

1과목 : 판매관리

- 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
- 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?
- 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.
- 다음 중 시장세분화의 심리 분석적 변수는?
① 소 득 ② 직 업
③ 도시의 크기 ④ 라이프스타일
- 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.
- 가격결정에 영향을 미치는 요인을 내적요인과 외적요인으로 구분할 때, 내적요인으로 옳지 않은 것은?
① 마케팅목표 ② 마케팅믹스 전략
③ 원 가 ④ 시장과 수요
- 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)
- 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 일반적인 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
④ 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

- ① 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.
② 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.
② 면접상황에 대한 적응도가 높다.
③ 면접결과의 숫자화 측정이 용이하다.
④ 조사자의 행동이 통일성을 갖게 된다.

32. 탐색조사방법에 해당하지 않는 것은?

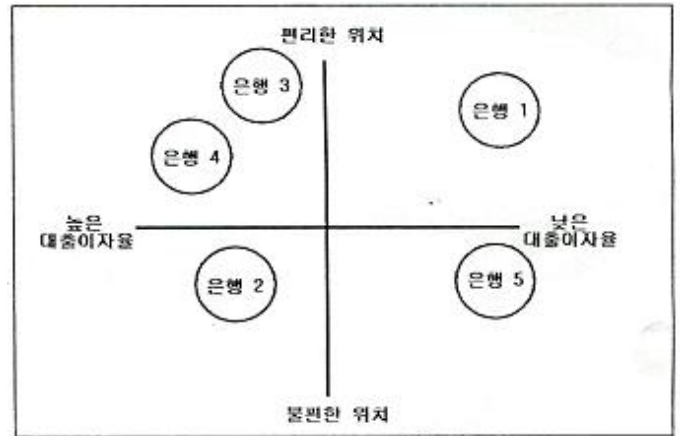
- ① 종단조사 ② 전문가 의견조사
③ 사례조사 ④ 문헌조사

33. 다음과 같은 질문으로 얻은 측정치는 어떤 척도에 해당되는가?

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

- ① 명목척도 ② 서열척도
③ 등간척도 ④ 비율척도

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



- ① 로드맵 ② 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.
③ 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.
③ 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.
④ 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 ④ 반작용 효과

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

- ① 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.
② 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 면접조사시 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 월별로) 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, 편익을 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

전자문제집 CBT 모바일 버전 : m.comcbt.com

기출문제 및 해설집 다운로드 : 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