

2018년11월04일년 유통관리사 3급 필기시험 기출문제 답안

【1과목 : 20문제】 유통상식	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	⑤	③	③	⑤	③	②	④	③	③	②
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	①	①	③	⑤	③	④	④	③	⑤	②
【2과목 : 25문제】 판매 및 고객관리	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	①	⑤	④	④	⑤	②	④	③	①	③
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
	①	①	①	②	①	④	③	⑤	③	③
	41	42	43	44	45					
	⑤	④	④	③	②					

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.



전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!



【1과목】 유통상식 (20문제)

1. 다음 중 도매상의 소매상에 대한 기능으로 옳지 않은 것은?

- ① 소비자가 요구하는 물품을 수집하여 소매상에게 분산하는 수집분산 기능
- ② 생산자가 판매한 대량의 화물을 소매상이 원하는 만큼 소량으로 분할하는 기능
- ③ 도매상의 신용거래로 소매상의 재정을 원활하게 하는 재정안정 기능
- ④ 소매상의 상품보관을 위한 비용 절감 및 보관기관 단축으로 인한 상품회전율 증대 기능
- ⑤ 소매상을 대신해서 생산물을 보관하고 운반해주는 수송보관의 기능

2. 유통의 기본 기능 중 상적 유통기능에 해당하는 것은?

- ① 운송 및 보관 기능
- ② 장소적·시간적 통일 기능
- ③ 소유권 이전 기능
- ④ 금융 기능
- ⑤ 위험부담 기능

3. 아래 글상자 설명에 해당하는 소매상 발전이론은?

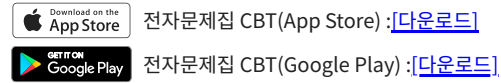
- 홀랜더(Hollander)가 주장한 이론으로서 소매상의 진화과정을 제품믹스에 초점을 두고 설명하고 있다.
- 소매상의 변천은 제품구색의 확대→축소→확대에 따라서 종합점→전문점→종합점의 순서로 진화해간다.

- ① 변증법적 이론
- ② 자연도태 이론
- ③ 소매상 아코디언 이론
- ④ 소매상 수명주기 이론
- ⑤ 소매상 수레바퀴 이론

4. 소비자기본법(법률 제15696호, 2018.6.12., 일부개정) 상의 소비자의 기본적 권리로 옳지 않은 것은?

- ① 합리적인 소비 생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리가 있다.
- ② 물품 등의 사용으로 인하여 입은 피해에 대하여 신속하고 공정한 절차에 따라 적절한 보상을 받을 권리가 있다.
- ③ 안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리가 있다.
- ④ 소비자 스스로의 권익을 증진하기 위해서 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리가 있다.

소비자는 상품 및 서비스를 선택함에 있어서 필요한 정보를 제공받을 권리가 있으나, 기업의 노하우에 해당하는 원산지, 원재료 등에 대한 정보는 제공이 제한되기도 한다.



5. 판매원이 고객에게 서비스를 제공할 때 지켜야하는 기본규칙으로 옳은 것은?

- ① 필요할 경우에는 고객과의 언쟁도 가능하다는 점을 인지한다.
- ② 고객의 이야기는 상품을 판매하는 중에만 경청하면 된다.
- ③ 자신이 속한 조직에 자부심을 가지고 응대한다.
- ④ 외모는 최대한 최신 유행에 맞추어 치장한다.
- ⑤ 언어적인 의사표현에만 신중을 기한다.

6. 근로자라 함은 직업의 종류를 불문하고 사업 또는 사업장에서 임금을 목적으로 근로를 제공하는 자를 말한다. 청소년 근로자에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 청소년보호법에 따르면 청소년이란 만 19세 미만인 사람을 뜻한다.
- ② 청소년은 미성숙한 사회인이기 때문에 성인과 동일한 최저임금을 받지 않는다.
- ③ 청소년은 근로시간 제한이나, 야간근무 금지 등 특별한 보호를 받는다.
- ④ 청소년 근로자도 유급 휴일과 휴가를 받을 수 있다.
- ⑤ 일하다가 다쳤다면 산업재해보상보험법이나 근로기준법에 따라 치료와 보상을 받을 수 있다.

7. 아래 글상자 신문기사의 판매원이 수행한 고객활성화 활동의 짝으로 옳은 것은?

정수기, 공기청정기, 연수기 등을 생산하며 판매하는 (株)○○은 최근 영업왕 선발대회를 통해 최영광씨를 영업왕으로 선발하였다. 그는 (㉠) 정수기를 렌탈하며 사용하던 기업고객을 대상으로 공기청정기를 추가적으로 렌탈하게 하였고, (㉡) 기존 월 2만원의 보급형모델의 공기청정기를 사용하는 일반 고객들에게 최신식의 고급형 월 3만원의 모델을 렌탈하게 하며 높은 실적으로 보였다.

--■■일보, 2018년 10월 10일자--

- ① ㉠-교차판매, ㉡-관계판매
- ② ㉠-상승판매, ㉡-교차판매
- ③ ㉠-관계판매, ㉡-교차판매
- ④ ㉠-교차판매, ㉡-상승판매
- ⑤ ㉠-상승판매, ㉡-관계판매

8. 직업선택의 기준에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- 적성: 자신의 적성과 소질에 맞는 일을 할 때 일에 대한 즐거움을 느끼고 능률이 오를 수 있으므로 그 직업이 자기 적성에 맞는지를 고려한다.
- ① 거움을 느끼고 능률이 오를 수 있으므로 그 직업이 자기 적성에 맞는지를 고려한다.
 - ② 장래성: 직업은 일시적인 것이 아니라 평생직업이 될 수 있으므로 전망과 발전가능성을 고려한다.
 - ③ 경제적 소득: 직업의 보람은 반드시 경제적 소득에 의해 서만 얻을 수 있으므로 경제적 소득이 유일한 직업선택 기준이 되어야 한다.
 - ④ 자아실현: 직업을 통해서 스스로의 인생목표를 실현할 수 있도록 고려한다.
 - ⑤ 직업환경 등: 직업병 발생유무, 정신적·신체적 적응가능성, 전문성도 고려대상이 될 수 있다.

9. 직업윤리에 관련된 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 직업윤리란 일반윤리의 한 특수한 형태이다.
- ② 직업윤리는 모든 직업인에게 일반적으로 요구되는 '직업 일반의 윤리'와 각 직종에 따라 특수하게 요구되는 '특정 직업의 윤리'로 구분된다.
- ③ 직업윤리는 국민윤리나 일반윤리보다 더 넓은 의미의 직업에 대한 가치 체계이다.
- ④ 일반윤리와 직업윤리는 서로 상호보완적 관계에 있어야 한다.
- ⑤ 직업인들이 직업윤리를 통해 자발적으로 상호간의 신뢰를 구축할 수 있어야 공정하고 합리적인 사회가 운영될 수 있다.

10. 아래 글상자는 윤리경영 측면에서 본 이해관계자에 따른 핵심 가치와 주요 관심 이슈들에 대해 기술한 것이다. 각 주요 관심 이슈들에 따른 이해관계자가 가장 옳지 않은 것은?

구분	이해관계자	핵심가치	주요 관심 이슈들
㉠	경쟁자	공정성	불공정 경쟁, 가격덤프, 지적재산권 침해, 산업스파이 활용 등
㉡	해외정부	인간존중	고용차별, 성차별, 성희롱, 부당한 노사관계, 근로기준법 위반 등
㉢	투자자	투명성	시장조작, 경영정보 허위공시, 분식회계, 기업지배행위 등
㉤	정부	책임, 의무	탈세, 돈세탁, 뇌물, 정치개입, 부당정치자금 조성 등
㉥	고객	신뢰성	고객불만무시, 허위·과대광고, 고객정보 유출, 효능·성분 허위표시 등

- ① ㉠
- ② ㉡
- ③ ㉢
- ④ ㉤
- ⑤ ㉥

11. 고객을 응대하는 판매원의 인사예절에 대한 설명 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 인사말의 끝은 한음 정도 내려서 정중한 분위기를 연출한다.
- ② 일상생활에서의 보통 인사는 30도 정도의 각도를 유지한다.
- ③ 항상 자연스러운 미소를 머금는다.
- ④ 고객을 기다리게 할 때는 간단한 목례를 한다.
- ⑤ “어서 오십시오” 등의 응대는 숙인 상태에서 실시한다.

12. 성희롱의 대처방법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 직접적으로 거부 의사를 전달하는 것은 피하는 것이 좋다.
- ② 정식으로 항의하는 것이 중요하다.
- ③ 가해자와 직접 부딪치기 어려울 때에는 문서로 발송한다.
- ④ 혼자 대처하기 어려울 때는 제3자에 의한 신고도 가능하다.
- ⑤ 회사 외부의 신고기관에 도움을 요청할 수 있다.

13. 소매점이 구사하는 전략들에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 병행수입이란 소매업자가 스스로 해외의 도매업자 등에 게 직접 구입하는 것을 의미한다.
- ② 병행수입은 수입총판을 통하여 구매하는 것보다 저렴하게 매입할 수 있다.
- ③ 병행수입은 해외 생산자의 직접적인 애프터서비스가 확실히 보장된다는 장점이 있다.
- ④ 도미넌트 전략이란 특정한 어느 지역에 집중적으로 복수의 체인점을 개설하는 전략을 의미한다.
- ⑤ 도미넌트 전략을 통해 해당지역에서는 체인점 지명도가 올라갈 수 있으나 인구성장이 지체되는 지역에서는 체인점이 도산할 가능성이 있다.

14. 편의점(CVS)의 특성에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 마진율과 상품회전율이 낮다.
- ② 입점은 주로 교외지역에 위치한다.
- ③ 다수의 노동력으로 유지 및 관리한다.
- ④ 상품 구매 시 시간의 구매를 많이 받는다.
- ⑤ 소비자 가격은 비할인 정찰제를 원칙으로 한다.

15. 아래 글상자 괄호 안에 들어갈 올바른 용어로만 나열된 것은?

(㉠) : 상품회전율은 높으나, 판매마진율은 낮다.
(㉡) : 구매빈도는 매우 낮으나, 상표에 대한 관심은 매우 높다.
(㉢) : 상품의 단가는 비교적 높은 편이지만, 상품의 대량판매는 쉽다.

- ① ㉠: 선매품, ㉡: 전문품, ㉢: 편의품
- ② ㉠: 전문품, ㉡: 선매품, ㉢: 편의품
- ③ ㉠: 편의품, ㉡: 전문품, ㉢: 선매품
- ④ ㉠: 전문품, ㉡: 편의품, ㉢: 선매품
- ⑤ ㉠: 선매품, ㉡: 편의품, ㉢: 전문품

16. 매장 내 상품구성에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 상품구성을 결정할 때 주고객이 어느 계층인지를 고려해야 한다.
- ② 상품구성을 결정할 때 고객의 라이프 스타일을 고려해야 한다.
- ③ 고객의 구매결정요소에 맞는 상품으로 구성해야 한다.
- ④ 편의품, 선매품, 전문품이 골고루 분포될 수 있도록 구성해야 한다.
- ⑤ 판매방법 및 서비스에 맞게 상품구성이 결정되어야 한다.

17. 백화점의 유통 특성으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 다양한 상품계열 확보
- ② 머천다이징 중시
- ③ 고객관계관리 중시
- ④ 재고 위험은 백화점이 모두 부담
- ⑤ 편리한 입지와 쾌적한 쇼핑공간 제공

18. 인터넷 유통경로에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 풍부한 정보 제공과 편리하며 경제적이라는 이유로 빠른 성장을 구가하고 있다.
- ② 인터넷 채널은 재화의 판매 뿐만 아니라 서비스의 판매에도 많은 영향을 미친다.
- ③ 초창기 인터넷을 통해 생산자가 소비자에게 직접 판매하는 탈중간상화가 유통의 주요 현상으로 나타났고 이후 중간상의 기능은 약화되었다.
- ④ 기존 점포형 소매업과 인터넷 소매업을 동시에 이용하는 다채널전략에 이어 옴니채널전략으로 진화하고 있다.
- ⑤ 다른 채널에 비해 반품률이 높으며 환불에 대한 소비자불만이 많은 편이다.

19. 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, 재할용에 이르는 전과정을 총괄적으로 관리하는 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 위해 추가적인 인센티브를 제공하는 활동을 말한다.
- ⑤ 총마진수익률(GMROI)은 이익과 회전율을 동시에 감안하여 평균회전율을 총이익률로 나누어서 구한다.

20. 서비스 제공 실패 후, 종업원들의 회복노력을 통해 고객신뢰가 재창출될 수 있다. 이를 위해 종업원 행동을 자극할 수 있는 방안으로 옳지 않은 것은?

- ① 비정형적인 일이 발생했을 때 주도권을 행사하고 임기응변에 능할 수 있도록 종업원들을 훈련시킨다.
- ② 종업원들이 문제를 발생시킨 것이므로 종업원들에게 고객을 만족시킬 권한과 재량을 최소한으로 제한한다.
- ③ 문제해결을 잘한 직원들에게는 더욱 훌륭하게 되도록 격려하기 위해 동기부여하고 보상을 제공한다.
- ④ 종업원들이 문제를 효과적으로 해결할 수 있도록 기술과 정보를 제공해 준다.
- ⑤ 고객서비스 담당자들은 감정적으로 스트레스를 받기 때문에 즐겁고 안정적인 작업환경을 제공하도록 한다.

【2과목】 판매 및 고객관리 (25문제)

21. 마케팅 믹스(4P)에 해당하지 않는 것은?

- ① 포지셔닝(Positioning)
- ② 제품(Product)
- ③ 가격(Price)
- ④ 유통(Place)
- ⑤ 촉진(Promotion)

22. 기업이 판매향상을 위해서 구사하는 푸쉬(push) / 풀(pull)전략에 대해 옳지 않은 것은?

- ① push 전략은 중간상으로 하여금 그 제품을 취급하고 촉진하여 최종소비자에게 판매하도록 한다.
- ② push 전략은 제조업자가 중간상 촉진을 사용하는 것과 관련된다.
- ③ push 전략은 상표충성도가 낮고 상표선택이 점포에서 이뤄지는 경우에 적절하다.
- ④ pull 전략은 관여수준이 높은 경우, 사람들이 상표들 간의 차이를 지각한 경우에 적절하다.
- ⑤ 기업은 push 아니면 pull 전략 중 하나의 전략에만 집중하여 마케팅 효과를 극대화해야 한다.

23. 서브퀄(SERVQUAL)의 5개 품질차원에 따른 행위로 옳지 않은 것은?

- ① 신뢰성 : 항공사의 경우, 정시 출발·도착 서비스 제공
- ② 응답성 : 온라인 증권회사의 경우, 대기시간이 없도록 빠른 웹사이트 서비스 제공
- ③ 확신성 : 자동차 수리의 경우, 지식과 경험이 많은 수리공이 서비스 제공
- ④ 공감성 : 병원의 경우, 대기실, 검사실, 의료장비, 문서자료를 구비하여 전문적인 서비스 제공
- ⑤ 유형성 : 미용실의 경우, 미용시설과 장비를 구비하고 대기장소의 환경을 개선하는 서비스 제공

24. 기업의 고객관리에 관련된 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 과거에는 고객과의 장기적인 관계구축보다는 단기적 거래의 판매 전 행동과 판매행동 중심으로 논의되었다.
- ② 기업의 철학이 생산개념에서 관계마케팅개념으로 바뀌면서 고객만족의 중요성이 대두되기 시작하였다.
- ③ 만족도가 높은 고객들은 오랫동안 충성심을 가지게 된다.
- ④ 일상적인 거래의 경우, 기존 고객을 유지·관리하는 것보다 새로운 고객을 확보하는 데 더 적은 비용이 소요된다.
- ⑤ 새로운 고객을 확보하는 것 못지 않게 기존 고객을 유지하는 것도 중요하다.

25. 매장에 들어와 원하는 상품을 찾는 손님에게 종업원이 응대하고 상품을 제시하는 방법으로 가장 적절하지 않은 것은?

- ① 고객에게 판매를 하겠다는 자세보다는 상품을 사도록 도와준다는 마음으로 접근한다.
- ② 상품 제시는 낮은 가격에서부터 높은 가격순으로 제시하는 것이 거부감이 적다.
- ③ 고객이 상품을 보고 느끼는 등 오감으로 상품을 실감할 수 있도록 설명한다.
- ④ 고객이 원하는 상품을 파악하고 요구에 맞는 2, 3가지 상품을 추천한다.
- ⑤ 고객이 상품을 보고난 후 고민을 덜하도록 구매 얘기를 먼저 꺼내는 것이 일반적이다.

26. 종업원이 고객 응대 시 갖춰야할 화법과 언어에 대한 설명이다.
아래 글상자 괄호 안에 들어갈 용어가 옳게 나열된 것은?

(㉠) : 기본적인 말에 덧붙여서 말함으로써 친근함을 표현하는 화법이다. 예를 들어, 고객의 욕구를 충족시켜주지 못할 때 “죄송합니다만”, “실례합니다만” 등의 표현을 먼저 덧붙여 표현하는 화법이다.

(㉡) : 고객의 요구를 거절하거나 직선적으로 말을 해야할 경우 감정을 자극하지 않고 부드럽게 거절하거나 양해를 구하기 위해 말을 돌려 표현하는 언어를 의미한다.

- ① ㉠ : 간접 화법, ㉡ : 쿠션 언어
- ② ㉠ : 플러스 화법, ㉡ : 쿠션 언어
- ③ ㉠ : 제로 화법, ㉡ : 쿠션 언어
- ④ ㉠ : 간접 화법, ㉡ : 스펜지 언어
- ⑤ ㉠ : 플러스 화법, ㉡ : 스펜지 언어

27. 최근 데이터베이스를 구축하고 이를 활용한 데이터베이스 마케팅이 보편화되었다. 매스마케팅과 비교한 데이터베이스 마케팅의 특징으로 옳지 않은 것은?

- ① 데이터베이스 마케팅은 대중매체뿐만 아니라 디지털매체도 적극 활용한다.
- ② 데이터베이스 마케팅은 불특정 다대수가 아닌 개별고객을 대상으로 마케팅 활동을 하도록 지원한다.
- 데이터베이스 마케팅은 고객의 공통 욕구가 아닌 개인화된 욕구를 반영해 마케팅 서비스를 제공하는데 도움을 제공한다.
- ③
- ④ 데이터베이스 마케팅은 잠재고객이 아닌 기존고객 유지에만 초점을 맞추어 고객 데이터베이스를 구축한다.
- 데이터베이스 마케팅은 일방향 커뮤니케이션이 아닌 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 소비자의 요구를 적극 수용한다.
- ⑤

28. 은행의 금융서비스나 병원의 의료서비스는 먼저 온 손님부터 서비스를 제공하므로 뒤에 온 손님은 대기하게 된다. 대기 손님을 관리하기 위해 기업이 알아야 할 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 서비스를 제공받는 시간보다 이를 받기 전 대기가 더 길게 느껴진다.
- ② 언제 서비스를 받을 수 있을지 모를 경우 대기가 더 길게 느껴진다.
- ③ 제공받을 서비스가 가치가 있을수록 더 짧게 기다린다.
- ④ 대기의 원인이 설명되었을 경우 대기시간은 더 짧게 느껴진다.
- ⑤ 아무 일도 하는 것 없이 기다릴 경우 대기시간은 더 길게 느껴진다.

29. 소매점 판매과정이 순서대로 옳게 나열된 것은?

ㄱ. 판매제시
ㄴ. 고객욕구 파악 결정
ㄷ. 고객에게 접근
ㄹ. 판매결정
ㅁ. 고객유지를 위한 사후관리
ㅂ. 판매마무리

- ① ㄷ-ㄴ-ㄱ-ㄹ-ㅁ-ㅂ
- ② ㄷ-ㄱ-ㄴ-ㄹ-ㅁ-ㅂ
- ③ ㄴ-ㄱ-ㄷ-ㄹ-ㅁ-ㅂ
- ④ ㄴ-ㄱ-ㄷ-ㄹ-ㅁ-ㅂ
- ⑤ ㄷ-ㄴ-ㄱ-ㅁ-ㄹ-ㅂ

30. 아래 글상자에서 설명하는 점포 레이아웃의 기본 개념으로 옳은 것은?

레이아웃 완성 후 코너별로 상품 구성을 계획하고 진열 면적을 배분하여 레이아웃 도면상에 상품 배치구역을 구분하여 표시한 것

- ① 페이싱(Facing)
- ② 스코핑(Scoping)
- ③ 조닝(Zoning)
- ④ 라이닝(Lining)
- ⑤ 블랙룸(Black room)

31. 기업이 신제품 론칭(Launching)시 쓰는 가격전략 설명이다. 괄호 안에 들어갈 용어가 바르게 나열된 것은?

(㉠)전략은 제품이 시장에서 초기에 고가격으로 시작하며 점차 계속적으로 가격을 하락시키는 방법을 말한다. 보통, 자금의 조기 회수를 목적으로, 가격탄력성이 비교적 낮은 상층 시장을 대상으로 수행한다.
(㉡)전략은 제품의 도입기에는 저가격 전략을 지향하다가 시장의 점유율이 증가됨으로써 가격을 점차 올리는 방법을 말한다. 이 전략은 여러 경쟁 제품이 치열하게 포진되어 있는 상태에서 신제품을 론칭할 때 사용하는 가격전략이다.

- ① ㉠ : 스킴(Skimming), ㉡ : 페니트레이션(Penetration)
- ② ㉠ : 페니트레이션(Penetration), ㉡ : 스킴(Skimming)
- ③ ㉠ : 스킴(Skimming), ㉡ : 인베이딩(Invading)
- ④ ㉠ : 인베이딩(Invading), ㉡ : 스킴(Skimming)
- ⑤ ㉠ : 페니트레이션(Penetration), ㉡ : 인베이딩(Invading)

32. 고객이 매장에 들어가서 상품을 구경하고 구매하는 모든 과정에서 고객동선을 막힘없이 원활히 하기 위해 가장 먼저 고려해야 할 사항은?

- ① 점포 레이아웃(Lay-out) 설계
- ② 점포 컨셉(Concept)
- ③ 점포 임대 상황
- ④ 판매원의 서비스 태도
- ⑤ 점포 운영비용

33. 아래 글상자 내용은 어떤 고객 유형의 응대 기법인가?

- 결론부터 제시하고 설명을 진행한다.
- 신속한 응대가 가장 중요하다.

- ① 성격이 급한 유형
- ② 말이 많은 유형
- ③ 결정을 미루는 유형
- ④ 의심이 많은 유형
- ⑤ 잘난 척하는 유형

34. 아래 글상자 내용은 고객 응대의 6단계이다. 괄호에 들어갈 가장 적절한 답을 고르면?

1단계 - 신속하게 접수한다.
2단계 - 우선 사과를 한다.
3단계 - 끝까지 경청하고 메모한다.
4단계 - 문제를 정확하게 파악한다.
5단계 - ()
6단계 - 성의 있게 마무리한다.

- ① 문제를 파악한 후 잘못을 분별한다.
- ② 정중하게 검토하고 해결책을 제시한다.
- ③ 불만 사항을 검토하고 고객에게 무조건 사죄한다.
- ④ 언제나 고객의 입장에서 고객이 원하는 것을 모두 수용한다.
- ⑤ 해결책을 제시할 때 회사의 입장에서 손해를 보지 않도록 진행해야 한다.

35. 고객관계관리를 통해 기업이 얻을 수 있는 효과로 옳지 않은 것은?

- ① 고객 점유율보다 시장 점유율에 비중을 두고 있어 잠재시장을 장악하는데 효과적이다.
- 20%의 고객이 80%의 매출액을 올린다는 파레토 법칙
- ② 에 따라 신규 고객보다는 기존 고객의 유지와 감동을 통해 지속적인 매출을 향상시킬 수 있다.
- 고객이 원하는 상품을 만들고 고객의 욕구를 파악하여 고객
- ③ 객이 원하는 상품을 공급하므로 고객 관계를 확립할 수 있다.
- 잠재고객을 활성화시키고, 재구매, 구매 수준 증대를 유도하여 매출을 증가시킨다.
- ④
- ⑤ 고객 데이터를 분석하여 얻은 정보를 활용해 틈새 시장공략에 활용할 수 있다.

36. 제조기업이 상품을 단 하나만 출시하는 것보다 여러 상품들로 상품라인을 구성하여 출시하는 것이 바람직한 이유로 옳지 않은 것은?

- ① 고객의 다양한 욕구를 충족시키기 위해
- ② 고객의 만족도를 제고시키기 위해
- ③ 경쟁자의 시장 진입을 저지하기 위해
- ④ 자기잠식을 방지하기 위해
- ⑤ 판매량을 증대시키기 위해

37. 디스플레이의 기본 원칙에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 대형상품은 위험성이 없는 위치와 높이에 전시한다.
- ② 상품의 이름이 전면으로 보이게 진열한다.
- ③ POP(Point-Of-Purchase)는 제품보다 최대한 크고 눈에 띄게 설치한다.
- ④ 유효진열 범위를 잘 지켜야 한다.
- ⑤ 계절감에 맞게 진열한다.

38. 판매원이 수행해야 하는 역할로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 판매원은 고객의 잠재적 욕구를 발견하고 설득행위를 통해 잠재고객에게 판매를 성사시킨다.
- ② 판매원은 고객과의 관계를 통해 고객의 욕구 및 불만 등을 파악하고, 이에 대한 정보를 회사에 전달한다.
- ③ 판매원은 고객의 욕구에 맞는 A/S 등의 부수적인 서비스를 제공한다.
- ④ 판매원은 POP(Point-Of-Purchase)와 같은 비대면 판매수단과는 차별되는 배려와 정성이 수반되는 인간적인 서비스를 제공한다.
- ⑤ 판매원은 고객을 대신하여 구매대안 상품 및 경쟁상품을 비교하여 추천해 주는 구매대행 서비스를 제공한다.

39. 사후관리의 주요 활동에 대한 내용 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 성공적으로 판매를 종료한 후, 상품, 서비스, 고객과의 관계 등 고객만족도를 주기적으로 점검하는 것이 필요하다.
- ② 고객에게 제시된 가치가 고객 니즈에 적합하지 않을 수도 있기 때문에 고객에게 제공된 가치가 유효한지 사후관리를 통해 파악하고 조정해야 한다.
- ③ 고객의 사전기대는 고객만족과 불만족에 지대한 영향을 미치기 때문에, 영업사원은 고객에게 초기에 많은 약속을 하여 높은 기대를 하게 함으로써 일시적인 판매를 유도한다.
- ④ 고객과 접촉한 데이터는 CRM(Customer Relationship Management) 시스템의 데이터베이스에 저장되어야 하며, 영업사원과 회사는 저장된 데이터를 주기적으로 활용하여 유용한 정보를 도출해야 한다.
- ⑤ 성공적인 판매가 이루어진 후 기업 뿐만 아니라 영업사원도 고객유지율 및 고객충성도를 제고하는 노력이 필요하다.

40. 아래 글상자에서 설명하는 POP(Point-Of-Purchase) 진열방식의 명칭으로 가장 옳은 것은?

제품을 포장된 상자 속에 그대로 넣어 둔 채로 판매하는 방식으로 대형 슈퍼마켓이나 할인점에서 주로 사용하는 방식이다. 고객들에게 매장 분위기를 해칠 수 있지만 진열 비용이 매우 적게 들고 많은 양의 동일한 상품을 저렴한 가격에 팔 수 있다.

- ① 테마별 진열
- ② 구색 진열
- ③ 컷 케이스 진열
- ④ 패키지 진열
- ⑤ 샌드위치 진열

41. 상품연출의 절대적인 원칙은 없으나 기본적인 요소들과 원칙은 존재한다고 할 수 있다. 상품연출의 원칙으로 가장 옳은 것은?

- ① 전방에는 작고 짙은 색의 상품을 낮게 배치한다.
- ② 상품과 상품 간의 간격을 최대한 좁게하여 공간을 절약한다.
- ③ POP(Point-Of-Purchase)카드는 최대한 큰 것이 효과적이다.
- ④ 한 종류의 상품은 다양한 주제로 연출하고 다채로운 비주얼로 분위기를 표현한다.
- ⑤ 상품자체의 디자인을 살리고 상품의 앞쪽을 정면으로 보여준다.

42. 상표 기능을 통해 기업이 얻게 되는 효과로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상품 선택 가능성을 촉진시킨다.
- ② 상표 기능을 통해 무형의 자산을 얻을 수 있다.
- ③ 자사의 상품을 차별화시킨다.
- ④ 상품의 정보를 얻을 수 있다.
- ⑤ 고유한 시장을 얻을 수 있다.

43. 포장의 원칙에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 포장의 크기가 적당하고 깔끔하게 해야 한다.
- ② 포장을 신속하게 함으로써 고객이 오래 기다리지 않도록 한다.
- ③ 선물인 경우, 리본을 달지 말지에 대해 구매자의 의사를 타진한다.
- ④ 고가의 선물용 상품인 경우, 받는 사람에게 보여주기 위하여 가격표를 떼지 않는 것이 원칙이다.
- ⑤ 상품의 더럽혀진 부분이나 파손된 부분이 없는지를 확인한 후 포장한다.

44. 아래 글상자는 무엇에 대한 내용인가?

TV, 신문 등을 활용한 기존 매스마케팅과 프로모션, 전시, 이벤트 등 커뮤니케이션 활동은 각자 다른 영역에서 이뤄지는 것이 아닌 하나의 목표를 위한 통합된 마케팅 전략으로 인식되어야 한다.

- ① ATL(Above the Line)
- ② BTL(Below the Line)
- ③ IMC(Integrated Marketing Communication)
- ④ PPL(Product Placement Advertisement)
- ⑤ CRM(Customer Relationship Management)

45. 아래 글상자에서 설명하는 표적마케팅(targeting)의 종류로 옳은 것은?

각 세분시장별로 서로 다른 마케팅믹스를 투입하는 마케팅이다. 세분화된 시장별로 마케팅 믹스전략을 사용하므로 소비자들의 전체적인 만족도는 증가하지만 비용이 많이 드는 단점이 있다.

- ① 비차별화 마케팅
- ② 차별화 마케팅
- ③ 비집중화 마케팅
- ④ 집중화 마케팅
- ⑤ 전사적 마케팅