2017년07월02일년 유통관리사 3급 필기시험 기출문제 답안

【1과목 : 20문제】 유통상식	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	⑤	③	①	④	③	⑤	②	④	①	⑤
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	⑤	①	③	②	④	②	③	②	④	③

【2과목 : 25문제】 판매 및 고객관리	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	②	④	④	①	①	①	③	②	①	⑤
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
	⑤	⑤	②	③	③	①	④	⑤	⑤	①
	41	42	43	44	45					
	④	⑤	③	⑤	③					

전자문제집 CBT 홈페이지 : https://www.cbtestpro.kr

최신 수정 자료와 해설(오타・오답・규정변경)은 cbtestpro.kr 웹 및 앱에서 확인하세요.

기출문제의 저작권은 출제기관에 있습니다. cbtestpro.kr 및 관련 앱에서는 편집 및 재구성 작업만 하였음을 밝힙니다.

CBT기출문제

전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

【1과목】유통상식 (20문제)

1. 유통의 기본 개념과 용어에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 상권(trade area)은 한 점포가 고객을 유인할 수 있는 지역범위를 말한다.

② 로지스틱스(logistics)란 원재료의 조달에서 제품판매, 재활용에 이르는 전과정을 총괄적으로 경영하는 것을 말한다.

③ 상품계획이란 고객의 수요를 예측하고, 고객에게 잘 팔릴 수 있는 상품을 선정하고, 그 상품을 확보, 관리하는 모든 활동을 말한다.

④ 판매촉진이란 소비자로 하여금 제품을 구매하도록 유도하기 위한 추가적인 인센티브를 제공하는 활동을 말한다.

⑤ 총마진수익율(GMROI)은 이익과 회전율을 동시에 감안하여 평균회전율을 총이익률로 나누어서 구한다.

2. POS 시스템에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 'Point Of Sales'의 머리글자를 딴 것으로 판매시점 정보관리를 뜻한다.

② POS 터미널, 스토어 콘트롤러 및 본부의 주 컴퓨터로 구성된다.

③ POS시스템을 통해 특정 소매점에서 수집된 자료는 전체 시장을 대표한다.

④ 점포 내에 진열되어 있는 상품의 판매 및 재고 현황을 파악하기가 용이하다.

⑤ 시간대별로 상품의 매출현황을 파악하여 분석목적에 따라 가공하여 출력할 수 있다.

3. ( ) 안에 들어갈 용어를 순서대로 올바르게 나열한 것은?

바코드는 제조업자 또는 중간상에 의해 부착될 수 있다. 제조업자가 생산시점에 바코드를 인쇄하는 것을 ( )(이)라 하고 소매상이 제품에 점포 나름대로 코드를 부여해 인쇄 후 스티커 형식으로 부착하는 것을 ( )(이)라 한다.

① 소스마킹, 인스토어마킹

② 스토어마킹, 소스마킹

③ RFID, POS시스템

④ POS시스템, RFID

⑤ POS시스템, 스캐너데이터

4. 유통경로 갈등의 유형 중 수직적 갈등에 해당하는 것은?

① 생산자 ↔ 생산자

② 도매상 ↔ 도매상

③ 소매상 ↔ 소매상

④ 도매상 ↔ 소매상

⑤ 소매상 ↔ 소비자

5. 소매상과 비교한 도매상의 특징으로 가장 옳지 않은 것은?

① 도매상은 최종소비자가 아니라 사업고객과 주로 거래한다.

② 도매상은 입지, 촉진, 점포분위기 등이 소매상에 비해 상대적으로 덜 중요하다.

③ 도매상은 소매상과 달리 고객서비스를 대행하는 유통기능은 수행하지 않는다.

④ 도매상은 상대적으로 더 넓은 상권을 대상으로 대규모 거래를 한다.

⑤ 도매상은 소매상과 다른 법적 규제를 받는다.

6. 최근 소매업계에서 일어나고 있는 주요한 추세라고 보기 어려운 것은?

① 컴퓨터 및 모바일 기술의 영향력 증가

② 소매업의 양극화 현상 심화

③ 중간상 촉진의 증가

④ 대형마트나 편의점 등에서 유통업체 브랜드 확대

⑤ 파워소매업자에 의한 소매시장 지배력 약화

7. 다음의 설명에 해당하는 도매상으로 가장 옳은 것은?

- 석탄, 목재, 중장비 등과 같은 제품을 대량으로 구매계약하고 생산자의 창고나 보관장소에 그대로 두지만 제품에 대한 소유권은 도매상이 갖는다.
- 소매상과 접촉하여 계약을 체결하고 제품은 공급자나 생산자가 직접 소매점에 선적 및 운반하도록 하기 때문에 도매상은 물적흐름에는 관여하지 않는다.
- 소매상이나 혹은 산업소비자로부터 주문이 오면 생산자가 구매자에게 배송하도록 하고 대금만 회수하기 때문에 도매상은 직접 재고를 보유하지 않는다.

① 대리 도매상(agent wholesaler)

② 직송 도매상(drop shipper)

③ 트럭 도매상(truck jobber)

④ 완전서비스 도매상(full service wholesaler)

⑤ 현금 무배달 도매상(cash and carry wholesaler)

8. '청소년 보호법'에서 금지하는 청소년 유해행위에 포함되지 않는 것은?

① 남녀 혼숙하게 하는 등 풍기를 문란하게 하는 영업행위, 이를 목적으로 장소를 제공하는 행위

② 영리를 목적으로 청소년으로 하여금 영업장으로 손님을 유인하는 행위

③ 주로 차 종류를 조리·판매하는 업소에서 영업장을 벗어나 차 종류를 배달하는 행위를 하게 하거나 이를 조장하거나 묵인하는 행위

④ 시간제 근무 형태로 고용된 청소년 근로자를 근무시간 외에 지속적으로 연장하여 근무시키는 행위

⑤ 영리나 흥행을 목적으로 청소년의 장애나 기형 등의 모습을 일반인들에게 관람시키는 행위

9. 유통경로의 기능으로 가장 옳지 않은 것은?

① 경로통제의 효율성 제고

② 소비자와 제조업자의 연결

③ 교환과정의 촉진

④ 고객서비스 제공

⑤ 제품구색 불일치의 완화

10. 소비자기본법에서 제시된 소비자의 8대 권리 중 다음의 사례에 해당하는 권리로서 가장 적절한 것은?

고 객 : 여기에서 구매한지 1주일도 안된 TV제품이 정상적으로 작동을 안해요.
종업원 : 믿고 구매해 주셨는데 이런 일이 생겨서 정말 죄송합니다. 제품을 교환하시거나 구입가를 환급해드리겠습니다.

① 물품 등을 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리

② 물품 등을 선택함에 있어서 거래상대방, 구입, 장소, 가격 및 거래조건 등을 자유로이 선택할 권리

③ 소비자 스스로의 권익증진을 위해 단체를 조직하고 활동할 수 있는 권리

④ 소비생활에 영향을 주는 정책과 사업자활동 등에 대하여 의견을 반영시킬 권리

⑤ 피해에 대하여 신속 · 공정한 절차에 따라 적절한 보상을 받을 권리

11. 유통산업발전법에서 규정하는 유통관리사의 직무사항에 해당하지 않는 것은?

① 유통경영·관리 기법의 향상

② 유통경영·관리와 관련한 계획, 조사, 연구

③ 유통경영·관리와 관련한 진단 및 평가

④ 유통경영·관리와 관련한 상담 및 자문

⑤ 유통경영·관리와 관련된 인력양성

12. 특정 지역 안에서 특약점이나 대리점을 두어 전매권을 부여하고 경쟁품의 취급을 금지하고자 할 때 사용하는 유통경로 형태로서, 고급자동차, 귀금속, 의류 등 고가품에 적용이 가능한 유통경로는?

① 전속적 유통경로

② 개방적 유통경로

③ 복수 유통경로

④ 주문제작 유통경로

⑤ 선택적 유통경로

13. 업태와 특징의 짝으로 가장 옳은 것은?

① 파워센터 - 중소기업의 우량상품을 적극 발굴하여 TV로 판매

② 슈퍼마켓 - 소비자의 개성화, 고급화된 취향 충족

③ 할인점 - 고회전, 저마진 상품을 주로 취급

④ 홈쇼핑 - 박스단위의 디스플레이

⑤ 드럭스토어 - 염가점들을 종합해 놓은 초대형 소매점

14. 판매원으로서 고객을 방문할 때의 예절로 옳지 않은 것은?

① 약속시간보다 여유를 두고 미리 도착하여 용모와 복장을 점검한다.

② 첫 방문 또는 초면일 경우에 명함을 주는 것은 실례이므로 가져가지 않는 것이 좋다.

③ 사전에 알리지 않은 사람과 동행하는 것은 상대를 당황하게 할 수 있으므로 지양한다.

④ 사무실 방문 시, 사무실에 들어가기 전에 코트와 장갑은 미리 벗는다.

⑤ 상대방이 바쁜 시간을 피해 약속을 잡고 방문한다.

15. 완구나 스포츠용품처럼 특정품목군만을 집중적으로 취급하는 유통형태로 해당품목에 대한 상세한 정보와 함께 다양한 제품을 살펴보고 구매할 수 있는 장점을 갖고 있는 소매업태는?

① 대형할인점

② 종합쇼핑몰

③ 홈쇼핑

④ 카테고리킬러

⑤ 백화점

16. 소매기업 업태분류에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 공급자보다는 소비자를 중심으로 하여 분류된다.

② 상품을 만드는 방법에 따라 분류된다.

③ 어떤 판매방법을 사용하는가에 따라 분류된다.

④ 소비자의 구매편리성에 입각해 어떤 경영전략을 펴는가에 따라 분류된다.

⑤ 동일한 상품을 취급하더라도 업태는 다양화 될 수 있다.

17. 프랜차이즈 시스템에서 가맹점 사업자(프랜차이지) 측면의 장점으로 옳지 않은 것은?

① 사업경험과 지식이 없더라도 창업이 용이하다.

② 가맹본부의 높은 인지도를 통해 소비자의 신뢰를 얻을 수 있다.

③ 직접적으로 경영에 참여하지 않으므로 제품개발에 전념할 수 있다.

④ 검증된 품질과 가격으로 원재료 및 부재료를 보다 안정적으로 공급받을 수 있다.

⑤ 효율성이 입증된 제품을 이용하여 영업하기 때문에 자영업자보다 상대적으로 실패위험이 낮은 편이다.

18. 소매상 진화발전 이론 중 소매점의 진화과정을 주로 소매점에서 취급하는 상품 구색의 폭으로 설명한 이론은?

① 소매상 수레바퀴 이론(Wheel of retailing)

② 소매점 아코디언이론(Retail accordion theory)

③ 변증법적 과정(Dialectic process)

④ 소매상 수명주기이론 (Retail life cycle theory)

⑤ 소매기관 적응행동 이론(Adaptive theory)

19. 직접유통에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 교통발달로 인해 유통경로가 단축되어 직접유통이 발달할 수 있게 되었다.

② 생산자가 직접 소비자에게 제품을 유통시키는 것을 말한다.

③ 유통경로길이가 가장 짧은 형태로 강력한 경로통제가 가능한 경로이다.

④ 생산자와 소비자 사이에 하나 이상의 유통기관을 거치는 형태를 말한다.

⑤ 도매상이 부당한 이윤을 취하고 있다는 생산자의 불만도 직접유통이 생겨난 이유가 될 수 있다.

20. 유통업의 환경변화 중 사회, 경제적 요인에 해당하지 않는 것은?

① 싱글족의 증가

② 맞벌이 부부의 증가

③ 평균 수명의 증가

④ 소득수준의 증가

⑤ 소비구조의 변화

【2과목】판매 및 고객관리 (25문제)

21. ( ) 안에 들어갈 용어로 옳은 것은?

> ( )은/는 사람들이 정보를 얻기 위해서 해당 사이트를 직접 방문할 필요가 없게 한 것이다. 자동으로 수집된 정보를 손쉽게 받아볼 수 있도록 하여 새로운 소식이 업데이트 될 때마다 자동으로 확인이 가능하게 한다.

① SSR(Simple Syndication Reality)

② RSS(Really Simple Syndication)

③ QR(Quick Response)

④ SNS(Social Network System)

⑤ VR(Virtual Reality)

22. 판매원으로서 전화를 걸거나 받을 때 주의해야 할 점으로 가장 옳은 것은?

① 통화상대가 누구인지 확인할 필요는 없다.

② 메모를 하면 쓰는 시간이 소요되므로 최대한 전달내용을 머릿속으로 기억하도록 한다.

③ 통화 도중에 다른 사람과 상의할 일이 생기면 양해를 구하고 전화기를 그대로 들고 있는 상태에서 상의한다.

④ 마무리 인사는 꼭 하고, 고객보다 나중에 끊는다.

⑤ 자신의 소속과 성명을 밝힐 필요는 없다.

23. 소비자의 구매행동에 영향을 미치는 요인 중 사회적 요인은?

① 동기

② 학습

③ 태도

④ 가족

⑤ 개성

24. 고객에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

① 고객충성도가 피상적이고 일시적인 태도라면 고객만족도는 오랜 기간의 구매 행동을 통해 축적된, 보다 강력하고 장기적인 개념이다.

② 기존 고객을 유지하는 것보다 신규 고객을 획득하는 것이 비용이 더 많이 들고 더 어렵다.

③ 고객을 유지한 기간이 길수록 기업에 대한 고객의 충성도가 높은 경향이 있다.

④ CRM에서는 신규고객 수를 늘리려는 노력보다는 기존고객을 유지하고 이탈고객을 최소화하고자 노력한다.

⑤ 고객을 창출하는 과정에서 가장 힘들고 비용이 많이 드는 고객은 초기 구매자이다.

25. ( ) 안에 들어갈 용어를 순서대로 올바르게 나열한 것은?

> - 기존에 거래한 상품, 서비스 이외에도 자사의 다른 상품, 서비스들을 다양하게 이용하도록 고객을 유도하는 것을 (㉠)(이)라고 한다.
> - 고객이 현재 찾고 있는 상품의 유사상위 상품으로 판매를 유도하는 것을 (㉡)(이)라고 한다.
> - 예금과 대출 업무에 주력해오던 은행이 보험회사의 상품 등 다른 금융부분의 판매채널을 이용해 자사상품을 판매하는 방카슈랑스는 (㉢)에 속한다.

	㉠	㉡	㉢
①	교차판매	상향판매	교차판매
②	상향판매	교차판매	상향판매
③	대량마케팅	맞춤마케팅	맞춤마케팅
④	맞춤마케팅	대량마케팅	대량마케팅
⑤	대량마케팅	맞춤마케팅	대량마케팅

① ①

② ②

③ ③

④ ④

⑤ ⑤

26. 슈퍼마켓 상품군별 배치의 방법으로 가장 옳지 않은 것은?

① 생식품은 소비빈도가 낮기 때문에 보조동선에 배치한다.

② 셀프매대는 구색을 강화하여 지속적인 판매에 중점을 두고 배치한다.

③ 계산대 가까운 곳에는 깨지기 쉽고 무거운 것을 배치하여 쇼핑 후 마지막으로 쇼핑하도록 하게 한다.

④ 냉동식품은 한 곳에 밀집하여 배치한다.

⑤ 행사상품은 주동선에 인접하여 고객의 통행을 방해하지 않는 크기로 운영한다.

27. 가격형 판촉 유형은?

① 샘플과 무료 체험

② 사은품이나 경품

③ 상환

④ 고정 고객 우대 프로그램

⑤ 콘테스트

28. 점포 레이아웃 유형 중 그리드(grid)형에 대해 기술한 것을 모두 고르면?

> ㉠ 계산대나 고정물이 일렬로 배열된다.
> ㉡ 주동선, 보조동선, 순환통로, 설비표준화로 점포운영비용이 절감된다.
> ㉢ 상품진열공간이 적어 투자비용이 증가된다.
> ㉣ 공간 활용이 낮다.

① ㉠, ㉣
② ㉠, ㉡
③ ㉠, ㉢
④ ㉠, ㉡, ㉢
⑤ ㉠, ㉡, ㉣

29. 서비스 품질을 측정할 수 있는 방법 중 하나인 SERVQUAL의 핵심요소가 아닌 것은?

① 발전성(Advance)
② 신뢰성(Reliability)
③ 공감성(Empathy)
④ 반응성(Responsiveness)
⑤ 유형성(Tangibles)

30. 고객을 가장 적절하게 응대한 경우는?

① 고객의 요구를 들어줄 수 없을 경우 미련을 갖지 않도록 하기 위해 무조건 안 된다고 단칼에 얘기한다.
② 고객을 이해시키기 위해 장황하게 설명한다.
③ 고객의 요구를 파악하기 어려울 경우 똑같이 애매하게 대답한다.
④ 설명할 내용이 많으면 급하게 처리하기 위해서 빠르게 설명한다.
⑤ 자신의 업무와 관계가 없는 요구가 들어오더라도 확인 후 말씀드리겠다고 고객에게 응대하거나 업무담당자를 연결시켜준다.

31. 다음의 장·단점을 가지는 광고 매체로 옳은 것은?

장점	단점
- 광고의 전달 범위가 넓음 - 고객정보 수집이 용이 - 고객과의 쌍방향 커뮤니케이션 가능	- 정보의 수명이 짧고 깊이가 얇음 - 지나치게 광고할 경우 소비자에게 거부감을 줄 수 있음

① TV
② 잡지
③ 라디오
④ 옥외 광고
⑤ 인터넷 광고

32. 고객이 상품의 쇼핑과 구매를 통해 충족시킬 수 있는 심리적 욕구와 가장 거리가 먼 것은?

① 사회적 경험
② 지위와 영향력
③ 모험
④ 자기 보상
⑤ 의식주 해결

Download on the App Store 전자문제집 CBT(App Store) :[다운로드]
GET IT ON Google Play 전자문제집 CBT(Google Play) :[다운로드]

33. 다음의 설명에 해당하는 포장의 기능은?

> 포장이 가지는 가장 기본적인 기능으로, 외부 충격이나 눈, 비 등으로부터 제품이 훼손되지 않게 하고 생산부터 소비자에게 전달되기까지 안전하게 제품을 지키는 기능

① 상품성
② 보호성
③ 편리성
④ 심리성
⑤ 배송성

34. 다음의 설명에 해당하는 상품 디스플레이의 기본 진열방법은?

> 상품 진열대에서 잘 팔리는 상품 옆에 이익은 높으나 잘 팔리지 않는 상품을 같이 진열해서 판매를 촉진하는 진열 방법이다.

① 수직 진열

② 수평 진열

③ 샌드위치 진열

④ 라이트업 진열

⑤ 전진 입체 진열

35. 아래에서 설명하고 있는 STP 전략의 단계는?

> - 고객의 욕구를 충족하고 기업에 최대의 이익을 가져다 줄 수 있는 시장을 고르는 것이다.
> - 비차별화 마케팅 전략, 차별화 마케팅 전략, 집중화 마케팅 전략 등이 있다.

① 시장 세분화

② 포지셔닝

③ 표적 시장의 선정

④ 경쟁 시장 분석

⑤ 제품 특화 개발 단계

36. 다음은 고객의 구매 심리 단계를 나타낸 것이다. (㉠), (㉡) 안에 들어갈 단계를 순서대로 올바르게 나열한 것은?

> 관심 → 흥미 → (㉠) → 욕망 → (㉡) → 신뢰와 확신 → 구매 → 만족

① ㉠ 연상, ㉡ 비교와 검토

② ㉠ 흥미의 구체화, ㉡ 집착

③ ㉠ 비교와 검토, ㉡ 연상

④ ㉠ 연상, ㉡ 집착

⑤ ㉠ 비교와 검토, ㉡ 조사

37. 고객과 대화를 하는 기본예절로 가장 옳지 않은 것은?

① 표준어를 사용한다.

② 발음에 유의하며 전문용어, 외국어를 남발하지 않는다.

③ 명령형보다 의뢰형을 사용한다.

④ 유행어, 비속어를 사용하여 부드러운 상황을 연출하도록 한다.

⑤ 부정형, 단정형의 말로 끝내기보다 문제 상황에 대한 대안을 제시한다.

38. 다음 글상자에서 설명하는 마케팅관리철학(혹은 개념)은?

> - '만들면 팔린다'는 사고
> - 영업 사원은 단순히 제품을 전달하는 역할을 수행
> - 고객은 합리적인 가격과 제품 취득 가능성에만 관심을 둠

① 고객 지향적 개념

② 매매 지향적 개념

③ 판매 지향적 개념

④ 서비스 지향적 개념

⑤ 생산 지향적 개념

39. 편의품과 관련 있는 설명으로 옳은 것을 모두 나열한 것은?

> ㉠ 높은 구매빈도 ㉡ 낮은 구매빈도
> ㉢ 높은 회전율 ㉣ 낮은 회전율
> ㉤ 대량생산이 가능함 ㉥ 집약적 유통방식
> ㉦ 전속적 유통방식

① ㉠, ㉢, ㉥

② ㉡, ㉣, ㉤, ㉥

③ ㉠, ㉢, ㉦

④ ㉡, ㉣, ㉥

⑤ ㉠, ㉢, ㉤, ㉥

40. 각종 식품을 다루는 방법으로 가장 옳지 않은 것은?

① 냉동식품은 식품공전에 따르면 보존온도를 –10도 이하로 유지해야 한다.

② 가공식품의 경우 유효기간을 항상 확인해야 한다.

③ 냉동식품이라고 하더라도 식품별로 구역을 나누어서 정리한다.

④ 유제품과 같이 유통기간이 짧은 제품은 남은 유통기간 정도에 따라 가격할인을 실시하기도 한다.

⑤ 신선식품의 경우 자체 행사를 통해서 당일 판매를 유도하기도 한다.

41. 고객이 최근에, 얼마나 자주, 얼마나 많은 금액을 구매했는지를 검토해서 고객의 생애가치를 분석하는 기법은?

① SCM기법

② 다빈도 구매자 프로그램

③ 이중부호화기법

④ RFM분석

⑤ 장바구니분석

42. 체계적인 고객 관리에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

① 고객의 불만들은 접수될 때만 즉시 해결하면 된다.

② 고객과의 의사소통보다는 제품 개발에 더 투자를 해도 된다.

③ 한 명의 고객을 잃어도 다른 고객들이 더 많으므로 기업 경영에는 아무 문제가 없다.

④ 고객의 불평을 통해 소중한 정보나 아이디어를 얻는 것은 불가능하다.

⑤ 적극적인 고객관리를 통해 부정적인 구전효과를 방지한다.

43. ( ) 안에 들어갈 알맞은 단어는 무엇인가?

(　　)은(는) 가장 판매가 잘되는 장소를 말하는 것으로서, 진열범위 내에서 상품이 가장 잘 보이고 손이 쉽게 닿을 수 있는 높이의 범위를 말한다. 구체적으로는 눈높이로부터 20° 내려간 선을 중심으로 위로 10°, 아래로 20°~30° 자리를 말한다.

① POP(Point Of Purchase)

② POS(Point Of Sales)

③ 골든 라인(Golden line)

④ 판매제시

⑤ 디스플레이(Display)

44. 고객관계관리(Customer Relationship Management : CRM)의 특성 및 설명으로 옳지 않은 것은?

① CRM은 시장 점유율보다 고객 점유율을 더 중요시한다.

② CRM은 고객의 획득보다는 고객의 유지에 중점을 둔다.

③ CRM은 단순한 제품 판매보다는 고객 관계에 중점을 두고 있다.

④ CRM은 고객과의 관계를 통해 고객의 욕구를 파악하여 상품을 만들고, 적시에 공급하여 기업의 높은 경영 성과를 거두려는 전략이다.

⑤ CRM은 데이터를 심층적으로 분석하고 가치화하는 작업을 대부분 외부 전문가 집단에 위임하고 있어 기업은 고객에 관한 데이터베이스를 구축할 필요가 없다.

45. 시각적 머천다이징(VMD)에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

① Visual Merchandising의 약자로, 시각적으로 소비자의 구매를 유도해 판매에 이르게 하는 전략을 뜻한다.

② VMD의 기대효과는 들어가고 싶은 매장, 고르기 쉬운 매장, 사고 싶은 상품이 많은 매장, 판매와 관리가 편한 매장을 형성할 수 있다는 것이다.

③ VMD를 활용하여 쇼윈도위와 스테이지 등에 전시된 상품을 일정기간 단위로 교체하면, 고객이 혼란을 느낄 수 있으므로 가급적 변화를 지양하여야 한다.

④ 마네킹, 바디 등 다양한 종류의 보조물을 목적에 따라 적절하게 사용해야 한다.

⑤ 매장에 진열되어 있는 상품을 돋보이게 하기 위해 조명을 이용하여 매장의 분위기를 연출한다.