2005년03월20일년 텔레마케팅관리사 필기시험 기출문제 답안

【1과목 : 25문제】 판매관리	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	④	④	④	③	①	③	③	①	①	②
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	①	③	④	③	②	②	①	③	④	④
	21	22	23	24	25					
	③	②	③	④	②					

【2과목 : 25문제】 시장조사	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
	①	③	②	③	④	①	④	①	③	②
	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
	①	④	②	④	④	④	③	①	④	①
	46	47	48	49	50					
	②	④	①	③	④					

【3과목 : 25문제】 텔레마케팅관리	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	④	③	①	③	③	①	④	②	④	③
	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
	①	②	①	②	④	③	①	①	④	①
	71	72	73	74	75					
	④	②	①	①	③					

【4과목 : 25문제】 고객응대	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85
	③	③	④	④	②	④	③	③	①	②
	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95
	④	④	④	③	③	④	④	②	④	④
	96	97	98	99	100					
	④	④	④	②	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.

CBT 기출문제

전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

【1과목】 판매관리 (25문제)

1. 다음은 Call Guide에 의한 전화걸기의 단계별 행동 요령이다. 성공적인 텔레마케팅을 위한 순서를 가장 올바르게 연결한 것은?

① 자신의 소개
② 전화 건 이유 밝히기
③ 잠재고객의 성명 확인
④ 잠재고객의 검증(등급화)
⑤ 판매제시 실시
⑥ 필요한 신용확인 관련 정보의 획득
⑦ 판매의 종료
⑧ 반대의 극복

① ① → ③ → ④ → ② → ⑤ → ⑧ → ⑥ → ⑦

② ③ → ① → ④ → ② → ⑤ → ⑧ → ⑦ → ⑥

③ ③ → ① → ② → ⑥ → ④ → ⑤ → ⑧ → ⑦

④ ③ → ① → ② → ④ → ⑤ → ⑧ → ⑦ → ⑥

2. 아웃바운드 텔레마케팅의 성공을 위해 1차적으로 필요한 요소가 아닌 것은?

① 고객 데이터

② 제안(offer)

③ 커뮤니케이션 기획력

④ 위기 모면 능력

3. 데이터베이스(Database) 마케팅을 설명한 것 중 옳은 것은?

① PC만을 이용하여 표준화된 제품으로 불특정 다수의 고객에 접근하는 마케팅이다.

② 대중매체를 통하여 전국적으로 대중에게 자사의 상표인지도를 높게 유지하는 것이다.

③ Database 마케팅은 VIP고객 리스트만을 이용한 마케팅 기법이다.

④ Database 마케팅에서 database는 고객의 개인별 특성을 담고 있어야 한다.

4. 다음은 어떤 용어에 대한 설명인가?

- TV를 통해 구현되는 전자상거래를 말한다.
- 간단한 리모콘과 무선키보드로 조작되는 인터넷 TV를 통해 인터넷 접속과 전자상거래를 할 수 있다.
- 이 방식은 기존의 전자상거래 패러다임과 PC 문화를 위협할 것으로 전망된다.

① P2P 서비스

② 인터넷 경매

③ T-커머스

④ E-mail

5. 텔레마케팅 분야의 전문 인력과 관계없는 것은?

① 고객

② 텔레마케터

③ 슈퍼바이저

④ 관리자

6. 아웃바운드 텔레마케팅의 정의로 올바른 것은?

① 기업의 내부적 업무 중 일부를 다른 기업에 맡기는 것을 칭한다.

② 텔레마케터가 걸려온 고객의 전화에 대해 응대하는 것이다.

③ 텔레마케터가 고객에게 전화하는 적극적인 형태의 텔레마케팅이다.

④ 전화를 하기 위해 사용하는 일반 회선이나 중계회선을 말한다.

7. ANI(automatic number identification)서비스는 무엇을 말하는가?

① 자동응답시스템

② 고객콜센터

③ 발신자번호 자동인식 장치

④ 컴퓨터 전화 통합시스템

8. 텔레마케팅 용어의 설명이 잘못된 것은?

① on-hook : 전화수화기가 들려진 상태

② Queue : ACD내의 응답을 기다리는 일련의 통화

③ ASA : 전화 응답하는데 걸리는 평균시간

④ ARS :자동응답시스템

9. 수신된 콜 수에서 응대를 한 건수 중에서 주문으로 획득한 건수가 차지하는 비율은?

① 주문획득률

② 수신콜 응답률

③ 콜서비스 목표율

④ 자동 교환률

10. 다음 설명에 대한 용어로 맞는 것은?

- 콜센터에 걸려오는 많은 전화를 상담원 그룹에 획일적이고 강제적으로 배분하는 장치이다.
- 즉 걸려오는 전화를 위에서 아래로 또는 순환방식같이 미리 정해진 방법에 따라 전화를 배분한다.
- 보통 실시간 트래픽 로드에 그다지 신경을 쓰지 않으며, 어떤 상담원이 바쁜지 또는 그렇지 않은 지에 대해서도 관심이 없다.

① Voice Announcement System(VAS)

② Unattended Call Distributor(UCD)

③ Automatic Calling Distributor(ACD)

④ Call Sequencer

11. 아웃바운드 텔레마케팅 전개의 핵심요소와 그에 대한 설명이 잘못 연결된 것은?

① 대상고객의 데이터 확보 - 고객 분류에 맞는 상품 및 서비스 제안

② 정교한 스크립트와 데이터 시트 - 고객의 상황, 마케팅상황에 따라 탄력적 활용

③ 고도로 숙달된 아웃바운드 텔레마케터 - 목표달성과 고객관리 및 상담능력이 뛰어난 텔레마케터

④ 콜센터 구축 및 콜처리를 위한 환경 - 자동 콜 및 예약시스템 등의 구비

12. 고객관계관리를 설명하는 것 중 옳은 것은?

① 새로운 고객을 많이 확보하는데 적합한 마케팅기법이다

② 고속도로 휴게소 식당에서 고객을 유인하는데 적합한 마케팅이다.

③ 기존고객을 단골고객으로 계속 유지하는데 적합한 마케팅기법이다.

④ 내부고객의 상담을 목적으로 하는 마케팅기법이다.

13. CRM을 구현하기 위해 콜센터에서 활용되는 고객과의 상호작용시스템이 아닌 것은?

① 전자우편

② 웹커뮤니케이션

③ 음성시스템

④ SFA(Sales Force Automation)

14. 직접적인 표본 추출 방법 중 바르지 않은 것은?(오류 신고가 접수된 문제입니다. 반드시 정답과 해설을 확인하시기 바랍니다.)

① 지역적 표본 추출 시 전화번호부에 표기된 지역번호 구분이 아니라 행정적 경계에 따라 표본단위를 정하는 것이 좋다.

② 가나다순으로 되어 있는 기존 전화번호부에서 표본을 추출할 때에는 체계적 표본추출법을 사용하는 것이 좋다.

③ 전화번호부를 활용할 때 맨 앞과 맨 끝은 배제하는 것이 좋다.

④ 전화번호부를 이용한 전화조사를 할 경우 먼저 조사지점을 결정하고 가능한 최근의 전화번호부를 준비해야 한다.

15. 데이터베이스마케팅(Database Marketing)에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

① 잠재고객에 대한 리스트 확인이 가능하다.

② 고객에게 개별적으로 접근하는 것이 불가능하다.

③ 판매활동으로써의 활용도가 증대되고 있다.

④ 고객과의 관계 관리가 용이하다.

16. Target Marketing(표적 마케팅)의 단계가 올바른 것은?

① 표적시장 계획단계 → 시장보완전략 개발단계 → 시장목표 실현단계 → 시장세분화 단계 → 시장 차별화 수행단계

② 시장세분화 단계 → 시장보완전략 개발단계 → 표적시장 계획단계 → 시장 차별화 수행단계 → 시장목표 실현단계

③ 시장보완전략 개발단계 → 시장세분화 단계 → 표적시장 계획단계 → 시장 차별화 수행단계 → 시장목표 실현단계

④ 시장 차별화 수행단계 → 시장목표 실현단계 → 시장세분화 단계 → 표적시장 계획단계 → 시장보완전략 개발단계

17. 아웃바운드 TM의 전개과정을 올바르게 나열한 것은?

① 통화준비 및 시도
② 통화
③ 데이터 처리
④ 고객데이터 수집과 분석
⑤ 종결

① ④ → ① → ② → ③ → ⑤

② ② → ④ → ① → ③ → ⑤

③ ④ → ③ → ① → ② → ⑤

④ ③ → ④ → ① → ② → ⑤

18. CPR(Cost Per Response)에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 1콜당 평균 비용을 말하는 것으로 1인 1시간당 비용을산출하여 1시간당 평균 발신건수 또는 평균 도달 건수로 나누어 구분한다.

② 주문당 평균비용 즉, 1건의 주문을 받는데 들어간 비용을 말한다.

③ 건 당 반응 비용 = 1건의 반응을 얻는데 소요된 비용

④ 리드를 주문으로 변환시키는 비율

19. 고객에게 판매를 권유하는 방법으로 적절치 않은 것은?

① 고객의 형편에 따라서 적절히 처리 대응한다.

② 자사와 상품에 대하여 좋은 점을 이야기 한다.

③ 상품과 관련되는 문제점도 이야기 한다.

④ 구매자보다는 판매자가 선호하는 상품을 추천한다.

20. 고객의 평생가치란 무엇인가?

① 처음으로 자사제품을 구입한 때부터 고객이 사망하는 시점까지의 기간

② 특정 회사의 제품이나 서비스를 처음 구매하거나 요청한 기간

③ 특정 회사의 서비스나 제품을 구매한 날로부터 최종 반품 처리한 날까지의 기간

④ 특정 회사의 제품이나 서비스를 처음 구매했을 때부터 시작해서 마지막으로 구매할 것이라고 판단되는 시점까지 구매가 가능한 제품이나 서비스의 누계

21. CRM 도입의 이유로 볼 수 없는 것은 ?

① 기업의 성장전략변화

② 신속하고 일관성 있는 고객대응의 필요성

③ 불만고객에 대한 신속한 고객리스트 삭제

④ 고객에 대한 접근 방법의 발전

22. 전체시장을 대상으로 하지 않고 소비자 특성에 맞게 세분화한 소비자집단의 욕구에 대응하는 마케팅은?

① 대중 마케팅(mass marketing)

② 표적 마케팅(target marketing)

③ 일반 마케팅(qeneral marketing)

④ 스폰서십 마케팅(sponsorship marketing)

23. 유통 경로에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 제품 생산 시 한 공정에서 다른 공정으로 이동하는 경로

② 판매자가 소비자에게 상품을 배달할 때 제일 빠른 이동경로를 말한다.

③ 상품이 생산자에서 소비자에게 직접 또는 중간상인을 통하여 판매되는 경로를 말한다.

④ 상품이 대리점에서 제품 생산 본사로 전달되는 것을 뜻한다.

24. 아웃바운드 텔레마케팅의 개념과 거리가 먼 것은?

① 외부의 잠재고객이나 기존고객에게 전화를 걸어 수행하는 마케팅 활동이다.

② 아웃바운드 TM은 상담 및 판매기술이 뛰어난 텔레마케터가 소비자에게 판매상품을 설명, 설득하여 최종적으로 구매를 유도하는 것이다.

③ 아웃바운드 TM은 고객층을 파악하기 위한 고객명단이 확실히 준비되어야 효과적이다.

④ 아웃바운드 TM은 고객에게 카탈로그나 DM을 발송하여 주문을 받는 방법이다.

25. 데이터베이스를 활용한 고객의 등급 분류는 아웃바운드 텔레마케팅 판촉 활동의 소중한 자료이다. 고정 고객으로서의 역할뿐만 아니라 다른 사람들에게도 자사의 제품 또는 서비스를 권유하는 고객은?

① 타 회사의 고객

② 옹호 고객

③ 비활동 고객

④ 탈락 고객

【2과목】 시장조사 (25문제)

26. 정확도가 가장 높은 시장조사 방법은?

① 실험법

② 질문법

③ 관찰법

④ 비교법

27. 측정 원칙의 주요한 기준은 무엇인가?

① 효율성과 신속성
② 타당성과 신속성
③ 타당성과 신뢰성
④ 효율성과 정확성

28. 응답자들에게 설문지가 우편으로 보내진 다음 설문지에 응답하고 회송용 봉투에 설문지를 넣어 보내주는 방식의 조사방법은?

① 전화조사
② 우편조사
③ 면접조사
④ 모바일조사

29. 우편조사법과 전화조사의 공통적인 장점이 아닌 것은?

① 시간과 경비를 절약할 수 있다.
② 통제가 용이하다.
③ 사려 깊은 응답가능성이 있다.
④ 직접 면접이 어려운 사람에게 이용할 수 있다.

30. 면접조사의 장점으로 옳지 않은 것은?

① 면접자가 응답자의 상황에 따라 대화분위기를 자연스럽게 조절할 수 있다.
② 대화를 통한 응답자의 적극적인 참여 유도가 가능하다.
③ 면접의 오류, 오해를 극소화 할 수 있다.
④ 면접의 특성에 따라 즉석에서 대답할 수 없는 경우가 발생될 수 있다.

31. 표본의 크기를 결정하는데 고려해야 하는 요소 중 적절하지 않은 것은 무엇인가?

① 비표집 오차
② 모집단 요소의 동질성
③ 조사의 목적
④ 모집단의 크기

32. 자료수집의 내용 설명 중 틀린 것은?

① 1차 자료는 조사자가 조사 프로젝트를 수행하면서 직접 수집해야 하는 자료이다.
② 2차 자료는 현재 조사 프로젝트를 수행하고 있는 조사자가 아닌 다른 주체에 의해서 이미 수집된 자료이다.
③ 2차 자료는 사내에서 먼저 구하고, 다음에 사외의 연구기관이나 공공기관 등 여러 원천으로부터 구하게 된다.
④ 2차 자료는 일반적으로 시간이 많이 필요하고 비용이 많이 소요된다.

33. 일정기간 반응이 없는 고객의 리스트나, 상당 기간 지난고객 리스트에 대한 데이터를 체크·관리 하는 것을 무엇이라 하는가?

① 리스트 클리닝
② 데이터 탐색
③ 자료 추출
④ 모집단 관리

34. 시장조사 전개 시 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

① 합목적성
② 적합성
③ 주관성
④ 신뢰성

35. 질문서 작성에 있어서 유의해야 할 사항으로 부적합한 것은?

① 질문서는 조사의 목적과 응답자의 입장에서 작성되어야 한다.
② 질문서는 명목척도만을 이용하여 작성되어야 한다.
③ 질문서에 사용된 어휘는 응답자의 수준에 맞게 용어가 선택되어야 한다.
④ 질문서는 조사정보의 구조와 기능을 염두에 두고 작성되어야 한다.

36. 지표구성에 있어 문항의 관계성을 검토하는 방법으로 적절하지 않은 것은 무엇인가?

① 변량분석
② 교차분할표
③ 양류상관계수
④ 정준상관계수

37. 텔레마케터가 전화조사 시 정확한 의미전달을 위해 용어선택 시 고려해 볼 점으로 적절하지 않은 것은?

① 이 단어는 2가지 이상의 발음을 가지는가?

② 혼돈할 수 있는 비슷한 발음의 단어가 있는가?

③ 이 단어가 다른 의미를 가지고 있지는 않는가?

④ 적당히, 조금, 거의, 약간 등은 그 말이 그 말이므로

38. 측정대상간의 순서관계를 밝혀주는 척도로서, 측정대상을 특정한 속성으로 판단하여 측정 대상 간에 대소나 높고 낮음 등의 순위를 부여해주는 척도는?

① 명목척도

② 서열척도

③ 등간척도

④ 비율척도

39. 전화조사의 특징이 아닌 것은?

① 지역제한을 받지 않는다.

② 경제적이고 효율적이다.

③ 비교적 시간적 제한이 있다.

④ 융통적이고 제한적이다.

40. 시장조사의 조사방법 중 탐색조사의 종류가 아닌 것은?

① 문헌조사(literature search)

② 표적집단면접법(focus group interview)

③ 사례조사(case study)

④ 실험조사(experimental research)

41. 소비자의 구매행동 분석과 관계없는 것은?

① 상표인지도

② 의사결정자

③ 소비자의 생활양식

④ 경쟁회사의 수

42. 설문지 조사에 있어 주의 사항 중 올바르지 않은 것은?

① 너무 자세한 질문은 피해야 한다.

② 대답하기 곤란한 질문은 간접적으로 물어야 한다.

③ 너무 논리적이거나 질문의 순서를 고려하는 것은 정확한 답변을 방해한다.

④ 유도 질문은 삼가 해야 한다.

43. 자동 전화조사 방법의 특성이 아닌 것은?

① 전화조사 시 발생되는 인원, 경비, 시간 등을 줄일 수 없다.

② 전화 횟수의 자동 카운팅, 전화 콜처리 시간 체크, 응답자 성명 등을 자동 기록한다.

③ 상담원이 응답자와 서베이를 수행하는 동안 모니터링이 가능하다.

④ 콜 평균처리시간, 시간당 콜 완료건수, 통화중 신호콜 수, 중단건수, 거부건수 등 성과를 측정할 수 있다.

44. 전화조사에서 발생될 수 있는 무응답 오류에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 데이터 분석에서 나타나는 오류

② 부적절한 질문으로 인하여 나타나는 오류

③ 조사와 관련 없는 응답자를 선정하여 나타나는 오류

④ 응답자의 거절이나 비접촉으로 나타나는 오류

45. 확정적 조사를 실행하기 전에 조사문제의 특성과 조사문제와 관련된 변수를 명확히 하고 조사에 대한 사전 경험을 얻기 위해 실시하는 조사를 무엇이라고 하는가?

① 탐색적 조사

② 확정적 조사

③ 서술조사

④ 인과조사

46. 코딩과 분석이 용이하고, 응답하기가 쉽고 협조를 쉽게 얻어낼 수 있으며 조사자에 의한 영향을 배제할 수 있는 질문형태는?

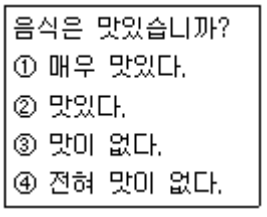
① 자유응답형

② 양자택일형

③ 다지선다형

④ 가치개입형

47. 다음은 어떤 설문지 형태인가?



① 개방형 설문지

② 폐쇄형 설문지

③ 일방형 설문지

④ 복합형 설문지

48. 시장조사의 첫 단계인 "문제정의"에 대한 설명에 해당되는 것은?

① 연구목적, 관련된 배경정보, 필요한 정보와 이 정보가 마케팅 의사결정에 어떻게 사용될 것인지의 고려가 필요하다.

② 조사의 목적이나 이론적 틀, 분석모델, 연구 질문, 가설 등을 공식화하고 리서치 디자인에 영향을 줄 수 있는 요인이나 특성을 규명한다.

③ 현장에서 개인면접, 우편면접, 전화조사 등의 방법을 통해 조사한다.

④ 자료의 편집, 코딩, 복사 그리고 검증 등을 포함한다.

49. 시장조사에 있어 과학적 접근방법(조사, 연구방법)에 대한설명으로 옳지 않은 것은?

① 과학적 조사는 의사결정 문제를 해결하기 위하여 조사절차를 체계적이고 실증적으로 수행하는 것을 말한다.

② 과학적 조사는 현상 속에서 발생하는 연관성에 대해 가정을 설정하고 이를 체계적이고, 통제적으로, 실증적이고, 핵심적으로 조사하는 것이다.

③ 과학적 접근방법만이 사회현상의 진리를 터득하는 유일한 방법으로 근대 산업사회 발전의 초석이 되었다.

④ 과학적 조사는 추론에 근거하며, 귀납적 방법과 연역적 방법으로 나눈다.

50. 설문지 구성 시 왜곡된 응답을 줄일 수 있는 설명으로 잘못된 것은?

① 조사자와 응답자 사이에 라포(rapport)가 형성되도록 한다.

② 조사 시간을 응답자의 편리한 시간으로 정한다.

③ 설문지를 작성할 때 사전 조사를 실시한다.

④ 민감한 질문은 서두에 미리 한다.

【3과목】 텔레마케팅관리 (25문제)

51. 텔레마케터의 교육에 최소한 포함되어야 할 항목으로 옳지 않은 것은?

① 전화응대 기법

② 상품 지식

③ 초적인 시스템 활용법

④ 불평고객 회피법

52. 텔레마케터에 대한 모니터링 시 고려해야 할 사항과 그에 대한 설명 중 가장 거리가 먼 것은?

① 전화 받는 태도 - 경어를 사용하고 친근한 어투로 강약

② 경청하는 능력 - 상대방의 이야기를 잘 듣고 요구사항이 무엇인지를 파악한다.

③ 메모 - 많은 전화를 하는 것이 중요하므로 고객과의 대화는 메모하지 않는다.

④ 친절, 서비스마인드 - 텔레마케터에게 스마일은 자연적으로 몸에 배어 있어야 한다.

53. 텔레마케터의 통화품질을 평가할 때 고려사항이 아닌 것은?

① 나이, 출신학교, 신장

② 음성능력, 표현능력, 정확한 발음

③ 구술능력, 조직적응력, 목표의식

④ 음성능력, 청취력, 집중력

54. 콜센터 운영에 적합한 제품이나 서비스를 선택할 때 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

① 가격과 결제조건

② 상담제공능력

③ 단발성(일회성)

④ 사후관리성

55. 스크립트에 대한 설명 중 옳지 않은 것은?

① 활용 목적을 명시 한다.

② 간단명료하게 작성한다.

③ 수정은 할 수 없다.

④ 대화체로 작성한다.

56. 텔레마케팅의 정의 중 옳지 않은 것은?

① 대면접촉에 의해 인적 판매를 수행하는 잘 계획되고 조직, 관리된 마케팅 프로그램

② 데이터베이스와 결합된 정보통신 기술을 이용하여 비즈니스 상품과 서비스를 촉진

③ 정보통신 수단을 매개로 체계적으로 계획되고 조직화된 방식으로 판매자와 구매자의 일대일 커뮤니케이션

④ 잘 훈련되고 조직화된 인적집단을 중심으로 정보통신기술을 이용 고객욕구 충족과 기업목적을 수행

57. 통화 품질 관리의 목적으로 가장 적합한 것은?

① 텔레마케터의 사적인 통화 방지

② 텔레마케터가 제대로 통화하는지 감시

③ 통화 품질 결과를 텔레마케터의 급여에 반영

④ 통화품질 개선으로 고객에 대한 서비스 향상

58. 인쇄매체를 통한 마케팅과는 달리 텔레마케팅이 갖고 있는 가장 큰 특성은?

① 예약 가능성

② 쌍방향성

③ 대중성

④ 타겟 도달성

59. 인바운드 텔레마케팅에서 성과달성을 위한 상담원 코칭 시에 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

① 고객접근용이성

② 사전예측성

③ 서비스성

④ 과도한 업무성

60. 상담원들이 고객과 통화하는 과정에서 콜센터에서 약속한통화의 기본사항을 정확히 준수하는지를 확인, 평가하여 궁극적으로 상담원의 통화품질 향상을 도와주는 역할을 하는 사람은?

① 수퍼바이저

② 조장

③ QAA

④ STAFF

61. 리더십의 핵심 역할이 아닌 것은?

① 리더는 집단의 역량보다는 개인역량을 촉진한다.

② 리더는 조직원이 적극적으로 목표달성에 기여할 수 있도록 동기부여 시킨다.

③ 리더는 외부환경 변화에 대해 민감하고 변화를 촉진하게 한다.

④ 리더십은 조직 전체의 성과에 영향을 준다.

62. 콜센터 조직의 특성으로 옳은 것은?

① 기업 중심적이다.

② 고객의 가치를 중시한다.

③ 1:1 대면 접촉이다.

④ 정보와 커뮤니케이션을 매개로 하지 않는다.

63. 평균처리시간이 길어질 경우 생산성 관리를 위한 조치로 적합하지 않은 것은?

① 모든 상담을 ARS로만 처리한다.

② 근무집중도가 떨어지는 이유가 있는지를 확인한다.

③ 스크립트가 불충분하거나 부정확한지 확인한다.

④ 적정인력의 투입여부를 확인한다.

64. 콜센터의 개인성과 측정기준 중 질적 기준에 해당하는 것은?

① 시간당 처리콜수

② 고객불만도

③ 평균통화시간

④ 성공적 통화율

65. 전통적인 마케팅 기법인 마케팅 믹스의 구성 요소(4P)가 아닌 것은?

① 가격

② 유통

③ 제품

④ 고객

66. 텔레마케팅은 어떤 단어의 조합으로 만들어진 용어 인가?

① Television(텔레비전)＋Marketing(마케팅)

② Telephone(전화)＋Marketing(마케팅)

③ Telecommunication(전기통신)＋Marketing(마케팅)

④ Tele-sale(통신판매)＋Marketing(마케팅)

67. 콜 센터 정량적 평가 지표인 서비스레벨에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 전화 응대 스크립트의 품질 수준을 나타내는 지표이다.

② "X %의 콜을 Y 시간 내에 응대" 와 같은 형식으로 표시한다.

③ 통화 고객들의 통화대기시간에 대한 평균적인 수준을 가장 잘 나타내 주는 지표이다.

④ 인바운드 콜 센터의 대표적인 관리 지표 중 하나이다.

68. 텔레마케터가 갖추어야 할 능력에 대한 설명 중 가장 거리가 먼 것은?

① 외모 및 운동신경

② 훌륭한 청취력, 상대에 대한 이해와 배려

③ 표현 및 구술능력

④ 정서적 안정과 자기회복 능력

69. 아웃바운드형 콜센터의 설명으로 옳지 않은 것은?

① 아웃바운드형 콜센터는 보다 더 성과지향적이고 수익지향적이다.

② 높은 성과와 수익 창출을 올릴 수 있는 전문조직체이지만 잘못 운영하면 커다란 위험에 놓일 수도 있다.

③ 아웃바운드형 콜센터는 기업주도형이기 때문에 고객에 대해 뚜렷한 목적을 가지고 임해야 한다.

④ 아웃바운드형 콜센터는 전문 텔레마케터만 갖추어져 있으면 고객에 대한 양질의 데이터는 없어도 된다.

70. 다음의 상황에 맞는 리더쉽의 유형은?

> 모호한 과업(ambiguous task)을 수행하는 하급자들의 경우에는 긍정적으로 작용하여 만족도를 높여주고 동기를 유발시키나, 명확한 과업을 수행하는 하급자들의 경우에는 부정적으로 작용하여 만족도와 동기를 저하시킨다.

① 지시적 리더쉽

② 후원적 리더쉽

③ 참여적 리더쉽

④ 위임적 리더쉽

71. ACD(Auto Call Distributor)의 주기능으로 옳은 것은?

① 통화시간과 콜에 대한 기록을 제공하는 기능

② 현재 인입된 호의 양을 파악하기 위한 기능

③ 아웃바운드를 효율적으로 하기 위한 자동걸기 기능

④ 텔레마케터의 호 부하량 균등 분배를 위한 기능

72. OJT가 성공하기 위한 관리자의 태도가 아닌 것은?

① 상담원과 공동으로 목표를 세운다.

② 관리자 자신의 관심사만을 열거한다.

③ 적시에 Feed Back을 행한다.

④ 결과를 평가하고 확인한다.

73. 텔레마케터의 역할로서 맞지 않는 것은?

① 예상되는 고객의 질문이나 상담내용을 자세히 기록하는 것은 매니저가 하는 일이다.

② 텔레마케터는 회사의 업무나 제품에 관한 내용을 정확히 이해하여야 한다.

③ 텔레마케터는 기업의 이미지 향상을 위해 노력해야 한다.

④ 고객의 특수한 요구나 고충 등은 혼자판단하지 말고 감독자에게 보고한다.

74. CTI의 주요 기능으로 적당하지 않은 것은?

① 자동착신호분배 및 녹취 기능

② 자료전송 및 음성사서함 기능

③ 송신호에 대한 자동 정보제공 기능

④ 자동 전화걸기 기능

75. 상담원에 대한 기본교육으로 적절치 않은 것은?

① 회사에 대한 이해와 비전(vision)

② 상담원에게 필요한 자질

③ 조직 및 인사관리

④ 테이프 녹음과 화법 연습

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

【4과목】 고객응대 (25문제)

76. 인바운드 전화 상담이 아닌 것은?

① 고객 정보를 활용한 맞춤응대

② 고객서비스의 질적 개선사항 도출

③ 신규 리스트를 활용한 가망 고객 발굴

④ 주문접수 처리

77. 텔레마케팅을 통한 효과적인 잠재고객의 신규·고정 고객화 방법으로 옳지 않은 것은?

① 관심이 있고 이용 가능성이 높은 고객을 대상으로 집중 접촉하거나 설득한다.

② 잠재고객과 지속적인 유대관계를 갖기 위해 고객에게 필요한 정보를 제공한다.

③ 고객정보를 근거로 의도적으로 접근하여 강압적으로 전화를 한다.

④ 고객의 성향별로 차별화 전략을 세우고 지속적으로 특별관리를 한다.

78. 고객에게 긍정적인 이미지를 심어 주기 위한 텔레마케터의 능력과 관련이 없는 것은?

① 자신감

② 전문성

③ 신뢰감

④ 우월감

79. 청자가 효과적으로 듣기 위한 방법이 아닌 것은?

① 화자가 말하는 내용의 핵심을 파악한다.

② 화자의 진정한 의도나 목적을 알도록 한다.

③ 화자가 전달하고자 하는 내용을 간파한 후에 그에 적합한 반응을 나타낸다.

④ 화자의 의도가 잘못되었다면 즉시 듣기를 중단하고 반응할 내용을 정리해 나간다.

80. 다음 용어에 대한 설명으로 옳은 것은?

하나의 제품이나 서비스 제공 과정에서 다른 제품이나 서비스에 대해 판매를 촉진시키는 마케팅 기법

① 업셀링(Up-selling)

② 크로스셀링(Cross-selling)

③ 마케팅믹스(Marketing Mix)

④ 아웃바운드 텔레마케팅(Outbound Telemarketing)

81. 텔레마케팅은 반드시 제품의 판매만을 목적으로 하지는 않고 고객과의 관계 강화를 위해서도 하게 된다. 제품을 구매한 고객에게 제품 구매 후 일정 시점에 제품 사용에 따른 불편함을 확인하면서 감사의 인사를 통해 관계를 강화하는 목적으로 하게 되는 전화를 무엇이라 하는가?

① 인바운드 콜

② 독촉 콜

③ 콜백

④ 땡큐 콜

82. 다른 사람에게 메시지를 전달하는 수단으로 앨버트 메르비안은 바디랭귀지, 어투, 말의 내용 3가지 요소를 들고 있다. 이 세 가지 요소 중 어투가 차지하는 비율은 전체의 몇 %를 차지하는가?

① 45%

② 38%

③ 55%

④ 7%

83. 고객응대에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 가.텔레마케터가 비대면 방식으로 갖는 커뮤니케이션이다.

② 대화예절이 수반되며 각종 정보 숙지, 애로사항, 불만사항의 문제해결 관련 상담 전문성이 중요하다.

③ 고객의 욕구 파악을 위해서는 부정적인 질문과 비판도 중요하다.

④ 고객응대에 있어 성의, 창의, 열의 등 기본적인 마음가짐이 있어야 한다.

84. 고객이 불평, 불만을 호소하는 단계로서 올바른 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

85. 전화응대의 3요소에 해당되지 않는 것은?

① 신속

② 절제

③ 친절

④ 정확

86. 다음 중 마인드 컨트롤에 방해가 되는 요소들을 모두 고른 것은?

① 스트레스

② 고정화된 관념, 습관

③ 과다한 목표 설정

④ 업무에 대한 두려움

87. 인바운드 콜센타의 상담업무특성과 관련한 텔레마케터의역할로 옳지 않은 것은?

① 업무시작 전 고객서비스의 중요성의 재인식과 공감대 형성

② 일자별, 월별 등 수신 통화량의 변화에 대처하기 위한 자기관리 (음성관리, 체력관리, 시간관리 등)

③ 서비스, 상품 관련 변경사항 등의 신속한 숙지

④ 모든 고객의 질문에 대해서는 기존 스크립트에 표현된 내용만으로 답변

88. 상담원의 일상적인 스트레스 해소를 위한 효과적인 대응방안이 아닌 것은?

① 심호흡 및 명상
② 근스트레칭 및 체조
③ 휴식 및 짧은 수면
④ 음주 및 흡연

89. 텔레마케팅 커뮤니케이션의 성공조건에 해당되지 않는 것은?

① 경청을 통하여 고객이 말할 수 있는 기회를 제공
② 고객의 니즈 파악
③ 흥미유발과 관심유도로 사적인 대화분위기 조성
④ 고객에게 이익과 만족을 주는 커뮤니케이션

90. 텔레마케터의 올바른 태도가 아닌 것은?

① 자신감과 미소
② 최대한 쉽게 말한다.
③ 천편일률적인 응대
④ 리드미컬하게 말한다.

91. 인바운드 상담에 대한 설명으로 거리가 먼 것은?

① 고객의 질문에 응답하기 위한 문의 상담 기능이 강하다
② 광고, 경험, 구전 등에 의한 고객의 기대 가치에 대한 신속한 대응이 필요하다.
③ 고객의 질문에 응답하기 위해 Q&A 시트를 주로 활용한다.
④ 인바운드 고객상담은 기업 주도형이다.

92. 고객의 행동에 따른 응대요령 중에서 충실한 자료와 증거를 제시하고 애매한 일반화는 피하는 것이 효과적인 고객의 유형은?

① 추진형
② 표현형
③ 온화형
④ 분석형

93. 고객은 텔레마케터로부터 인정과 존중, 수용의 욕구를 가지고 있다. 이러한 고객의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 고객응대 내용으로 옳은 것은?

① 성실성
② 간접성
③ 명료성
④ 직접성

94. 고객응대 시 피해야 할 말의 표현으로 옳지 않은 것은?

① "저는 잘 모릅니다."
② "왜 꼭 저한테 물어보십니까?"
③ "그건 제 잘못이 아닙니다."
④ "고객님의 실망감을 충분히 이해합니다."

95. 커뮤니케이션의 구성 요소가 아닌 것은?

① 발신자
② 수신자
③ 메시지
④ 발행자

96. 억양을 좀 더 세련되게 다듬기 위한 방법으로 적당하지 않은 것은?

① 전화로 이야기 할 때도 미소를 짓는다.
② 필요한 낱말에 강세를 두는 법을 연습 한다.
③ 제스처를 활용한다.
④ 호흡은 짧고 얕고 빠르게 한다.

97. 커뮤니케이션의 원칙이 아닌 것은?

① 커뮤니케이션은 신뢰성을 중시한다.
② 커뮤니케이션은 메시지를 통해 내용을 전달한다.
③ 커뮤니케이션은 수신자에게 유용한 경로로 접촉한다.
④ 커뮤니케이션은 1회성의 성격을 띤다.

98. 텔레커뮤니케이션의 주요 요소라고 할 수 없는 것은?

① 음성 품질
② 경청 능력
③ 언어 표현
④ 전문용어의 사용

99. 효과적인 화법의 요소가 아닌 것은?

① 고객 정보를 활용한 맞춤응대
② 고객서비스의 질적 개선사항 도출
③ 신규 리스트를 활용한 가망 고객 발굴
④ 주문접수 처리

100. 올바른 인바운드 상담 절차는?

① 상담준비 → 문제해결 → 고객니즈 간파 → 전화응답과 자신소개 → 동의와 확인 → 종결

② 상담준비 → 고객니즈 간파 → 문제해결 → 전화응답과 자신소개 → 동의와 확인 → 종결

③ 상담준비 → 전화응답과 자신소개 → 고객니즈 간파 → 문제해결 → 동의와 확인 → 종결

④ 상담준비 → 고객니즈 간파 → 전화응답과 자신소개 → 문제해결 → 동의와 확인 → 종결