

2024년11월16일년 유통관리사 3급 필기시험 기출문제 답안

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



전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!

Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play

【1과목】 유통상식 (20문제)

1. 도매상의 혁신전략과 설명의 연결이 가장 옳지 않은 것은?

- ① 합병과 매수: 기존 시장에서의 지위 확보, 다각화를 위한 전후방 통합
- ② 자산의 재배치: 회사의 핵심사업 강화 목적, 조직의 재설계
- ③ 회사의 다각화: 유통다각화를 통한 유통라인 개선
- ④ 전방과 후방통합: 이윤확대와 시장에서의 지위강화를 위한 통합
- ⑤ 유통의 새로운 기술: 합작투자과 전략적 제휴를 통한 해외진출 가속화

2. 유통경로의 특징으로 옳지 않은 것은?

- ① 유통경로는 상호의존적인 조직들의 집합체이다.
- ② 경로구성원이 수행하는 활동은 불연속적인 과정으로 이루어져야 한다.
- ③ 유통경로는 제품이나 서비스를 고객이 사용 또는 소비하도록 하기 위해 필요한 것이다.
- ④ 유통경로의 핵심기능은 판매자와 구매자 간의 교환을 촉진하는 데 있다.
- ⑤ 제품의 본질을 가치의 총합으로 볼 때 유통경로는 가치가 흘러가는 통로로 이해할 수 있다.

3. 중간상이 제공하는 기능에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 분류(sorting out)는 이질적인 제품들을 크기나 품질 등의 기준을 통해 동질적인 집단으로 나누는 기능이다.
- ② 집적(accumulation)은 여러 생산자들로부터 상품을 구매하여 대량으로 축적하는 기능이다.
- ③ 표준화(standardization)는 제품들을 동일한 형식으로 일반화시켜 매장에 진열하는 기능이다.
- ④ 구색(assortment)은 판매를 위해 분할된 상품들을 연관성 있는 상품들의 집단인 카테고리별로 매장에 진열하는 기능이다.
- ⑤ 배분(allocation)은 동질적인 제품들을 소규모 단위로 나누는 기능이다.

4. 직장 내 상급자와의 관계에서 지켜야 할 예절로 옳지 않은 것은?

- ① 상급자를 인도할 때는 우측 2~3보 앞에서 하고, 상급자를 수행할 때는 우측 뒤를 따른다.
- ② 상급자에 앞서서 자기 이야기부터 먼저 하지 않는다.
- ③ 상급자에 대한 호칭은 보통 직급 또는 직책명 뒤에 님을 붙여서 부른다.
- ④ 상급자가 자기를 알아보지 못한 경우에는 굳이 인사하여 상급자를 귀찮게 할 필요는 없다.
- ⑤ 상급자보다 상위의 위치에 앉거나 서지 않는다.

5. 소매업태의 변천과정을 설명하는 이론 중, 특정 유형의 소매업태가 도입기, 성장기, 성숙기 그리고 쇠퇴기의 단계를 거친다고 보는 이론으로 가장 옳은 것은?

- ① 소매업 수레바퀴가설
- ② 소매 아코디언이론
- ③ 대리이론
- ④ 거래비용이론
- ⑤ 소매 수명주기이론

6. 아래 글상자에서 설명하는 소매업 유형으로 가장 옳은 것은?

박리다매의 원칙에 입각하여 상품을 일반 점포보다 항상 저렴한 가격으로 판매하는 대규모 점포를 말한다.

- ① 편의점
- ② 전문점
- ③ 백화점
- ④ 슈퍼마켓
- ⑤ 할인점

7. 아래 글상자에서 설명하는 용어로 가장 옳은 것은?

어떤 상품과 서비스가 생산자로부터 소비자 및 최종사용자에게로 이전되는 과정에 참여하는 모든 개인 및 기업

- ① 유통경로
- ② 유통단계
- ③ 유통구조
- ④ 유통시장
- ⑤ 유통과정

8. 아래 글상자에서 설명하는 유통경로 기능으로 가장 옳은 것은?

제조업체와 소비자 사이에 중간상이 개입하게 되면 제조업자는 소수의 중간상과 거래할 수 있으므로 수많은 소비자와 개별적 거래를 하는 불편에서 벗어날 수 있다. 즉, 중간상의 개입으로 교환과정을 단순화시킬 수 있으므로 거래가 효율적으로 이루어질 수 있다.

① 교환과정의 촉진

- ② 제품구색 불일치 완화
- ③ 분업의 원리
- ④ 고객서비스 제공
- ⑤ 후방경로 활동

9. 아래 글상자에서 설명하는 경로커버리지 전략으로 가장 옳은 것은?

일정 지역에서 한 유통업자에 대해서만 그 제품을 취급하도록 하는 전략으로, 제조업자가 유통업자에 대한 통제력이 상대적으로 높으며, 서로의 강한 유대관계를 가지려 할 때 채택하는 경향이 있다.

- ① 집약적 유통(intensive distribution)
- ② 전속적 유통(exclusive distribution)
- ③ 선택적 유통(selective distribution)
- ④ 다채널 유통(multi-channel distribution)
- ⑤ 직접 유통(direct distribution)

10. 아래 글상자에서 설명하는 내용으로 가장 옳은 것은?

수직적 마케팅시스템 중에서 통합의 정도가 가장 약한 것으로, 경로구성원들의 마케팅활동이 소유권 및 계약에 의하지 않으며 어느 한 경로구성원의 규모, 파워, 또는 경영지원에 의해 조정되는 유형이다.

- ① 프랜차이즈 시스템(franchise system)
- ② 기업형 VMS(corporate vertical marketing system)
- ③ 관리형 VMS(administered vertical marketing system)
- ④ 도매상후원 자발적 연쇄점(wholesaler-sponsored voluntary chain)
- ⑤ 소매상 협동조합(retailer cooperative)

11. 유통활동을 상적유통기능, 물적유통기능, 유통조성기능으로 분류할 때 상적유통기능에 해당하는 것으로 옳은 것은?

① 소유권 이전 기능

- ② 장소적 분리 해소 기능
- ③ 포장 및 유통가공 기능
- ④ 품질 표준화 기능
- ⑤ 시간적 분리 해소 기능

12. 아래 글상자의 괄호 안에 들어갈 용어를 순서대로 올바르게 나열한 것은?

영업사원에 대한 보상의 형태는 (㉠)과(와) (㉡) (으)로 나누어진다. (㉠)에는 일정한 기간 동안 규칙적으로 동일한 금액을 받는 봉급, 판매성과나 이익의 일정비율을 받는 커미션 등이 있다. (㉡)(으)로는 승진이나 경력개발과 같은 요소가 있으며, 이는 영업사원들의 성취욕구를 자극하는 촉매제 역할을 한다.

- ① ㉠ 고정비, ㉡ 변동비
- ② ㉠ 금전적 보상, ㉡ 비금전적 보상
- ③ ㉠ 비금전적 보상, ㉡ 금전적 보상
- ④ ㉠ 연봉제, ㉡ 성과급제
- ⑤ ㉠ 샬러리, ㉡ 보너스

13. 직업윤리를 준수하는 행동으로 옳은 것은?

① 영업사원을 채용하는 과정에서 예외 없이 규정을 준수하여 프로세스를 진행한 경우

- ② 스카우트 제의가 들어왔을 때 기존회사의 기밀을 가지고 이직하는 경우
- ③ 경쟁사 제품에 대한 고객의 반응을 알아보기 위해 마케팅 조사기관에 종사하는 것처럼 위장하는 경우
- ④ 영업사원이 판매 실적을 부풀리기 위해 확인되지 않은 제품의 성능을 과장하여 설명하는 경우
- ⑤ 회사 내 연구개발팀이 개량된 제품을 개발하였으나 기대에 미흡한 결과에도 제품개량을 과장하여 광고하는 경우

14. 고객과의 대화 시 유의할 점에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 목소리를 최대한 크게 하거나 속삭여서 차별성을 보여준다.

- ② 고객이 어떠한 말을 해도 말다툼을 하지 않는다.
- ③ 고객의 말을 가로막아 빠른 결론을 내린다.
- ④ 말끝을 흐려서 여운을 남긴다.
- ⑤ 전문용어를 사용해서 고객이 감탄하게 한다.

15. 고객을 맞이하는 판매원의 자세에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 자세는 바르고 태도는 공손하게 한다.
- ② 실수하지 않도록 업무지식에 능통해야 한다.
- ③ 고객과의 약속은 반드시 지킨다.
- ④ 판매와 관련된 고객의 문제를 해결하기 위해 노력한다.

⑤ 매출에 도움이 되는 고객만 선별해서 응대한다.



전자문제집 CBT(App Store) :[다운로드](#)



전자문제집 CBT(Google Play) :[다운로드](#)

16. 양성평등참여를 위해 양성평등기본법에서 제시하고 있는 사항들로 옳지 않은 것은?

- ① 공직에 여성과 남성이 평등하게 참여하기 위한 시책 마련
- ② 직장 내의 양성평등한 근무환경 조성을 위한 조치 마련
- ③ 일과 가정생활의 조화로운 양립을 위한 여건 마련
- ④ 여성인적자원의 개발에 필요한 시책 마련

⑤ 임신, 출산, 수유, 육아에 관해서는 모성권만 보장

17. 유통산업발전법(법률 제19117호, 2022. 12. 27., 타법개정)에서 정의하는 용어에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 매장이란 상품의 판매와 이를 지원하는 용역의 제공에 직접 사용되는 장소를 말한다.

임시시장이란 다수의 수요자와 공급자가 일정한 기간동안

- ② 안 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 일정한 장소를 말한다.

상점가란 같은 업종을 경영하는 여러 도매업자 또는 소매업자가 일정 지역에 점포 및 부대시설을 설치한 곳을 말한다.

- ④ 체인사업에는 직영점형, 프랜차이즈형, 임의가맹점형, 조합형 등이 있다.

- ⑤ 무점포판매란 상시 운영되는 매장을 가진 점포를 두지 아니하고 상품을 판매하는 것이다.

18. 소비자기본법(법률 제20301호, 2024. 2. 13., 일부개정)에서 말하는 소비자의 기본적 권리로서 옳지 않은 것은?

- ① 물품 또는 용역으로 인한 생명·신체에 대한 위해로부터 보호받을 권리
- ② 물품등을 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리
- ③ 안전하고 쾌적한 소비환경에서 소비할 권리
- ④ 합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리

⑤ 소비자의 기본적 권리를 확보하기 위해서 소비자 문제에 관한 조사 및 연구를 할 수 있는 권리

19. 청소년 보호법(법률 제20423호, 2024. 3. 26., 타법개정) 중 청소년유해약물등의 판매·대여 등의 금지에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 누구든지 청소년을 대상으로 청소년유해약물등을 판매·대여·배포하거나 무상으로 제공하여서는 아니 된다.

청소년을 대상으로 청소년유해약물 등을 자동기계장치

- ② ·무인판매장치·통신장치를 통하여 판매·대여·배포하는 것은 허용된다.

- ③ 누구든지 청소년에게 권유·유인·강요하여 청소년유해약물등을 구매하게 하여서는 아니 된다.

- ④ 청소년유해약물등을 판매·대여·배포하고자 하는 자는 그 상대방의 나이 및 본인 여부를 확인하여야 한다.

- ⑤ 누구든지 청소년의 의뢰를 받아 청소년유해약물등을 구입하여 청소년에게 제공하여서는 아니 된다.

20. 구매자 요구와 판매자 요구 사이의 균형 추구를 강조하는 판매자의 윤리적 가치로서 가장 옳은 것은?

- ① 정직성

② 공정성

- ③ 책임감

- ④ 존경심

- ⑤ 개방성

【2과목】 판매 및 고객관리 (25문제)

21. 접객서비스에 대한 아래의 내용 중에서 가장 옳은 것은?

- ① 매장에서는 자신의 센스를 최대한 발휘하여 아주 화려하게 의상을 갖추어야 한다.
- ② 고객은 자신이 구입한 상품이 마음에 들기만 하면 만족한다.
- ③ 고객요구가 파악되면 요구에 맞는 대안을 최대한 많이 제시한다.
- ④ 판매원은 무엇보다도 회사가 목적하는 바를 충분히 이행하고 있는지를 항상 체크하고 기업의 이익 향상 관점에서 고객을 보아야 한다.

⑤ 판매원은 무엇보다도 충분한 상품지식과 사용방법 등을 숙지하고 있어야 한다.

22. 제품믹스(product mix)의 구성을 평가하는 일반적인 기준으로 가장 옳은 것은?

- ① 크기(size), 모양(shape), 품질(quality)
- ② 폭(width), 길이(length), 깊이(depth)
- ③ 판매량(sales volume), 수익(profit), 점유율(market share)
- ④ 생산(production), 판매(sales), 서비스(service)
- ⑤ 기능(function), 디자인(design), 포장(packaging)

23. 다음 중 기업의 마케팅커뮤니케이션 활동이 아닌 것은?

- ① 판매촉진
- ② 인적 판매
- ③ 검색엔진최적화
- ④ 홍보
- ⑤ 전시회

24. 상품에 대한 관여도 수준에 따라 소비자의 구매행동이 달라진다. 상품 관여도에 관한 설명으로서 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상품 관여도 수준은 개인 특성에 따라 달라진다.
- ② 상품 관여도 수준은 상황적 맥락의 영향을 받지 않는다.
- ③ 지각된 위험이 낮을수록 상품 관여도 수준은 낮아진다.
- ④ 구매결과의 불확실성이 클수록 상품 관여도 수준은 높아진다.
- ⑤ 구매의 영향이 단기적일수록 상품 관여도 수준은 낮아진다.

25. 다음 중 POP(point of purchase)광고의 기능으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 점포 외부의 접객분위기를 높이는 기능
- ② 소비자에게 정보를 제공하는 기능
- ③ 점포 내의 분위기를 활성화하는 기능
- ④ 매장 내 위치나 이벤트를 안내하는 기능
- ⑤ 구매를 유발하는 기능

26. 유통업체 브랜드(PB: private brand)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 브랜드의 주체는 제조업자이다.
- ② 판매 및 재고관리는 유통업체가 담당한다.
- ③ 주로 OEM방식을 통해 제품을 생산한다.
- ④ PB의 장점은 다른 브랜드의 제품에 비해 가격이 저렴하고 높은 마진을 달성할 수 있다는 점이다.
- ⑤ 식음료나 공산품 같은 편익품뿐만 아니라 화장품 및 패션 등의 선매품에도 PB가 활용되고 있다.

27. 소비자들의 구매의사결정에 영향을 미치는 매장 혼잡성을 설명하는 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 혼잡한 상황에서 대부분의 고객은 바빠 보이는 직원에게 원가를 물어보고 상담하기를 꺼린다.
- ② 혼잡하다고 느낀 소비자는 구매를 연기하지 않고 반드시 충동구매를 한다.
- ③ 혼잡한 점포 내에서 구매한 상품에 대해 고객은 일반적으로 만족도를 낮게 인식하는 편이다.
- ④ 혼잡성은 소비자가 인식하고 처리할 수 있는 정보의 양을 제한한다.
- ⑤ 혼잡성을 경험한 소비자는 그 점포에 대해 나쁜 이미지를 갖게 될 가능성이 크다.

28. 아래 글상자는 서비스 특성 중 하나를 설명한 것이다. 이에 가장 옳은 것은?

서비스는 생산과 소비가 동시에 일어난다. 즉, 서비스가 서비스 제공자에 의해 생산되며, 동시에 고객에 의해 소비되는 성격을 지닌다.

- ① 무형성
- ② 비분리성
- ③ 이질성
- ④ 소멸성
- ⑤ 유형성

29. 브랜드 연상(브랜드 이미지)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 브랜드 연상은 고객이 특정 브랜드에 가지는 전체적인 인상을 의미한다.
- ② 바람직한 브랜드 연상은 고객에게 브랜드와 관련된 호의적이고 강렬한 인상을 남긴다.
- ③ 제품속성과 직접 관련된 연상은 제품 범주, 품질이나 가격 등을 통해 구축된다.
- ④ **제품속성과 관련이 없는 브랜드 연상은 주로 제품의 기능적 편익에 의존한다.**
- ⑤ 기업 자체의 이미지가 브랜드 연상으로 작용할 수 있다.

30. 다음 중 아래의 글상자에서 공통으로 설명하는 상품의 유형으로 가장 옳은 것은?

- 소비자들은 강한 브랜드 선호도와 충성도를 가진다.
 - 소비자들은 상당한 구매노력을 기꺼이 감수하려는 경향이 있다.
 - 소비자들의 가격민감도가 상대적으로 낮다.
 - 보통 전속적 유통을 채택한다.

- ① 편의품
- ② 선매품
- ③ **전문품**
- ④ 미탐색품
- ⑤ 산업용품

31. 다음 중 매장 내·외부 공간 및 환경 관리에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 매장 배치의 기본은 소비자들이 쉽게 원하는 물건을 찾을 수 있게 하는 것이다.
- ② **소비자들이 필요한 것만 구매해서 빠르게 나갈 수 있게 동선을 만들어야 한다.**
- ③ 고객의 구매욕구를 높이기 위해 상품을 매력적으로 느낄 수 있게 매장 환경을 관리한다.
- ④ 매장 앞 전면부는 간판 및 입간판 등을 통해 통행하는 소비자들의 시선을 끌 수 있어야 한다.
- ⑤ 매장의 음악과 향기는 소비자의 기분과 감정에 영향을 미친다.

32. 다음 중 상품의 판매 활동에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 판매 활동의 본질은 대금과 상품의 교환거래를 실현시키는 활동이다.
- ② 상품 관련 정보를 제공함으로써 상품의 이용이 유익하다는 것을 알리는 활동이다.
- ③ 상품의 효용을 고객에게 알림으로써 구매 결정을 유도하는 활동이다.
- ④ 상품의 구매 조건을 설명하여 지금 구매가 이득임을 납득시키는 활동이다.
- ⑤ **소비자가 상품을 이용함으로써 제품의 가치를 실현시키는 활동이다.**

33. 거래 완결을 위해 판매에 수반하여 반드시 제공되어야 할 판매 서비스로서 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상품 사용 관련 정보 제공
- ② **고객 맞춤형 수선서비스 제공**
- ③ 상품에 대한 주문 처리
- ④ 상품 대금의 청구서 발급
- ⑤ 대금 지불 과정 구축 및 운영

34. 다음 중 POS(point of sale)의 장점으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 체크아웃 처리속도의 증가
- ② 인건비 절감
- ③ 입력오류 방지
- ④ **구매선택 다양성 증가**
- ⑤ 가격조정과 점검 및 전산처리 용이

35. 아래 글상자에서 설명하는 판매결정기법으로 가장 옳은 것은?

고객이 선택을 하지 못하고 있을 때 판매를 종결하기 위해 “직접 가져가실 수 있게 포장해 드릴까요?” 혹은 “배송해드릴까요?”라고 두 가지 대안을 제시하면 그중 어느 쪽이든 하나를 선택하여 답을 할 확률이 높기에 판매원이 많이 사용하는 기법이다.

- ① 요약 반복법
- ② 보증법
- ③ 실례법
- ④ 타이밍지적법
- ⑤ **가정적 종결법**

36. 아래 글상자에서 설명하는 가격할인의 유형으로 가장 옳은 것은?

제조업자가 일반적으로 수행해야 할 유통업무의 일부를 중간상인이 대신 수행할 경우, 이에 대한 보상으로 경비의 일부를 제조업자가 부담하는 것으로 기능할인(function discount)이라고도 한다.

- ① 수량할인
- ② 현금할인
- ③ 거래할인
- ④ 상품 지원금
- ⑤ 판매촉진 지원금

37. 아래 글상자의 괄호 안에 들어갈 촉진전략 유형으로 가장 옳은 것은?

()은 생산자가 최종소비자들에게 광고나 소셜 미디어활동을 통해 제품을 구매하도록 유도하는 촉진전략이다.

- ① 푸시(push) 전략
- ② 풀(pull) 전략
- ③ 인적 판매 전략
- ④ 대량판매 전략
- ⑤ 할인 전략

38. 상품이나 서비스를 셀프서비스(self-service)를 활용하여 판매하는 방식의 장점으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상품 포장의 간소화 개선
- ② 고객의 구매과정 통제력 확보
- ③ 구매 장소의 유연성 증가
- ④ 구매 시간의 편의성 증진
- ⑤ 구매 소요시간의 절약

39. 아래 글상자에서 설명하는 서비스 회복을 위한 지침으로 가장 옳은 것은?

현장에서 문제를 해결하기 위해서는 일선 직원들이 서비스 실패나 고객불평에 즉시 대처할 수 있는 권한과 재량권을 가지고 있어야 한다. 효과적인 서비스 회복은 고객의 소리를 듣고, 해결책을 찾아 즉석에서 해결해야 하는데 때로는 규정에서 벗어날 수도 있기 때문이다.

① 권한위임

- ② 직원훈련과 보상
- ③ 경험으로부터 학습
- ④ 서비스 회복기회 추적
- ⑤ 감정이입

40. 판매를 위해 판매원이 수행할 수 있는 효과적인 스몰 토크방법으로 가장 옳지 않은 것은?

스몰 토크는 논란이 되는 사회적 이슈나 정치, 종교와 같

① 은 주제는 피하고 날씨나 드라마, 스포츠와 같은 가벼운 주제로 한다.

② 질문은 예나 아니오로 끝나지 않는 열린 질문으로 한다.

스몰 토크는 판매를 위한 본격적인 대화 전에 하는 것으

③ 로 신뢰감을 주기 위해 전문용어를 많이 쓰려고 노력한다.

스몰 토크에 대한 반응으로 내용은 가볍지만 '네~', '정말

④ 요?', '대단한데요?'와 같은 확실한 언어 리액션을 보여준다.

⑤ 스몰 토크의 핵심 세 가지 요소는 관찰, 질문, 표현이다.

41. 고객의 소리를 관리하는 것이 중요한 이유로 가장 옳지 않은 것은?

① 고객의 소리는 제품 및 서비스 개선지점을 파악하는 데 도움을 준다.

② 고객 문제에 대한 신속한 대응으로 서비스 품질을 강화시킬 수 있다.

③ 고객의 필요를 확인함으로써 마케팅 전략 수립에 도움이 된다.

④ 통계방식을 활용하여 제품 및 서비스의 불량률을 개선하고 품질혁신경영을 수행하는 바탕이 된다.

⑤ 고객의 소리를 통해 기업의 긍정적인 이미지를 강화할 수 있다.

42. 다음 중 고객 응대를 위해 판매원이 이해하고 있어야 하는 고객에 관한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

① 매장에서 고객 접객 시 고객공간을 침범하지 말고 접객을 위한 적정 간격을 유지해야 한다.

② 고객은 언제나 합리적인 사고를 통해 구매하므로 고객에게 자세한 설명은 오히려 구매의사결정에 방해가 된다.

③ 고객을 존중하면서 고객의 동기 및 가치관과 이해수준에 따라 고객응대를 해야 한다.

④ 동일한 나이나 소득수준이어도 성격이나 생활양식에 따라서 고객의 욕구가 다를 수 있다는 것을 이해해야 한다.

⑤ 판매원은 구매결정을 고객에게 맡기지 말고 고객의 반응을 올바르게 포착하여 판매결정을 촉구해야 한다.

43. 소매점포 매장에서 조명(lightning)을 활용하는 목적으로 가장 옳지 않은 것은?

① 고객 관심을 특정상품으로 유도

② 점포 내 고객의 이동속도 조절

③ 점포 내 고객의 기분 전환

④ 점포 및 매장의 이미지 개선

⑤ 제품에 따른 조도 조절로 매출 증대

44. 특정 제품이나 서비스에 대한 고객의 추천정도를 0점에서 10점 사이의 척도로 측정하여 고객충성도를 계산하는 지표로 옳은 것은?

① NPS (net promoter score)

② CSAT (customer satisfaction score)

③ KPI (key performance indicator)

④ CES (customer effort score)

⑤ ROI (return on investment)

45. 소비자 판촉수단에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

무료샘플은 주로 소비자들이 시험삼아 사용해 볼 수 있을

① 만큼의 양을 따로 포장하여 소비자들에게 무료로 제공하는 것을 의미한다.

② 쿠폰은 제품을 구입할 때 구매자에게 일정금액을 할인해주는 할인을 의미한다.

③ 리베이트는 쿠폰과 그 성격이 비슷하며 가격할인이 구매시점에 일어난다.

프리미엄은 소비자가 제품을 구매한 것에 대하여 무료 또

④ 는 저렴한 가격으로 구매한 것과 동일한 제품이나 다른 제품을 제공하는 것이다.

시연회는 고객들 앞에서 실제로 자사제품을 보여주거나

⑤ 자사제품의 사용법과 차별적인 특성을 시연해 보이는 것이다.