

2021년08월21일년 유통관리사 3급 필기시험 기출문제 답안

【1과목 : 20문제】 유통상식	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	⑤	⑤	④	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	①	④
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	⑤	④	②	④	⑤	①	⑤	③	⑤	⑤
【2과목 : 25문제】 판매 및 고객관리	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	④	④	①	②	⑤	④	⑤	③	④	⑤
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
	①	③	③	④	④	④	⑤	③	③	④
	41	42	43	44	45					
	④	③	②	④	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. 소비자기본법(법률 제17290호, 2020.5.19., 타법개정)에서 규정한 소비자단체의 업무에 해당하지 않는 것은?

- ① 국가 및 지방자치단체에 소비자의 권익과 관련된 시책 건의
- ② 물품의 거래조건이나 거래방법에 관한 조사·분석
- ③ 소비자문제에 관한 조사·연구
- ④ 소비자의 불만 및 피해를 처리하기 위한 상담
- ⑤ 금융기관과 금융소비자 사이에 발생하는 분쟁에 대한 자율적 분쟁조정

2. 유통경로 상에서 수행되는 유통의 기능으로 옳지 않은 것은?

- ① 재판매를 위해 여러 공급업자들로부터 상품을 구입한다.
- ② 생산지역과 소비지역을 연결함으로써 장소효용을 일으킨다.
- ③ 상품을 규격화함으로써 거래 및 물류가 원활히 되도록 한다.
- ④ 예상판매량, 가격정보, 소비자정보 등을 생산자에게 제공한다.
- ⑤ 소비자 니즈를 반영한 혁신적인 신제품을 개발 및 생산한다.

3. 아래 글상자는 한정기능도매상 중 어느 도매상에 대한 설명인가?

주로 식료품과 잡화류를 취급하는 도매상을 말하며 재고 수준에 대한 조언, 저장 방법에 대한 아이디어 제공, 선반진열 업무 등을 소매상을 대신하여 직접 수행하는 도매상을 말한다.

- ① 현금무매달도매상
- ② 직송도매상
- ③ 트럭도매상
- ④ 진열도매상
- ⑤ 우편주문도매상

4. 도매상의 기능 중 제조업자를 위한 기능으로 옳지 않은 것은?

- ① 시장담당기능
- ② 판매접촉기능
- ③ 재고유지기능
- ④ 주문처리기능
- ⑤ 구색제공기능

5. 과거 우리나라 전통적 유통산업의 문제점으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 구조적 취약성
- ② 중소유통업체의 상권위축 가속화
- ③ 유통환경의 전근대성
- ④ 물류체계의 낙후
- ⑤ 규제 최소 및 지원 풍부

6. 소비자의 구매의사결정과정으로 옳은 것은?

- ① 정보탐색 → 대안의 평가 → 구매 → 구매후 행동 → 필요의 인식
- ② 대안의 평가 → 구매 → 구매후 행동 → 필요의 인식 → 정보탐색
- ③ 구매 → 구매후 행동 → 필요의 인식 → 정보탐색 → 대안의 평가
- ④ 구매후 행동 → 필요의 인식 → 정보탐색 → 대안의 평가 → 구매
- ⑤ 필요의 인식 → 정보탐색 → 대안의 평가 → 구매 → 구매후 행동

7. 소비자 행동의 영향요인 중 내적 요인으로 옳지 않은 것은?

- ① 태도
- ② 기억
- ③ 개성과 라이프스타일
- ④ 학습
- ⑤ 문화적 요인

8. 카테고리킬러에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 전문할인점이라고도 불린다.
- ② 한 가지 제품군을 깊게 취급한다.
- ③ 한정된 제품군 내의 상품을 할인점보다 저렴하게 판매한다.
- ④ 카테고리킬러의 성공요인으로 대형화와 체인화를 들 수 있다.
- ⑤ 백화점과 주요 경쟁관계에 있으며 고급스러운 분위기 구성에 신경 쓴다.

9. 소매믹스 변수들에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 적절한 시장규모와 성장성은 주요 소매믹스 변수 중 하나다.
- ② 물적 시설은 입지, 점포계획 등을 포함한 변수이다.
- ③ 상품기획은 고객의 욕구에 맞는 상품믹스를 개발, 확보, 관리하는 것을 의미한다.
- ④ 가격을 결정할 때는 제품가격 뿐만 아니라 제공되는 서비스가격도 고려한다.
- ⑤ 촉진방법으로는 주로 광고와 홍보, 인적판매와 판매 촉진 이 사용된다.

10. 직장생활의 변화를 가져올 수 있는 양성평등 문화의 구축에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 조직문화와 관행에서 남성위주의 여성차별의식을 없애야 한다.
- ② 직장 내에서 성희롱이 일어나지 않도록 강력한 조치가 필요하다.
- ③ 남성들도 여성을 함께 일해야 하는 동등한 동반자로서 인식해야 한다.
- ④ 여성에게 여성다움을 강조하며 예절을 더 강조하는 것은 바람직하다.
- ⑤ 직장 내에서 여성들도 남성들과 동등한 경쟁을 할 수 있는 여건을 마련해야 한다.

11. 고수익-저회전율 전략에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 선택적 유통경로를 통한 서비스수준 최소화
- ② 특별한 노력 없이 팔리는 제품을 취급
- ③ 얇은 제품 깊이로 다양한 제품을 취급
- ④ 시중보다 낮은 가격으로 판매
- ⑤ 상품 지향적, 이미지 지향적인 촉진

12. 직업윤리의 개념과 성격에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 직업윤리는 직업생활에서의 윤리를 말하는 것으로, 사회에서 직업인에게 요구하는 사회적 규범이나 직업적 양심과는 관련이 없다.
- ② 직업윤리는 직업인뿐만 아니라 일반인에게도 요구되는 직업전반의 윤리를 말한다.
- ③ 직업윤리는 기본적으로 개인윤리와 무관하게 직업에 종사하는 과정에서 요구되는 특수한 윤리규범이다.
- ④ 직업윤리는 직업에 종사하는 현대인으로서 누구나 공통적으로 지켜야 할 윤리기준이다.
- ⑤ 공직자나 의사, 교육자 등 직업에서 강조되어야 할 윤리는 직업 일반의 윤리이다.

13. 판매원의 역할로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객의 문제를 제대로 파악하기 위해 다양한 방법으로 고객을 탐색할 수 있어야 한다.
- ② 고객관리 정책을 수립하여야 한다.
- ③ 고객의 특성에 맞게 마케팅 제공물이나 설명방식을 변경시킬 수 있어야 한다.
- ④ 고객들을 대상으로 회사를 대변하여야 한다.
- ⑤ 회사를 대상으로 고객들의 관심사를 대변하여야 한다.

14. 유통경로 즉 중간상이 사라질 경우 생산과 소비 사이에서 발생할 수 있는 여러 가지 불일치 문제와 관련된 내용으로 옳지 않은 것은?

- ① 생산량과 수요량의 불일치
- ② 생산시점과 소비시점의 불일치
- ③ 생산지역과 소비지역의 불일치
- ④ 거래횟수 최소화를 통한 거래비용 불일치
- ⑤ 생산자와 소비자 상호 간의 정보 불일치

15. 판매원과 고객과의 관계에 있어서 판매원의 서비스 매너에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객과의 접점에서 고객에 대한 이해와 고객의 요구에 신속히 대응하는 능력이다.
- ② 서비스 매너는 신뢰성을 주는 이미지로 고객을 맞이하는 태도에서부터 시작된다.
- ③ 고객접점에서 바람직한 서비스를 제공하며 고객만족을 위해 노력하는 고객 응대 방식이다.
- ④ 고객 맞이에서부터 배송에 이르기까지 고객만족을 위해 제공되는 서비스 일체와 매너 있는 서비스 제공자의 태도를 포함한다.
- ⑤ 판매원의 일상생활에서 갖추어야 할 모든 예의와 절차를 의미한다.

16. 소매형태는 점포소매상과 무점포소매상으로 구분할 수 있는데 아래 글상자에서 점포소매상에 해당되는 것을 모두 고르면?

㉠ 종합할인점
㉡ 카테고리 킬러
㉢ 홈쇼핑
㉣ 통신판매

- ① ㉠, ㉡
② ㉠, ㉢
③ ㉡, ㉢
④ ㉡, ㉣
⑤ ㉢, ㉣

17. 아래 글상자에서 고객 불만·불평처리 방법으로 옳은 것을 모두 고르면?

㉠ 신속하게 처리한다.
㉡ 정확한 원인을 파악한다.
㉢ 성의 있게 해결 방안을 모색한다.
㉣ 겸허하게 받아들이며, 한발 양보하는 자세로 임한다.
㉤ 불만·불평처리 결과를 반영해 다른 유사고객들의 불만 방지를 위해 미리 대처한다.

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

18. 우리나라 유통산업의 주요한 대내·외 환경 변화로 가장 옳은 것은?

- ① 시장개방의 둔화
② 유통업체의 소형화 및 단일 점포화
③ 소비자 요구의 다양화
④ 멀티채널에 기반한 업체 간 경쟁악화
⑤ 첨단기술의 중요성 감소

19. 텔레마케팅의 전화예절 원칙으로 옳지 않은 것은?

- ① 자신감을 가지고 텔레마케팅을 전개한다.
② 따뜻하고 친밀감을 느낄 수 있도록 한다.
③ 매너와 에티켓을 지킨다.
④ 목소리의 높낮이를 잘 조절하고, 억양에도 신경을 쓴다.
⑤ 친근함을 위해 최신 유행어나 줄임말을 사용한다.

20. 판매원이 갖춰야할 바람직한 자세에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객의 질문에 성심성의껏 응대한다.
② 판매를 성사시키기 위해 다양한 방법을 사용하여 응대한다.
③ 잘 모르는 부분에 대해서는 확인하여 정확하게 응대한다.
④ 고객의 잠재된 욕구가 있는지 파악하여 응대한다.
⑤ 판매실적과 직접적인 연관이 있을 때만 응대한다.

[2과목] 판매 및 고객관리 (25문제)

21. 고객유형별 고객응대법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 화가 난 고객 - 지적받은 사항에 대해 일단 사과하고 고객의 불만을 귀 기울여 경청한다.
② 예민한 고객 - 불필요한 대화를 줄이고 신속히 고객의 요구에 조치한다.
③ 무리한 요구가 많거나 거만한 고객 - 고객의 요구에 초점을 맞추고 확고하고 공정한 태도를 유지한다.
④ 의심이 많은 고객 - 감정설득화법으로 응대하며 불필요한 대화를 최소화 한다.
⑤ 무엇이든 반대하는 고객 - 질문으로 대응하되 목소리를 높이거나 말대꾸하지 말고 고객을 존중하는 태도로 임한다.

22. 일반적으로 고객생애주기는 고객확보-고객유지-고객확대의 3단계로 구분한다. 이 중 고객유지단계의 활동에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 잠재고객을 발굴하여 고객관계를 형성한다.
② 평생고객으로 발전시켜 장기적 이익을 극대화 한다.
③ 기업의 옹호자가 되어 긍정적 구전을 전파하도록 독려한다.
④ 크로스셀링(cross-selling)을 통해 거래제품 수를 증가시킨다.
⑤ 우량고객이 될 가능성이 높은 후보자를 선별하여 관계를 형성한다.

23. 매장 디자인의 4대 요소 중 레이아웃(layout)에 해당하는 항목으로 옳은 것은?

- ① 판매원 공간
② 벽면의 재질
③ 포스터, 게시판
④ 조명, 온도
⑤ 건물 높이, 진열창

24. 엔드진열(end cap display)에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 진열대의 좌측보다는 우측의 끝부분에 배치된 상품이 잘 팔리기 때문에 고가격제품진열에 유리하다.
- ② 신상품 또는 판매주력상품을 주로 배치하여 매출을 극대화 시키는 진열방식이다.
- ③ 선반을 이용하지 않고 갈고리 모양의 끝부분에 진열하여 많은 상품진열에 이용되는 방식이다.
- ④ 가격이 싸거나 마지막 할인상품을 다양한 취향에 맞추어 구비해 놓은 진열방식을 말한다.
- ⑤ 가능한 많은 양의 상품이 시야에 들어오도록 진열하는 방식을 말한다.

25. 대형마트 매장의 앞쪽에 진열되는 전형적 상품유형으로 가장 옳은 것은?

- ① 전문품
- ② 내구재
- ③ 산업재
- ④ 선매품
- ⑤ 충동구매상품

26. 아래 글상자에서 설명하는 점포 레이아웃 유형으로 가장 옳은 것은?

이것은 주된 통로를 중심으로 여러 매장 입구가 연결되어 있어 고객들이 여러 매장들을 손쉽게 둘러 볼 수 있는 매장으로서 진열된 제품을 최대한 노출시킬 수 있는 장점이 있으며 고객들의 충동구매를 유발시킬 수 있는 배치 형태를 말한다.

- ① 격자형(grid type) 레이아웃
- ② 자유형(free-flow type) 레이아웃
- ③ 혼합형(hybrid type) 레이아웃
- ④ 경주로형(racetrack type) 레이아웃
- ⑤ 버블형(bubble type) 레이아웃

27. 아래 글상자에서 설명하는 매장관리를 위한 고려사항으로 옳은 것은?

- 어떤 아이템들을 1층, 또는 2층에 배치해야 하는가?
- 충동구매를 유발하거나 구매하기 편리한 제품들을 어디에 배치할 것인가?
- 계절상품과 비계절상품을 어디에 배치할 것인가?

- ① 매장 외관
- ② 내부 인테리어
- ③ 구매시점광고
- ④ 고객 동선
- ⑤ 공간 계획

28. 유통업체 브랜드(PB상품)에 관한 설명 중 아래 글상자에서 설명하는 브랜드 명칭으로 옳은 것은?

- 상품에 독특한 브랜드나 로고를 붙이지 않는다.
- 비용이 많이 들지 않아 저가격 판매가 가능하다.
- 극히 간단한 포장으로 보통명사만을 사용하여 판매한다.
- 상품의 품질에 유통업체의 의향이 반영되어 독창성이 있다.

- ① 더블 초프(double chop)
- ② 스토어 브랜드(store brand)
- ③ 제네릭 브랜드(generic brand)
- ④ 내셔널 브랜드(national brand)
- ⑤ 라이선스 브랜드(license brand)

29. 전문품의 소비와 관련된 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 소비자의 구매는 비정기적이다.
- ② 가격의 변화에 따른 수요의 탄력성이 높다.
- ③ 소비자가 상품구매에 있어 특별한 구매노력을 기울인다.
- ④ 소비자들은 품질과 스타일 등이 아닌 가격에 근거하여 브랜드 대안을 비교한다.
- ⑤ 전속적 유통경로에 의한 판매지역별로 하나 또는 소수의 판매점을 활용한다.

30. 상품에 대한 일반적인 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 어떤 기업이 판매하는 모든 상품들의 집합을 상품라인이라고 한다.
- ② 모든 상품들은 각각 단 한 가지의 편익만을 제공한다.
- ③ 상품의 폭은 상품카테고리 내에서 서로 다른 품목을 의미한다.
- ④ 상품의 깊이는 다양한 상품카테고리를 의미한다.
- ⑤ 상품의 각 품목은 SKU 혹은 단품이라고 부른다.

31. 3단계의 상품 수준(핵심상품, 유형상품, 부가상품)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 화장품의 경우 성분, 원료 및 기능이 핵심상품에 해당된다.
- ② 자동차의 경우 디자인과 스타일은 유형상품에 해당된다.
- ③ 의류의 경우 상품의 질 및 브랜드가 유형상품에 해당된다.
- ④ 냉장고의 경우 배달서비스가 부가상품에 해당된다.
- ⑤ 노트북의 경우 A/S 보증은 부가상품에 해당된다.

32. 고객유지를 위한 사후관리에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

- ① 판매원의 업무는 고객으로부터 주문받은 것으로 끝나는 것이 아니라, 계약상의 내용이 충실하게 수행될 수 있도록 사후관리를 철저히 해야 한다.
- ② 판매원의 사후관리활동은 장기적인 관점에서 고객 유지 및 활성화에도 큰 도움이 된다.
- ③ 비용적인 측면에서는 사후관리를 통해 기존고객을 유지하고 활성화하는 것보다 신규고객 확보를 위한 마케팅활동을 하는 것이 기업에게 훨씬 유리하다.
- ④ 고객의 유지 및 활성화는 기업의 매출 및 이익 증가에 결정적 역할을 할 수 있다.
- ⑤ 고객관리 소홀로 인한 고객 불만의 증가나 고객 이탈은 기업에 부정적인 영향을 가져올 수 있다.



전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)



전자문제집 CBT(Google Play) : [\[다운로드\]](#)

33. 서비스의 일반적인 특징에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 무형성 - 판매되지 않는 서비스는 사라진다.
- ② 비분리성 - 생산과 소비가 발생하는 시기가 다르다.
- ③ 이질성 - 표준화가 어렵다.
- ④ 이전성 - 서비스 소유권은 이전이 가능하다.
- ⑤ 소멸성 - 생산물에 대한 저장이 가능하다.

34. 고객만족을 위한 판매화법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객에게 친절하면서도 적극적으로 설명한다.
- ② 고객이 상품구매에 대해 자신의 생각을 정리할 수 있게 돕는다.
- ③ 지금이 구매의 최적 타이밍임을 느끼게 하여 구매가 완결 되도록 노력한다.
- ④ 고객의 불만족과 불평행동을 자극하여 구매를 통해 대리만족을 느끼게 한다.
- ⑤ 구매한 상품뿐만 아니라 상품을 구매한 소비자 자신에 대한 만족감을 느끼게 한다.

35. 판매원의 고객 접객 기술로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 이해하기 쉬운 용어를 사용하여 설명한다.
- ② 고객에 니즈에 적합한 상품과 대안을 제시한다.
- ③ 접객 중에는 진열이나 정돈 등의 다른 업무를 보지 않는다.
- ④ 격의 없는 호칭을 사용하여 친근감을 형성한다.
- ⑤ 판매원의 권유가 주장이나 논쟁으로 비치지 않게 유의한다.

36. 촉진유형 중 샘플링(sampling)의 장점으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 신제품 또는 개선된 제품의 최초 구매유도에 효과적이다.
- ② 광고에 비해 적은 비용으로 빠른 반응을 얻을 수 있다.
- ③ 유통망이 취약한 지역에서 사용할 수 있는 효과적인 방법이다.
- ④ 대중적이지 않은 고관여 제품의 판매촉진으로 유용한 방법이다.
- ⑤ 제품의 구매수명주기가 짧은 소량포장이 가능한 제품의 판매촉진으로 적합한 방법이다.

37. 유통판매촉진에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 제조업체가 유통업체를 대상으로 하는 판촉활동을 의미한다.
- ② 제조업체가 유통업체에 대해 행하는 푸시전략(push strategy)의 일환이다.
- ③ 유통업체가 더 많은 물량을 매입하고 취급하도록 하기 위해 시행한다.
- ④ 제품의 원활한 판매를 위해 유통업체와의 유대를 강화하고 협력을 얻어내기 위해 시행한다.
- ⑤ 제조업체가 유통업체를 전방통합한 경우 유통판매 촉진에 대한 필요성이 증가한다.

38. 제공되는 혜택의 금전적 여부에 따라 가격판촉과 비가격 판촉으로 구분할 때, 비가격판촉으로 옳은 것은?

- ① 진열수당(display allowance)
- ② 리베이트(rebate)
- ③ 프리미엄 제공
- ④ 시판대 및 특판대 수당
- ⑤ 촉진지원금

39. 디스플레이의 기본 원칙에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 보기 쉬운 것: 고객에게 쉽게 눈에 띄 수 있도록 상품을 진열한다.
- ② 매장의 이윤을 극대화 할 수 있게 진열할 것: 마진이 높은 상품은 고객의 눈높이의 공간에 진열한다.
상품 간의 관련성이 없도록 진열할 것: 같은 종류의 상품
- ③ 은 개별 디스플레이하고 상품간의 관계가 없도록 다른 공간에 전시한다.
- ④ 제품을 파악하기 쉬운 것: 제품을 쉽게 파악할 수 있도록 페이스 진열한다.
- ⑤ 손으로 잡기 쉬운 것: 상품을 손으로 잡는다는 것은 선택하기 쉽다는 의미이다.

40. 브랜드명(brand name)이 가져야 할 바람직한 특징으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 브랜드명은 발음하기 쉽고 재인과 기억이 용이해야 한다.
- ② 브랜드명 선정 작업은 제품특성, 제품편익, 목표시장, 마케팅전략 등을 세심하게 검토하는 것에서 시작된다.
- ③ 브랜드명을 짓는 과정에서 다른 제품범주로 사업확장이 가능한 브랜드명을 선택하는 것이 바람직하다.
- ④ 브랜드명은 제품의 편익과 품질을 전달하기보다는 추상적인 표현이 바람직하다.
- ⑤ 브랜드명은 등록과 법적 보호가 가능해야 한다.

41. 아래 글상자의 ()안에 들어갈 알맞은 단어는 무엇인가?

()은(는) 구매시점 광고라고도 하며 특별판매, 할인판매 등의 프로모션을 할 때 주로 사용되는 광고 수단이다. 시각화된 요소로 인해 매장 내의 인테리어 효과를 낼 수 있고 소비자의 충동구매를 이끌어 낼 수 있다는 특징이 있다.

- ① 디스플레이(display)
- ② 골든 라인(golden line)
- ③ 협동광고(corporate advertising)
- ④ POP(point of purchase)
- ⑤ PPL(product placement)

42. SERVQUAL의 5가지 품질 차원에 대한 설명 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 신뢰성 - 약속한 서비스를 믿을 수 있게 수행하는 정도
- ② 확신성 - 서비스제공자의 정중, 믿음, 지식이 서비스를 제공하는데 적합한 정도
- ③ 공감성 - 고객 개인의 취향을 반영한 서비스가 아닌 일반적 서비스를 제공하는 정도
- ④ 대응성 - 고객을 기꺼이 돕고 신속한 서비스를 제공하는 정도
- ⑤ 유형성 - 시설, 복장 등과 같은 물리적 요소가 서비스를 제공하는 데 적합한 정도

43. 아래 글상자의 ()안에 공통적으로 들어갈 개념으로 가장 옳은 것은?

- ()은/는 구매 제품에 대한 정보나 경험이 구매 전의 신념과 일치하지 않아 느끼는 소비자의 불안심리상태를 말한다.
- 기업은 소비자의 ()을/를 최소화하기 위해 제품 구매에 대한 감사메일이나 향후 서비스에 대한 안내 등을 실시한다.
- ()이/가 커지면 타인에게 부정적인 구전효과를 발생 시킨다.

- ① 서비스불평
- ② 인지부조화
- ③ 상호작용적 불공정
- ④ 절차적 불공정
- ⑤ 결과적 불공정

44. 고객불만의 처리 방법 중 MTP법에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객불만에 응대하는 사람을 판매사원에서 판매책임자로 바꾼다.
- ② 사람, 장소, 시간을 바꾸어 처리하는 방법이다.
- ③ 고객불만의 처리 장소를 매장에서 조용한 사무실로 바꾼다.
- ④ 불만이 발생하면 방안을 제시하여 즉시 해결한다.
- ⑤ 불만이 발생한 고객을 매장에서 고객만족팀 또는 소비자상담실로 안내한다.

45. 서비스는 제공과정 중에 접점 직원과 고객 간의 끊임 없는 상호 작용이 이루어지기 때문에 기존의 마케팅 4P 이외의 확장된 7P로 고객 만족을 극대화할 필요가 있다. 여기서 확장된 3P에 해당하는 것은?

- ① 물리적 증거(physical evidence), 프로세스(process), 실행(practice)
- ② 사람(people), 물리적 증거(physical evidence), 프로세스(process)
- ③ 풀마케팅(pull marketing), 사람(people), 물리적 증거(physical evidence)
- ④ 풀마케팅(pull marketing), 푸시마케팅(push marketing), 물리적 증거(physical evidence)
- ⑤ 사람(people), 프로세스(process), 생산성과 품질(productivity and quality)