 성과관리

69. 다음 중 기업에서 텔레마케팅을 도입하는 목적에 해당되는 내용을 모두 선택하여 바르게 나열한 것은?

A. 상품 판매  
B. 고객에게 적극적인 서비스 제공  
C. 고객반응 조사  
D. 판매비용 절감  
E. 마케팅 프로그램의 효과적인 지원

- ① A, B, C                      ② A, B, C, D  
③ A, B, C, E                  ④ A, B, C, D, E

70. ACD(Auto Call Distribute)에 대한 설명으로 맞는 것은?

- ① 상담원이 다른 상담원에게 통화내용을 전환하는 기능이다.  
② 컴퓨터가 자동으로 전화를 걸어주는 기능이다.  
③ 상담원이 통화를 끝내는 시기를 예측하여 다이얼링한 후 응답고객만을 연결해주는 기능이다.  
④ 상담원에게 균등하게 콜을 분배하는 기능이다.

71. CTI(computer telephony integration) 추가 기능 중 다음이 설명하고 있는 다이얼링 시스템은?

고객리스트가 데이터베이스로 형성되어 있어 상담원이 고객을 선택하면 자동적으로 전화를 걸어주는 기능이다. 이 기능은 전화통화를 하기 전에 고객의 전화번호뿐만 아니라 고객에 관련되는 고객속성, 매력정보 등을 컴퓨터 화면에 나타내어 준다.

- ① 프리딕티브 다이얼링(predictive dialing)
- ② 프로그리시브 다이얼링(progressive dialing)
- ③ 프리뷰 다이얼링(preview dialing)
- ④ 트랜스퍼 다이얼링(transfer dialing)

72. 콜센터 조직이 갖추어야 할 조직의 특성에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 고객지향성 - 콜센터는 고객을 중심으로 고객에게 편리함, 신뢰성, 편의를 제공할 수 있는 조직체이다.
- ② 유연성 - 고객과의 커뮤니케이션이 빈번하게 일어나는 공간이므로 조직구성원의 사고와 상황대응 능력이 유연해야 한다.
- ③ 고품질성 - 고객의 정보는 곧 자산이며 관리와 보호의 책임성이 있으므로 이러한 관리를 통해 서비스품질을 높여야 한다.
- ④ 신속·민첩성 - 콜센터의 생명은 고객니즈에 부응하되, 얼마나 신속하게 대응하는지가 중요한 요소이다.

73. 텔레마케터를 위해 필요한 교육 프로그램이 아닌 것은?

- ① 커뮤니케이션      ② 판매스킬
- ③ 전산시스템 개발      ④ 스트레스 관리

74. 다음이 설명하고 있는 콜센터 시스템의 기능은?

상담원의 업무숙련도에 따라 콜을 분배하는 기능으로 상담원의 직무능력을 평가하며 숙련도에 따른 등급을 책정하고 각각의 등급에 따라 적용하거나 콜센터의 특성에 맞게 활용한다.

- ① CTI 기능      ② Call Blending 기능
- ③ 음성인식 기능      ④ Skill Based Call Routing 기능

75. 텔레마케팅의 성과분석에 있어 매출액과 비용의 차이가 제로(0)가 되는 점을 무엇이라 하는가?

- ① CPP      ② ORT
- ③ BET      ④ DOT

#### 4과목 : 고객응대

76. 고객과 대화시 친밀감을 형성하는 방법으로 가장 적합한 것은?

- ① 고객의 말에 흠이 없는지 관찰한다.
- ② 질문과 답변을 스크립트대로만 한다.
- ③ 고객의 거절방지를 위해 바로 본론을 말한다.
- ④ 고객에게 관심을 갖고 고객욕구를 파악한다.

77. 고객이 불평, 불만을 호소하는 일반적인 단계를 바르게 나

열한 것은?

- ① 비공식적인 단계 → 공식적인 단계 → 법적인 호소
- ② 법적인 호소 → 비공식적인 단계 → 법적인 호소
- ③ 비공식적인 단계 → 법적인 호소 → 공식적인 단계
- ④ 법적인 호소 → 공식적인 단계 → 비공식적인 단계

78. 화가 난 고객을 응대하는 방법과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 고객에게 가능한 것보다는 불가능한 것을 말한다.
- ② 화가 난 고객을 부정해서는 안 되며, 고객의 감정상태를 인지해야 한다.
- ③ 문제 해결을 위해 객관성을 유지한다.
- ④ 고객과 해결책을 협의하도록 한다.

79. 불만을 제기한 고객에 대한 응대 원칙이 아닌 것은?

- ① 우선 사과를 한다.
- ② 신속하게 해결을 한다.
- ③ 불만 원인을 파악한다.
- ④ 고객이 틀린 부분은 논쟁한다.

80. 텔레마케터의 효과적인 의사소통에 필요한 사항으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 같은 수준의 음량, 음조, 스피드로 말함으로써 고객이 집중해서 들을 수 있도록 한다.
- ② 말하는 동안 미소를 지음으로써 온화하고 성실한 분위기가 조성되어 친밀감을 형성할 수 있다.
- ③ 대화를 하는 가운데 가끔씩 잠깐 멈춤으로써 상담사는 숨을 돌릴 수 있고, 고객에게는 생각할 시간을 줄 수 있다.
- ④ 단어를 분명하고 명확하게 발음함으로써 메시지를 정확하게 고객에게 전달할 수 있다.

81. 고객이 조직의 어떤 일면과 접촉하는 접점으로서, 서비스를 제공하는 조직과 그 품질에 대해 어떤 인상을 받는 순간이나 사상을 의미하는 용어는?

- ① MOT      ② RFM
- ③ LTV      ④ FAB

82. 의사소통의 환경적 상황의 3가지 측면이 아닌 것은?

- ① 개인적 환경      ② 물리적 환경
- ③ 심리적 환경      ④ 사회적 환경

83. CRM의 성과를 정량적 측면과 정성적 측면으로 구분할 때 정성적 측면에 해당하는 것은?

- ① 원가절감      ② 고객유지
- ③ 시장점유율      ④ 구전효과

84. 기업의 CRM전략 수행에 있어서 콜센터가 중심적 역할을 수행하게 된 배경으로 적절하지 않은 것은?

- ① 고객데이터나 관련 데이터를 과학적인 분석기법으로 처리가 가능해졌다.
- ② 일대일(1 to 1) 마케팅 기법이 발달되었다.
- ③ 정보나 영업지식을 영업부서 내에서만 활용하도록 변화되었다.
- ④ 마케팅 자동화, 또는 SFA(Sales Force Automation)를 할 수 있게 되어 영업비용을 줄일 수 있게 되었다.

85. 다음이 설명하고 있는 것은?

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

86. 고객과의 관계개선을 위한 방법 중 자기노출에 대한 설명으로 적합하지 않은 것은?

- ① 자기노출이 증가하면 관계의 친밀감이 커진다.  
② 자기노출은 상호적인 경향이 있다.  
③ 여성은 남성보다 자기노출을 잘하는 경향이 있다.  
④ 자기노출은 보상이 따를 때 감소한다.

87. 커뮤니케이션 과정에서 전달과 수신 사이에 발생하며 의사소통을 왜곡시키는 요인을 의미하는 것은?

- ① 잡음(noise)                      ② 해독(decoding)  
③ 피드백(feedback)              ④ 부호화(encoding)

88. 우수한 고객응대를 통한 기업의 이득이 아닌 것은?

- ① 고객만족과 직원만족  
② 고객의 재구매  
③ 경쟁기업의 성장  
④ 기업에 대한 긍정적 이미지 형성

89. 상담원의 효과적인 경청으로 거리가 먼 것은?

- ① 고객의 이야기에 대한 관심을 구체적으로 표현한다.  
② 확실하지 않은 내용은 다시 한 번 정중하게 물어본다.  
③ 고객의 말을 끊지 말고 끝까지 주의 깊게 들어야 한다.  
④ 주관적 판단이나 감정을 통하여 이해하려고 노력한다.

90. 다음 괄호 안에 들어갈 말로 알맞은 것은?

CRM의 구체적인 실행을 지원하는 시스템이다. 기존의 전사적 자원관리시스템이 조직내부의 관리효율화를 담당하는 시스템임에 반하여 ( )은 조직과 고객 간의 관계향상, 즉 전사적 자원관리시스템의 기능 중에서 고객접촉과 관련된 기능을 강화하며 조직의 전 방위 업무를 지원하는 시스템이다.

- ① 분석 CRM                      ② 운영 CRM  
③ 협업 CRM                      ④ e-CRM

91. 다음 중 커뮤니케이션의 목적으로 틀린 것은?

- ① 영향력 행사                      ② 정보교환  
③ 감정표현                      ④ 자위방임

92. 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? 간단하게 얘기하세요.”

- ① 서비스 특징을 다양한 사례를 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.

93. 전화상담시 상황에 맞게 호감을 주는 말로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 긍정적일 때 - 잘 알겠습니다.  
② 정보를 제공할 때 - 메모 가능하십니까?  
③ 사과할 때 - 뭐라 사과를 드려야 할지 모르겠습니다.  
④ 부탁할 때 - 어떻게 하면 좋을까요?

94. 효과적인 경청기법이라고 할 수 없는 것은?

- ① 재진술                      ② 선판단  
③ 응대어 구사                      ④ 끝까지 경청

95. 고객지향마케팅에 대한 설명으로 맞는 것은?

- ① 상품의 시장점유율을 중심으로 마케팅 전략을 수립한다.  
② 상품의 특징 및 장점 등을 중심으로 마케팅 전략을 수립한다.  
③ 고객서비스 중심으로만 마케팅 전략을 수립한다.  
④ 고객이 의사결정의 기준이 되고, 고객관점에서 마케팅 전략을 수립한다.

96. 불만족고객을 대상으로 상담원의 상담기법이 틀린 것은?

- ① 인내심을 갖고 공감적 경청을 한다.  
② 항상 목소리를 높이며 소비자의 의견에 동조한다.  
③ 실현 가능한 문제해결 방법으로 최선을 다하고 있음을 전달한다.  
④ 문제해결이 만족스러웠는가를 확인한다.

97. CRM의 등장배경이 되는 마케팅 패러다임의 변화로 틀린 것은?

- ① 생산자 중심에서 고객중심으로의 변화  
② one-to-one 마케팅에서 mass 마케팅으로의 변화  
③ 양적 사고에서 질적 사고로의 변화  
④ 10인 1색에서 1인 10색으로의 변화

98. 다음 괄호 안에 들어갈 가장 알맞은 것은?

CRM이란 고객관리에 필수적인 요소들(기술 인프라, 시스템기능, 사업전략, 영업프로세스, 조직의 경영능력, 고객과 시장에 관련된 영업정보 등)을 ( )으로 종합, 통합하여 고객활동을 개선함으로써, 고객과의 장기적인 관계를 구축하고 기업의 경영성과를 개선하기 위한 새로운 경영방식이다.

- ① 기업중심                      ② 고객중심

③ 시장중심

④ 영업중심

99. 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

100. 고객상담시 고객과의 공감대를 형성하는 방법과 가장 거리가 먼 것은?

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

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