

2005년08월07일년 텔레마케팅관리사 필기시험 기출문제 답안

【1과목 : 25문제】 판매관리	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	④	④	①	①	④	④	②	④	④	①
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	②	③	③	①	①	①	④	②	④	①
	21	22	23	24	25					
	③	④	①	①	④					
【2과목 : 25문제】 시장조사	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
	④	①	④	③	④	②	③	④	①	③
	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
	①	②	③	③	④	④	①	①	③	④
	46	47	48	49	50					
	①	①	③	①	④					
【3과목 : 25문제】 텔레마케팅관리	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	①	④	③	①	④	②	③	①	④	④
	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
	②	③	③	④	④	②	③	④	①	③
	71	72	73	74	75					
	④	④	①	④	④					
【4과목 : 25문제】 고객응대	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85
	②	①	②	③	④	④	②	②	①	②
	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95
	②	③	③	②	②	①	④	④	③	③
	96	97	98	99	100					
	③	④	③	①	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】 판매관리 (25문제)

1. 제품 수명주기에 있어서 성숙기의 특징은?
- ① 원가가 높다.
 - ② 혁신적인 고객이 제품을 산다.
 - ③ 경쟁자가 거의 없다.
 - ④ 판매가 절정에 이른다.
2. 아웃바운드 텔레마케팅의 성공요소라고 할 수 없는 것은?
- ① 명확한 고객데이터의 확보
 - ② 쌍방향 의사소통을 위한 정교한 스크립트
 - ③ 주력상품, 서비스의 개발 및 제공
 - ④ 무차별적 통화를 통한 공격적 영업 자세
3. 아웃바운드 텔레마케팅 도입절차가 올바른 순서대로 나열된 것은?
- ㉠ 표준 스크립트 작성 및 교육훈련 개시
㉡ 목표고객 확보 및 리스트 준비
㉢ 효과 측정 및 데이터베이스 기록, 유지
㉣ 텔레마케터 선발 또는 대행계약 체결
㉤ 아웃바운드 업무 개시
- ① ㉠ - ㉡ - ㉢ - ㉣ - ㉤
 - ② ㉡ - ㉢ - ㉣ - ㉠ - ㉤
 - ③ ㉢ - ㉠ - ㉣ - ㉡ - ㉤
 - ④ ㉢ - ㉠ - ㉡ - ㉢ - ㉤
4. 아웃바운드 텔레마케팅의 전략적 활용방안 중 판매촉진의 방법으로 볼 수 있는 것은?
- ① 신상품, 고가상품 대체판매 정보제공 및 촉진
 - ② 수요예측 조사
 - ③ 소비동향 조사
 - ④ 대금, 미수금 독촉
5. 데이터베이스 마케팅을 근간으로 하는 마케팅이 아닌 것은?
- ① 프리퀀시(Frequency) 마케팅
 - ② 원투원(One to One) 마케팅
 - ③ 릴레이션십(Relationship) 마케팅
 - ④ 니치(Niche) 마케팅

6. CRM에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① CRM은 점진적으로 고객의 행동을 변화시켜 고객과 기업 간의 결속을 강화한다.
 - ② CRM은 시장점유율보다는 고객의 소득에 대한 점유율로 방향전환을 요구한다.
 - ③ CRM은 고객과의 관계 가치를 극대화하는 것이다.
 - ④ CRM은 고객의 즉각적 반응 또는 판매를 유도하는 것이다.
7. 마케팅 믹스의 구성 요소에 해당되지 않는 것은?
- ① 제품(Product)
 - ② 완벽(Perfect)
 - ③ 가격(Price)
 - ④ 촉진(Promotion)
8. 코틀러(Kotler, P)가 말하는 제품의 3가지 수준에 해당하지 않는 것은?
- ① 핵심 제품
 - ② 유형 제품
 - ③ 포괄 제품
 - ④ 소비 제품
9. 구매 정보의 세분화에 해당하지 않는 것은?
- ① 구매일자
 - ② 구매빈도
 - ③ 구매가격
 - ④ 구매심리
10. 남이 아직 모르는 좋은 곳, 빈틈을 찾아 그 곳을 공략하는 마케팅 전략은?
- ① 니치 마케팅
 - ② 마이크로 마케팅
 - ③ 무점포 마케팅
 - ④ 바이러스 마케팅
11. ASA(Average Speed Answer)에 대한 설명으로 옳은 것은?
- ① 걸려온 전화를 처리하는 데 걸리는 평균시간
 - ② 고객이 상담원과 통화하기 위해 기다린 평균시간
 - ③ 트렁크(중계회선)의 평균 사용시간
 - ④ 걸려온 전화를 마칠 때까지 걸리는 평균 통화시간

12. 다음에서 설명하고 있는 용어는?

주로 통신회선 과다, 근본적인 회선수 부족 등으로 인해 상담원이 응답하기 전에 전화를 한 사람이 전화를 끊는 경우가 생기는데, 이 때 자동 호분배기까지만 연결되어 끊어진 통화를 말한다.

- ① Average Call
- ② Automatic Call
- ③ Abandoned Call
- ④ Around Call

13. 아웃바운드 텔레마케팅 전개시 핵심요소와 거리가 먼 것은?

- ① 주 고객층의 목록 또는 DB를 확보하여 적극적인 TM에 활용하여야 한다.
- ② 텔레마케터 등에 조직관리와 고객관리 전략수립이 뛰어나고 노련한 슈퍼바이저와 매니저가 있어야 한다.
- ③ 자질을 갖춘 텔레마케터를 통해 회사는 어떠한 상품이든지 선정하여 판매를 해야 경쟁에서 살아남을 수 있다.
- ④ 정교한 스크립트를 작성하여 고객의 니즈별, 심리적 상황에 따라 적절히 응대하여야 한다.

14. 어떤 고객이 한 회사의 상품만을 구매한다고 가정했을 때 기업의 이익을 의미하는 것은?

- ① 고객생애가치
- ② 기업이미지
- ③ 상품가치
- ④ 고객산출가치

15. 자동착신호분배기로 계속 걸려오는 전화를 해당점의 비어 있는 곳의 텔레마케터에게 순차적으로 분배하는 장치는?

- ① ACD
- ② ACRDM
- ③ AD
- ④ ACS

16. 아웃바운드 다이얼링 방식 중에서 전화를 받을 수 있는 아웃바운드 텔레마케터가 있을 경우에만 시스템이 자동으로 전화를 걸어주는 방식은?

- ① 프로그레시브(Progressive) 다이얼링
- ② 파워(Power) 다이얼링
- ③ 매뉴얼(Manual) 다이얼링
- ④ 예측(Predictive) 다이얼링

17. 판촉을 목표로 하는 아웃바운드 텔레마케팅의 성공요인이 아닌 것은?

- ① 가능성 높은 고객 리스트
- ② 완벽한 스크립트
- ③ 텔레마케터의 능력
- ④ 탄력적인 인력배치

18. 제품의 가격 변화에 따른 소비자의 수요 변화나 공급 추이에 관한 정도를 말하는 것은?

- ① 가격대 성능비
- ② 가격탄력성
- ③ 가격표시제
- ④ 기회비용

19. 텔레마케팅 센터로부터 현장 판매원에게 넘겨진 현재 리드의 상황을 파악하고 이에 따라 앞으로의 고객접촉에 대해서 스케줄링하는 시스템을 말하는 것은?

- ① 음성알림 시스템
- ② 원거리 유지 시스템
- ③ 경영정보 시스템
- ④ 사후처리 시스템

20. 고객생애가치에 영향을 미치는 요소로 옳지 않은 것은?

- ① 고객유형
- ② 고객반응률
- ③ 고객신뢰도
- ④ 고객기여도

21. 데이터마이닝의 적용범위로 적당하지 않은 것은?

- ① 고객 관리
- ② 고객 유치
- ③ 고객 감정
- ④ 고객 세분화

22. 고객의 로열티 형성에 영향을 미치는 요소로 어울리지 않는 것은?

- ① 구매 횟수
- ② 이용기간과 이용실적
- ③ 회사 기여도
- ④ 콜 분배기

23. 목표고객설정시 고려사항으로 적절치 않은 것은?

- ① 목표고객 설정은 고객의 수익성은 전혀 고려하지 않고 타당성만을 비교·분석하는 것이 중요하다.
- ② 신규고객, 기존고객, 잠재고객 대상에서 주 고객의 성격과 범위를 정한다.
- ③ 주 고객층이 전체 예상고객 중에서 차지하는 비율이 어느 정도인가를 측정하여 고객 관리 개선방안을 찾아낸다.
- ④ 목표고객의 범위에 따라 고객 관계 관리 방법과 고객 관계 마케팅이 달라져야 한다.

24. 하나 또는 그 이상의 광고매체 또는 고객접촉 채널을 활용하여 어느 장소에서나 측정가능한 반응이나 거래가 이루어지도록 상호작용하는 마케팅 기법을 무엇이라고 하는가?

- ① 다이렉트 마케팅
- ② 해피콜
- ③ 하이브리드 마케팅
- ④ 토크

25. CRM에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객과의 신뢰를 중시한다.
- ② 고객 지향적 경영기법이다.
- ③ 안정적이고 장기적인 수익을 창출한다.
- ④ “Customer Relationship Manage”의 약자이다.

【2과목】 시장조사 (25문제)

26. 조사자가 시장조사의 결과에 대한 보고서를 작성하는 일이 시장조사과정의 마지막 단계이다. 조사자는 조사의뢰자에게 정확한 정보를 전달할 수 있는 보고서를 작성해야 한다. 보고서를 보고의 대상이 되는 사람의 따라 분류할 수 있는데 조사의뢰 기업의 최고경영층에 대한 보고용 보고서는?

- ① 최종보고서
- ② 중간보고서
- ③ 절충보고서
- ④ 요약보고서

27. 조사 방법의 비교 순서가 옳게 나열된 것은?

- ① 조사 수집의 유연성이 높은 순서 : 개인면접 - 전화면접 - 우편면접
- ② 질문의 다양성이 높은 순서 : 전화면접 - 우편면접 - 개인면접
- ③ 표본 통제가 높은 순서 : 전화면접 - 개인면접 - 우편면접
- ④ 속도가 빠른 순서 : 우편면접 = 개인면접 - 전화면접

28. 설문지의 질문유형 중 개방적 질문에 대한 특성으로 볼 수 없는 것은?

- ① 응답자가 생각나는 대로 어떤 형식 없이 응답할 수 있다.
- ② 응답자의 다양한 의견을 수렴할 수 있다.
- ③ 응답자가 생각하기 귀찮을 경우 불성실하게 답을 할 수 있다.
- ④ 텔레마케터가 의도한 답을 얻기 쉽다.

29. 사전조사의 대한 잘못된 설명은?

- 사전조사는 질문에 대한 이해도 잘못된 표현, 응답항목의
- ① 누락 및 중복, 오타자, 지시문의 정확성 등을 검토하기 위해서 실시한다.
- 질문내용과 순서가 정해지면 설문을 소량으로 만들어 조
- ② 사대상이 될 모집단에서 30~50명 정도의 표본을 뽑아 테스트를 해보는 것을 말한다.
- 사전조사이기 때문에 조사 목적, 조사기관 협조와 감사의
- ③ 인사말 등을 생략할 수 있다.
- 개인면접 방식으로 진행하며 수정해야 할 사항을 체크해
- ④ 나가면서 진행한다.

30. 개방형 질문유형에 속하지 않는 것은?

- ① 자유응답 질문
- ② 투사기법 질문
- ③ 문장완성형 질문
- ④ 척도형 질문

31. 설문지의 구성요소 중 실제 설문지 상에서 가장 먼저 위치해야 하는 것은?

- ① 면접자의 신상기록 항목
- ② 응답자에 대한 협조 요청문
- ③ 필요한 정보획득을 위한 문항
- ④ 응답자 분류를 위한 문항

32. 전화조사를 통한 자료수집을 할 때 조사자의 기만행위를 파악하기 위해 시장조사 진행자가 수행해야 하는 절차는?

- ① 오리엔테이션
- ② 실 사
- ③ 검 증
- ④ 분 석

33. 시장조사의 필요성에 대해서 잘못 설명한 것은?

- ① 시장에 대한 불확실성을 어느 정도 제거하는 데 도움을 준다.
- ② 마케팅 실무자들의 의사결정에 대한 효과성을 높여준다.
- ③ 고객니즈를 규정하고 만족시키는 마케팅 활동에 도움을 준다.
- ④ 마케팅 활동에서의 통제 불가능한 요인을 가능한 요인으로 변화시킬 수 있도록 하는 역할을 한다.

34. 다음 괄호 안에 들어갈 알맞은 용어는?

()은 체계적인 방식으로 관심 주제에 대한 정보를 얻기 위해 사람, 사물, 사건의 행동 형태를 기록하는 것이다.

- ① 관찰
- ② 분석
- ③ 기능
- ④ 위장

35. 전화조사의 특성에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 응답자와 직접 대면해야 하므로 시간과 비용의 부담이 크다.
- ② 자료의 정확성에 비해 조사과정의 속도가 느리다.
- ③ 조사 과정의 통제가 용이하다.
- ④ 면접원과 응답자 사이의 신뢰를 형성하여 심층적인 면접을 할 수 있다.

36. 전화조사시 효과적인 조사를 위한 커뮤니케이션 방법으로 적당하지 않은 것은?

- ① 질문에 대하여 효과적으로 답변할 수 있도록 조사자가 생각하는 답을 사전에 응답자에게 언급한다.
- ② 응답자가 질문내용을 명확하게 알아들을 수 있도록 해야 한다.
- ③ 응답자를 후원하고 격려하여 응답자가 편안한 분위기에서 응답할 수 있도록 한다.
- ④ 응답자의 대답을 반복하거나 복창하여 답변을 확인한다.

37. 전화면접법의 장점에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 간단한 질문만 가능하다.
- ② 비용이 저렴하고 회답률이 높다.
- ③ 전화소유자에게만 가능하다.
- ④ 많은 비용과 많은 시간이 필요하다.

38. 정보의 기본적인 특성과 관계가 먼 것은?

- ① 정보의 무형성
- ② 정보의 보편 다재성
- ③ 정보의 비전환성
- ④ 정보의 표현 다양성

39. 표본을 통해서 모집단의 성질을 정확히 추론하기 위하여 고려할 사항으로 계가 적은 것은?

- ① 모집단 요소들의 동질성 정도
- ② 표본의 크기
- ③ 표본 선정 시기
- ④ 표본 조사 예산

40. 일반적으로 인과조사에 가장 적절한 조사방법은?

- ① 관찰조사
- ② 전화조사
- ③ 설문조사
- ④ 실험조사

41. 측정의 신뢰도와 타당도에 관한 설명 중 틀린 것은?

- ① 타당도는 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하였는가의 정도를 의미한다.
- ② 신뢰도는 측정치와 실제치가 얼마나 일관성이 있는지를 나타내는 정도이다.
- ③ 타당성이 있는 측정은 항상 신뢰성이 있으며, 신뢰성이 없는 측정은 타당도가 보장되지 않는다.
- ④ 타당도 측정시 외적 타당도를 중심으로 해야 한다.

42. CLT 조사에 대한 옳은 설명은?

- ① 소비자를 일정한 장소에 모이도록 한 후 새로운 마케팅 믹스에 대한 개별 소비자의 반응을 조사하는 방법
- ② 가정유치조사라고 하며 실제로 가정에서 상품을 사용토록 한 후 이에 대한 반응을 조사하는 방법
- ③ 표적집단에 대한 기존제품이나 신제품에 대한 의식을 심층조사하는 방법
- ④ 상품 아이디어에 대한 컴퓨터 및 스크리닝 방법

43. 모집단의 특성을 나타내는 양적인 측도로서 전수조사를 통해 직접 알아내거나 표본 조사를 통해 얻게 되는 표본의 특성을 무엇이라고 하는가?

- ① 모 수
- ② 모평균
- ③ 모비율
- ④ 모분산

44. 전화조사의 대상자를 선정하는 방법과 거리가 먼 것은?

- ① 대상자는 표본추출법에 근거하여 선정하여야 하며 통상 무작위추출법과 할당법 등을 선택한다.
- ② 대상자 선정은 전화번호 목록에 기록되어 있는 자료를 활용하기도 한다.
- ③ 전화만 있으면 누구든지 조사대상자가 될 수 있다.
- ④ 표본추출법에 의하여 할당된 각 조건에 적합하게 대상자의 수를 맞춘다.

45. 통계량의 값들과 저수조사에 의해서 결정될 수밖에 없는 모수의 값들과 차이에서 발생하는 오류는?

- ① 비표본오류
- ② 자료오류
- ③ 무응답오류
- ④ 표본오류

46. 조사자가 현재의 조사프로젝트를 위하여 직접 수집한 자료가 아니라 어떤 조사프로젝트의 다른 조사목적과 관련하여 조사 내부 혹은 외부의 특정한 조사주체에 의해 기존에 이미 작성된 자료는?

- ① 2차 자료
- ② 1차 자료
- ③ 현장 자료
- ④ 원 자료

47. 시장조사의 절차로 올바른 것은?

- ① 문제의 형성과 인식 - 조사목적의 정립 - 조사계획 수립 - 실사준비 - 실사단계 - 결과분석
- ② 문제의 형성과 인식 - 조사계획 수립 - 조사목적의 정립 - 실사준비 - 실사단계 - 결과분석
- ③ 문제의 형성과 인식 - 조사목적의 정립 - 조사계획 수립 - 실사단계 - 실사준비 - 결과분석
- ④ 문제의 형성과 인식 - 조사목적의 정립 - 실사준비 - 실사단계 - 조사계획 수립 - 결과분석

48. 설문지구성시 고려사항으로 적절치 못한 것은?

- ① 명확성
- ② 일련번호 부여
- ③ 청각적 효과 활용
- ④ 설문조사 간의 차이 극복

49. 전화조사의 정의로 보기 어려운 것은?

- ① 휴대폰만을 활용한 시장조사 기법
- ② 컴퓨터와 전화장치를 활용한 시장조사 기법
- ③ 전화예절이 동시에 수반되는 시장조사 기법
- ④ 경제성과 효율성을 고려한 시장조사 기법

50. 전화 시장조사 방법으로 요구되는 것으로 볼 수 없는 것은?

- ① 효과적인 주제 설정
- ② 모집단 형태
- ③ 표본추출
- ④ 표본추출의 주관성 유지

【3과목】 텔레마케팅관리 (25문제)

51. 텔레마케터의 통화품질평가지 고려사항이 아닌 것은?

- 텔레마케터의 통화품질을 평가할 때는 인바운드와 아웃바운드를 구분하지 않고 텔레마케터의 개인적 품성 중심으로 평가한다.
- ② 인바운드 업무와 아웃바운드 업무를 중심으로 평가목적, 평가방법, 평가 체크포인트를 달리 해야 한다.
- 인바운드 텔레마케팅에서는 텔레마케터의 인성, 전화받
- ③ 는 태도, 음성, 발성의 진지함과 정밀성, 인내력 정도를 중심으로 평가한다.
- 아웃바운드에서는 진취적 성격, 제품 또는 서비스에 대한
- ④ 전문지식의 전달, 고객설득 능력, 상황대응 능력을 평가한다.

52. 신규 콜센터 구축시 필요사항이 아닌 것은?

- ① 텔레마케팅의 목적과 목표
- ② TM 센터의 입지
- ③ 텔레커뮤니케이션 기기의 적합성 및 운영 능력
- ④ DB 활용 능력

53. 콜센터에서 조장의 역할은?

- ① 통화품질관리
- ② 교육지원
- ③ 상담관리
- ④ 행정지원

54. 리더십에 대한 정의로 가장 적합한 것은?

- ① 리더십은 관계형성이다.
- ② 리더십은 과학적인 것이다.
- ③ 리더십은 정보수집이다.
- ④ 리더십은 강제적인 것이다.

55. 텔레마케팅 정의에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 텔레커뮤니케이션(Telecommunication)과 마케팅(Marketing)의 합성어이다.
- ② 고객 밀착형의 쌍방향 커뮤니케이션이다.
- ③ 다이렉트 마케팅 중 가장 효과적인 것이다.
- ④ 대중적 광고매체를 통하여 일방적으로 정보를 보내는 것이다.

56. 아웃바운드 텔레마케팅의 성공 요인을 설명한 것으로 옳지 않은 것은?

- ① 텔레마케팅의 성공 여부는 정확한 데이터와 리스트에 있다.
- ② 신입사원이나 무경험자가 텔레마케팅 실무경력자보다 유리하다.
- ③ 대중매체와 결합했을 때 시너지 효과를 얻는다.
- ④ 콜 자동처리 시스템을 구축하는 사무환경이 아웃바운드 텔레마케팅 성공요소에 해당된다.

57. OJT의 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① OJT는 사내 직업훈련이다.
- ② 리더는 피교육자 문제점 및 건의 사항을 수렴한다.
- ③ 실무에 투입되기 전 평가 결과에 따라 피드백한다.
- ④ 현장 적응훈련이다.

58. 역할연기 연습 진행단계로 맞는 것은?

- ㉠ 표준 스크립트 익히기
- ㉡ 평 가
- ㉢ 피드백 및 반복 실행
- ㉣ 상황별 응대 연습

- ① ㉠ - ㉡ - ㉢ - ㉣
- ② ㉠ - ㉢ - ㉡ - ㉣
- ③ ㉢ - ㉣ - ㉠ - ㉡
- ④ ㉠ - ㉣ - ㉡ - ㉢

59. 텔레마케팅에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 직접반응광고를 위한 광고매체 중의 하나이다.
- ② 다른 매체와 함께 이용될 때 강력한 효과를 나타낸다.
- ③ 다른 매체 대비 비용 효율적인 매체이다.
- ④ 효과 측정이 어려운 매체이다.

60. 콜센터 운영시 고려해야 할 점이 아닌 것은?

- ① 주요 대상고객의 데이터확보와 관리방안이 필요함
- ② 직원 채용 방법과 관리방안 마련이 필요함
- ③ 콜센터 운영에 따른 지속적 비용관리가 필요함
- ④ 초기 운영은 전화채널만을 이용하는 것이 바람직함

61. 텔레마케팅에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 텔레마케팅은 대중보다 개인에 중점을 둔 마케팅이다.
- ② 텔레마케팅은 전화 등을 통한 고객과의 일방향 커뮤니케이션이라 할 수 있다.
- ③ 텔레마케팅은 고객관계관리, 컴퓨터통신통합시스템 등의 출현으로 그 개념이 더욱 확대되고 있다.
- ④ 텔레마케팅은 각종 멀티미디어를 활용하여 고객과 직접 관계를 형성하는 종합적 마케팅 활동이다.

62. 콜센터 조직의 특성으로 옳은 것은?

- ① 아웃소싱 활용의 보편화로 인해 이직률이 낮은 조직이다.
- ② 초기 조직적응이 비교적 덜 중시되는 조직이다.
- ③ 고객과 비대면 접촉이 일반화된 조직이다.
- ④ 직업에 대한 만족감, 적극성, 고객응대 수준 등 상담원의 개인 차이가 별로 나지 않는 조직이다.

63. 모니터링 평가시 고려요소의 하나로서, 고객들이 실제로 어떻게 대우를 받았는지에 대한 고객의 평가와 모니터링 점수가 일치해야 하는 것을 의미하는 것은?

- ① 모니터링의 객관성
- ② 모니터링의 신뢰성
- ③ 모니터링의 타당성
- ④ 모니터링의 대표성

64. 인바운드 텔레마케팅과 아웃바운드 텔레마케팅을 구분하는 기준은?

- ① 텔레마케팅의 소구대상
- ② 텔레마케팅의 전개장소
- ③ 콜센터의 운영주체
- ④ 전화를 거는 주체

65. 상품이나 서비스 판매에서 한 상품에 관련되는 다른 상품이나 서비스 혹은 조합된 상품을 동시에 판매함을 나타내는 것은?

- ① 매치 셀링
- ② 플러스 셀링
- ③ 업 셀링
- ④ 크로스 셀링

66. 콜센터의 장점으로 바르게 설명된 것은?

- ① 추상적 개념을 묘사하기 어렵다.
- ② 융통성을 가질 수 있다.
- ③ 시각적 요소가 있다.
- ④ 고비용 상담원이 필요하다.

67. 콜센터 조직구성원의 역할을 옳게 설명한 것은?

- ① 슈퍼바이저는 인원 관리, 통계 분석을 한다.
- ② 스태프(Staff)는 통계 분석과 상담 지원을 한다.
- ③ QAA 요원은 통화품질 관리와 교육 지원을 한다.
- ④ 매니저는 통계관리와 인원관리를 한다.

68. 텔레마케팅을 수행하는 과정에서 고객과 텔레마케터 간의 공감대 형성을 위한 Rapport 형성 기법에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 고객의 불만이나 문제 해결을 위한 방법을 제안하여 현재 요구를 확인시켜주는 질문기법이다.
- ② 판매종결에 필요한 정보를 파악할 수 있으며 가장 강조해야 할 상품의 특성을 파악할 수 있도록 하는 것이다.
- ③ 고객의 적극적인 의사결정을 도우려는 것이다.
- ④ 고객과 상담원간의 친밀감 형성을 위해 고객의 커뮤니케이션 특성에 맞추어 진행하는 것이다.

69. 텔레마케팅을 수행하는 과정에서 대량의 콜을 관리하는 시스템에서 ACD(Automatic Call Distribution)가 중추적인 기능을 하게 되는데, 이에 대한 설명으로 잘못된 것은?

- ① 개인별 통화수, 매출액, 소요시간을 관리한다.
- ② 콜을 균등하게 텔레마케터에게 분배하는 장치이다.
- ③ 현재 통화 중인 텔레마케터들이 상대방의 콜을 어느 정도 기다리게 하는가를 알려 준다.
- ④ 효율적인 통화를 처리하도록 하는 관제탑이다.

70. 역할연기의 과정에 해당하지 않는 것은?

- ① 상황설정과 실연
- ② 대화내용 검토
- ③ 스크립트 작성
- ④ 반복 실시

71. 견습 및 경험중심의 OJT 교육내용에 해당하지 않는 것은?

- ① 역할연기
- ② 보고하기
- ③ 발표기회 제공
- ④ 주의 및 질책

72. 텔레마케터의 이직률을 줄이기 위한 방안으로 적절치 않은 것은?

- ① 인적 자원 중시
- ② 안정된 근로조건
- ③ 심리공황의 방지책 강구
- ④ 정규직의 감소

73. 콜센터에 근무하는 직원들의 심리적 불안과 갈등이 개인적인 문제에서 점차 조직적인 문제로 전이되어 결국 콜센터의 비능률과 생산성 저하를 초래하는 심리현상을 무엇이라 하는가?

- ① 콜센터 심리공황
- ② 콜센터 바이탈 사인
- ③ 조하리 창
- ④ 콜센터 바이러스

74. 텔레마케팅의 아웃소싱업체 선정시 유의할 점과 가장 거리가 먼 것은?

- 콜센터 아웃소싱업체가 인바운드 텔레마케팅 성향이 강
- ① 한지 아웃바운드 텔레마케팅 성향이 강한지 해당 업체의 특성을 고려해야 한다.
- ② 아웃소싱업체의 고객 데이터베이스 관리의 신뢰성 정도를 반드시 점검해야 한다.
- ③ 아웃소싱업체의 상담원의 자질이 어떠한지를 평가하여야 하며, 편차가 심할 경우 업체선정을 고려해야 한다.
- ④ 규모가 큰 아웃소싱업체를 선정하는 것이 가장 효율적이고, 콜 생산을 높일 수 있다.

75. 콜센터의 생산성을 관리하기 위해 활용할 수 있는 요소와 거리가 먼 것은?

- ① 텔레마케터의 이직률 및 공실률 정도
- ② 평균 처리시간(평균 통화처리시간)
- ③ 고객콜 대기시간
- ④ 슈퍼바이저의 인원수

【4과목】 고객응대 (25문제)

76. 고객의 반론을 극복하기 위한 방법이 아닌 것은?

- ① 거절이나 반론에 대한 두려움을 없앤다.
- ② 실질적·미래적인 혜택을 베푼다.
- ③ 고객의 니즈를 집중적으로 분석하여 관심을 유도한다.
- ④ 인간적인 신뢰성으로 설득한다.

77. 대인커뮤니케이션의 구성요소로 옳지 않은 것은?

- ① 상품과 가격
- ② 발신자와 수신자
- ③ 기호화와 해독
- ④ 메시지와 채널

78. 인바운드 텔레마케터의 자세로서 옳지 않은 것은?

- ① 텔레마케터는 고객의 말에 귀를 기울여 대화의 내용과 핵심을 간파해야 한다.
- ② 텔레마케터는 고객과 직접 대면하는 것이 아니므로 밝고 부드러운 표정은 그리 중요하지 않다.
- ③ 상담예절을 지키면서 고객의 말을 들으면 공감대도 높고 화제의 집중력도 높아진다.
- ④ 편안한 말하기 속도를 유지하면서 표준 발음을 구사해야 한다.

79. 우수한 고객응대를 통한 기업의 이득이 아닌 것은?

- ① 고객만족과 직원만족
- ② 고객의 재방문(재구매)
- ③ 경쟁기업의 성장
- ④ 기업에 대한 긍정적 이미지 형성

80. 다음은 모 여행사에 전화를 걸어 온 고객과 상담원이 나누는 대화의 일부분이다. 괄호 안에 들어갈 화법으로 가장 적절한 것은?

- 상담원 : 감사합니다. ○○여행사 장○○입니다.
- 고객 : ○○여행사 맞습니까? 신문 광고를 봤는데, 좀 관심이 있어서 그런데(머뭇거리며)……, 겨울 특별 상품이 있는지 자세히 알아보고 싶은데요.
- 상담원 : ()

- ① (웃으며) 네 감사합니다. 누구시죠?
- ② 광고에 다 나와 있습니다만, (무엇을 찾는 듯 소리를 내며) 무엇이 궁금하십니까?
- ③ 아 네, (빠른 속도로) 먼저 원하시는 가격대와 일정을 말씀해 주시겠습니까?
(웃으며) 감사합니다. 저희 여행사에서는 다양한 겨울 특
④ 별상품을 준비하고 있습니다. 설명드리기 전에 몇 가지 먼저 여쭙어 보겠습니다.

81. 서비스 품질에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 서비스는 눈에 보이지 않는 것이므로 품질을 측정할 수 없다.
- ② 서비스는 모든 고객에게 적용 가능한 절대적 품질 수준이 존재한다.
- ③ 서비스 품질 수준에 대한 산업별 기준값이 존재한다.
- ④ 서비스 품질은 고객이 기대하는 기대 수준 대비 고객이 느끼는 성과에 의해 측정된다.

82. MOT를 향상시키는 언어가 아닌 것은?

- ① ○○○ 씨 → ○○○ 선생님
- ② 제가 → 내가
- ③ 우리 과장님이 → 저희 과장이
- ④ 해주겠습니까? → 해주시겠습니까?

83. 고객과의 커뮤니케이션을 효율적으로 하기 위해 사용하는 화법으로 부적절한 것은?

- ① 전달 내용을 복창 확인한다.
- ② 가급적 전문용어를 사용한다.
- ③ 고객의 발언을 인용한다.
- ④ 결론과 요점을 먼저 전한다.

84. 성공적인 텔레마케팅 활동이 되기 위해 미리 준비해야 할 사항으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객정보 입력 및 수정
- ② 예상질문과 답변
- ③ 적절한 구매 제품의 범위
- ④ 정확한 제품 지식과 정보

85. 고객불만처리에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객불만을 잘 처리하면 고객유지율이 향상된다.
- ② 고객불만처리에 소요된 비용은 장기적으로 기업의 이익을 감소시킨다.
- ③ 고객불만처리 결과는 기업을 경영을 위해 유용한 자료가 된다.
- ④ 고객불만처리를 잘 하면 기업의 대외적 이미지를 향상시킬 수 있다.

86. 서비스의 특성에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 서비스는 재고 형태로 보존할 수 없다.
- ② 서비스는 동질적이다.
- ③ 서비스 생산에는 고객이 참여하게 된다.
- ④ 서비스를 제공받기 전에는 서비스의 품질을 인식할 수 없다.

87. 연세가 많은 고객 상담시 피해야 할 사항은?

- ① 호칭에 신경을 쓰도록 한다.
- ② 공손하게 응대하고 질문에 정중하게 답한다.
- ③ 순발력 있고 빠른 속도로 응대한다.
- ④ 고객의 의견을 존중해 드린다.

88. 외국인소비자에 대한 응대요령으로 적절한 것은?

- ① 원활한 의사소통을 위해 문서로 상담한다.
- ② 상품에 대한 전문용어 사용으로 신뢰감을 준다.
- ③ 상담원이 한국을 대표한다는 자세로 상담한다.
- ④ 선심을 쓰는 척 한다.

89. 고객응대의 질을 향상시키는 핵심요소로 부적절한 것은?

- ① 긍정적인 태도와 적극성
- ② 비판적인 사고와 분석력
- ③ 신뢰성과 고객 존중
- ④ 창의력과 원만한 대인 관계

90. 불만고객에 대한 경청자세로 옳지 않은 것은?

- ① 고객의 이야기를 공감하며 듣는다.
- ② 감정을 내세우며 문제되는 내용은 고객에게 지적해 준다.
- ③ 고객이 이야기하는 상황에 대해 요약·정리해서 이야기한다.
- ④ 고객의 이야기를 끝까지 들어준다.

91. 효과적인 커뮤니케이션의 방법으로 옳지 않은 것은?

- ① 자신의 관점에서 이해
- ② 적극적인 태도의 피드백
- ③ 적극적인 경청의 자세
- ④ 예상되는 장애에 대한 자선 준비

92. 텔레마케팅 고객응대의 특징이 아닌 것은?

- ① 쌍방향 커뮤니케이션을 필요로 한다.
- ② 전화를 이용한 비대면 중심의 커뮤니케이션이다.
- ③ 언어적 메시지 및 비언어적 메시지를 동시에 사용한다.
- ④ 피드백이 간접적으로 이루어진다.

93. 상품구매시 소비자 측면에서 상담원의 역할이 아닌 것은?

- ① 유익한 정보를 제공·제안한다.
- ② 고객의 문제를 해결해 준다.
- ③ 가치 있는 서비스를 제공한다.
- ④ 수익 창출을 위해 노력한다.

94. 커뮤니케이션의 특징이 아닌 것은?

- ① 커뮤니케이션은 서로의 행동에 영향을 미친다.
- ② 커뮤니케이션은 오류와 장애가 발생할 수 있다.
- ③ 커뮤니케이션의 형식은 고정되어 있다.
- ④ 커뮤니케이션은 순기능과 역기능이 존재한다.

95. 고객응대의 필수요소가 아닌 것은?

- ① 대화 내용
- ② 대화 상대
- ③ 대화 비용
- ④ 대화 채널

96. 의사소통의 발신자와 관련된 방해요소가 아닌 것은?

- ① 의사소통의 목적 결여 및 기술 부족
- ② 발신자의 신뢰성 부족
- ③ 반응적 피드백 부족
- ④ 타인에 대한 민감성 부족

97. 커뮤니케이션의 기본요소에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 전달자(Communicator) - 전달의도가 커뮤니케이션의 시발점이 된다.
부호화(Encoding) - 상징물이나 신호 등에는 전달자의 의도가 하나의 부호로 실려 있게 되는데, 눈으로 보이지 않는 체계이므로 전달자와 수신자간의 보다 깊은 심리적인 교감이 필요하다.
- ② 메시지 및 매체 - 전달자가 수신자에게 전하려는 내용이며, 부호화의 결과이고 커뮤니케이션의 경로이다.
- ③ 해석 및 수신자(Decoding & Receiver) - 일방적인 커뮤니케이션에서는 전달하려는 내용과 수신자가 받아들이는 사이에 왜곡의 가능성이 높다.

98. 수신자에 의한 커뮤니케이션 장애요인으로 볼 수 없는 것은?

- ① 선입견에 의해 커뮤니케이션 장애가 발생한다.
- ② 선택적인 청취로 인해 커뮤니케이션 장애가 발생한다.
- ③ 타인에 대한 민감성 부족으로 커뮤니케이션 장애가 발생한다.
- ④ 반응 부족으로 커뮤니케이션 장애가 발생한다.



전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)

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

99. 고객의 불평·불만처리 요령인 MTP법의 설명으로 맞지 않는 것은?

- ① Man - 고객이 누구인가?
- ② Time - 어느 시간에 처리할 것인가?
- ③ Place - 어느 장소에서 처리 할 것인가?
- ④ Man - 누가 처리할 것인가?

100. 인바운드 텔레마케팅의 활용 범위에 속하지 않는 것은?

- ① 예약·예매처리
- ② 시장조사
- ③ 고객문의
- ④ 자료 샘플 청구