

2007년08월05일년 텔레마케팅관리사 필기시험 기출문제 답안

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

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. 제품이나 프로그램의 수명주기를 연장시키기 위한 전략 중 새롭게 수정 혹은 개발된 프로그램으로 새로운 시장에 진출하는 것은?

- ① 시장침투
② 프로그램개발
③ 시장개발
④ 프로그램다각화

2. CTI(Computer Telephony Integration)에 대한 설명으로 틀린 것은?

- 컴퓨터와 텔레포니가 서로 연결·통합되도록 하는 정보
① 기술과 이를 통해 업무에서 활용할 수 있는 솔루션을 의미한다.
② CTI는 모뎀과 통신 소프트웨어에서 이미 적용되고 있는 기술이다.
③ 전화국선과 내선을 연결 처리한다.

- 통신 소프트웨어는 모뎀 드라이브를 통해 모뎀과 상호동
④ 작하여 데이터 커뮤니케이션 작업을 수행할 수 있도록 해주는 CTI 솔루션이다.

3. 잠재고객에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 자사에 한번 이상 방문한 고객
② 상품을 구매하지는 않았으나, 제품에 대해 관심을 가지고 있는 고객
③ 자사 제품을 정기적으로 구매하는 고객
④ 자사에서 판매하는 모든 상품을 구매하는 고객

4. 마케팅전략 수립에 직접적으로 관련된 당사자인 3C에 해당되지 않는 것은?

- ① Converter
② Customer
③ Company
④ Competitor

5. 가격결정에 영향을 미치는 요인 중 내부적 요인에 해당하지 않는 것은?

- ① 마케팅 목표
② 목표시장 점유율
③ 마케팅믹스 전략
④ 경쟁사 가격

6. 아웃바운드 텔레마케팅 활용분야가 아닌 것은?

- ① 가망고객 획득
② 대금회수
③ 계약갱신
④ 예약예매 처리

7. 광고보다 인적 판매(판매원에 의한 판매)가 더 유리한 경우는?

- ① 고객의 수가 많음
② 고객이 지역적으로 분산되어 있음
③ 표준화된 제품
④ 기능설명이 필요한 고가의 제품

8. 고객관계관리(CRM)에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 장기적이라기보다는 단기적인 고객관계관리이다.
② 고객과의 갈등해소에 중점을 둔다.
③ 고객을 유지하는 것보다는 판매를 성공시키는 데 중점을 둔다.
④ 고객과 협조 신뢰를 쌓아 고객관계를 유지하는 것이다.

9. 아웃바운드 텔레마케팅 판매촉진 기획시 고려 사항으로 옳지 않은 것은?

- ① 단기 및 장기목표를 조화롭게 설정한다.
② TV 광고, DM 발송, 이벤트 개최 등의 고비용 판매촉진은 삼가한다.
③ 다수의 정확한 고객정보를 확보한다.
④ 명확한 판매 포인트를 포착하여 구매행위를 유도할 수 있는 방법을 제시한다.

10. 텔레마케팅을 실시하기 위한 준비 요소가 아닌 것은?

- ① 텔레마케터의 교육 및 훈련
② 고객 데이터베이스 분석 및 전략 수립
③ 고객 반응을 분석
④ 타 매체와의 믹스 전략

11. 아웃바운드 텔레마케팅의 특징으로 옳지 않은 것은?

- ① 공격적이며 성과지향성이 강하다.
② 데이터베이스 마케팅 기법을 활용할수록 위력적이다.
③ 스크립트를 활용하는 경향이 높다.
④ 통화 콜 수를 통제하기 어렵다.

12. 아웃바운드 텔레마케팅의 효과적인 운영방법으로 적합한 것은?

- ① 가능한 많은 양의 고객 DB를 텔레마케터에게 배포한다.
- ② 1차 거절한 고객 DB는 재활용해서는 안 된다.
- ③ 가능하면 콜량을 최대화하고, 한 콜은 보통 10분 이상 통화한다.
- ④ 구체적인 목표를 설정하고 일, 주, 월 단위로 목표관리를 한다.

13. 아웃바운드 텔레마케팅을 활용하는 마케팅 전략이라 볼 수 없는 것은?

- ① 매스 마케팅
- ② 다이렉트 마케팅
- ③ 데이터베이스 마케팅
- ④ 일대일 마케팅

14. 기업의 마케팅 활동에 고객 데이터베이스가 필요한 이유가 아닌 것은?

- ① 고객의 요구에 부합하는 제품 및 서비스를 창조한다.
- ② 고객을 몇 개의 그룹으로 나누어 집단화된 구매제안만을 할 수 있다.
- ③ 반응을 측정하고 결과를 예측할 수 있게 한다.
- ④ 고객들에게 다가갈 수 있는 독창적인 구매제안을 하게 한다.

15. 고객의 데이터베이스 분석방법 중 RFM 방법에 해당하지 않는 것은?

- ① 친밀도(Friendship)
- ② 최종구입일(Recency)
- ③ 구매빈도(Frequency)
- ④ 구매금액합계(Monetary)

16. 생산자가 대량광고와 판매촉진을 하는 소비재의 유형에 해당하는 것은?

- ① 편의품
- ② 선매품
- ③ 전문품
- ④ 비탐색품

17. 고객의 다양한 정보를 컴퓨터에 축적하여 이것을 가공·비교·분석·통합하여 마케팅 활동에 재활용할 수 있도록 하는 마케팅 기법은?

- ① 표적 마케팅
- ② 고객관리 마케팅
- ③ 데이터베이스 마케팅
- ④ 정보화 마케팅

18. 다음은 무엇에 관한 설명인가?

계속적으로 걸려오는 전화를 해당 시점에서 비어 있는 곳이나 다음 응대를 위해 단순히 대기하고 있는 텔레마케터에게 순차적으로 균등하게 분배하는 장치

- ① ACD
- ② AID
- ③ ANI
- ④ ATH

19. 고객의 행동별에 따른 단계 중 구매가능자 중에서 자사의 제품 서비스에 대하여 필요성을 느끼지 못하거나, 구매할 능력이 없다고 확실하게 판단되는 자는?

- ① 비자격잠재자
- ② 최초구매자
- ③ 구매용의자
- ④ 구매가능자

20. 텔레마케팅 용어의 설명으로 잘못된 것은?

- ① 콜 라우팅 - 컴퓨터가 수신된 콜을 상담원에게 적절하게 분배하는 기능
- 스크린 팝 - 기존에 거래하였거나 회원으로 등록된 고객
- ② 에게 전화가 오면 고객정보를 상담원이 알 수 있도록 화면에 띄워주는 것
- ③ IVR - 외부에서 걸려온 전화를 추적하는 기능
- ④ Trunk - 전화국과 PBX 또는 그 외의 단말장치를 접속하는 통신경로

21. 아웃바운드 텔레마케터가 갖추어야 할 기본 요건에 해당하지 않는 것은?

- ① 문제해결 능력
- ② 특이사항 및 개성
- ③ 커뮤니케이션 기술
- ④ 상품 지식

22. 데이터베이스 마케팅의 장점이 아닌 것은?

- ① 컴퓨터와 시스템을 전략적으로 활용한다.
- ② 텔레마케팅 같은 다양한 마케팅 기법을 활용한다.
- ③ 고객지향적인 마케팅을 구사할 수 있다.
- ④ 기존고객을 줄이고 신규고객을 늘릴 수 있다.

23. 데이터베이스 마케팅의 활용범위로 적합하지 않은 것은?

- ① 신용카드 고객을 관리하는 데 활용한다.
- ② 우수고객을 차별 관리하는 데 활용한다.
- ③ 연체관리시스템에 활용한다.
- ④ 회계관리시스템에 활용한다.

24. 가격할인의 형태 중 신모델을 구입할 경우 구모델을 반환하면 그만큼 가격을 할인해 주는 방법은?

- ① 현금할인
- ② 수량할인
- ③ 계절할인
- ④ 공 제

25. 다음 중 아웃바운드 판매전략의 과정으로 바르게 나열된 것은?

- ① 잠재고객 특성 정의 → 잠재고객 파악 → 등급화 → 판매 → 사후관리
- ② 잠재고객 파악 → 잠재고객 특성 정의 → 등급화 → 판매 → 사후관리
- ③ 잠재고객 특성 정의 → 등급화 → 잠재고객 파악 → 판매 → 사후관리
- ④ 잠재고객 파악 → 등급화 → 잠재고객 특성 정의 → 판매 → 사후관리

【2과목】 시장조사 (25문제)

26. 과학적 조사방법의 특성으로 옳지 않은 것은?

- ① 과학적 조사방법은 개인적 경험, 직관, 감성을 근거로 자료를 수집하여 시장문제를 분석한다.
- ② 조사자는 시장문제를 구성하고 있는 요소들을 구분하고 그 상호관계를 분석함으로써 시장문제의 원인을 파악하고 해결방안을 모색한다.
- ③ 과학적 조사방법을 통해 시장조사과정과 분석과정에서 오류를 최소화하도록 해야 한다.
- ④ 과학적 조사방법으로 시장의 문제점을 발견하고, 원인규명을 통하여 시장문제를 예측할 수 있다.

27. 시장조사의 조사방법 중 탐색조사의 종류가 아닌 것은?

- ① 문헌조사
- ② 표적집단면접법
- ③ 사례조사
- ④ 실험조사

28. 시장조사과정에서 조사목표의 3가지 기본요소가 아닌 것은?

- ① 조사문제
- ② 정보가치의 평가
- ③ 가설의 개발
- ④ 조사의 범위

29. 설문지 회수율을 높이는 노력으로 적절하지 않은 것은?

- ① 독촉편지를 보내거나 독촉전화를 한다.
- ② 겹표지에 설문내용의 중요성을 부각시켜 응답자가 인식하게 한다.
- ③ 개인 신상에 민감한 질문들을 가능한 줄인다.
- ④ 폐쇄형 질문의 수를 가능한 줄인다.

30. 전화조사에 의한 자료수집 중 전화질문 절차에 있어서 전화라는 통신수단의 특성상 전화질문 설계로 잘못된 것은?

- ① 구체적이고 주관적인 질문
- ② 응답자의 이해도 고려
- ③ 가능한 양자택일형 질문구성
- ④ 조사내용의 간단한 설명

31. 다음 시장조사의 과정을 올바른 순서대로 나열한 것은?

- ㉠ 자료분석
- ㉡ 조사설계
- ㉢ 실사와 자료수집
- ㉣ 문제정의
- ㉤ 보고서 작성

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

32. 질문지 작성시 폐쇄형 질문의 장점이 아닌 것은?

- ① 부호화와 분석이 용이하여 시간과 경비를 절약할 수 있다.
- ② 민감한 주제에 보다 적합하다.
- ③ 질문지에 열거하기에는 응답범주가 너무 많을 경우에 사용하면 좋다.
- ④ 질문에 대한 대답이 표준화되어 있기 때문에 비교가 가능하다.

33. 텔레마케터가 전화조사를 할 때 응답자가 대답을 회피하거나 답하기를 꺼릴 수 있는 경우가 아닌 것은?

- ① 응답자가 경험한 적이 없거나 오래되어 기억하기 어려운 경우
- ② 텔레마케터가 너무 사무적이거나 불친절한 경우
- ③ 합법적인 목적이나 취지가 담긴 경우
- ④ 사회적으로 무리가 있는 성이나 기타 민감한 정보를 질문하는 경우

34. 검정요인 중 총체적 개념과 다른 변수와의 관계에 있어서 총체적 개념을 구성하는 요소들 중 어떤 것이 관찰된 결과에 결정적인 영향을 미치는가 하는 것을 파악하는 데 사용되는 것은?

- ① 억제변수
- ② 왜곡변수
- ③ 구성변수
- ④ 매개변수

35. 조사시 활용되는 변수에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- 독립변수는 한 변수(X)가 다른 변수(Y)에 시간적으로 선행하면서 X의 변화가 Y의 변화에 영향을 미칠 때 영향을 미치는 변수를 의미한다.
- ① 행하면서 X의 변화가 Y의 변화에 영향을 미칠 때 영향을 미치는 변수를 의미한다.
- ② 교육수준에 따라 월평균소득에 차이가 있다면 월평균소득이 종속변수가 된다.
- ③ 연속변수는 사람·대상물 또는 사건을 그들 속성의 크기나 양에 따라 분류하는 것이다.
- 이산변수는 측정된 값들이 척도상에서 미분을 해도 가능
- ④ 할 만큼 연속을 띤 것으로 거의 무한개의 값을 가질 수 있다.

36. 설문지 질문문항의 작성방법으로 틀린 것은?

- ① 응답자가 이해하기 쉬운 표현을 사용하여야 한다.
- ② 한 질문에 한 가지 이상의 질문을 통해 설문의 효율성을 높여야 한다.
- ③ 유도 또는 강요하는 표현을 금지하여야 한다.
- ④ 응답자가 대답하기 곤란한 질문들에 대해서는 직접적인 질문을 피하도록 한다.

37. 표본프레임(Sampling Frame)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 표본을 추출하기 위한 모집단의 목록을 말한다.
- 표본추출단위가 집단인 경우에는 모집단의 목록인 표본
- ② 프레임도 개인별 목록이 아니라 집단별 목록만 있으면 된다.
- ③ 비확률표본추출방법을 이용할 경우 정확한 표본 프레임이 반드시 있어야 한다.
- ④ 정확한 확률표본추출을 하기 위해서는 모집단과 정확하게 일치하는 표본프레임이 확보되어야 한다.

38. 조사의 유형에 대한 설명으로 적절하지 않은 것은?

- ① 전화조사 - 특정표본추출에 한계가 있다.
- ② 우편조사 - 질문문항들이 쉽게 이해될 수 있도록 단순한 질문을 사용해야 한다.
- ③ 면접조사 - 다수의 면접원이 조사에 참여하기 때문에 조사결과와 객관성이 유지된다.
- ④ 집단설문조사 - 한 번에 많은 응답자의 반응을 얻을 수 있으므로 시간을 단축시킬 수 있다.

39. 표본추출법 중 확률표본추출법의 특성에 해당되는 것은?

- ① 시간과 비용이 적게 듭
- ② 인위적 표본추출
- ③ 표본오차의 추정이 가능
- ④ 분석결과의 일반화에 제약

40. 응답자들이 전화조사에 응대하는 심리적인 동기요인이 아닌 것은?

- ① 자신의 의견이나 식견을 표현하고 싶은 욕망
- ② 사람들과 주고받는 교섭을 즐기는 심리
- ③ 면접자를 돕고 싶은 이타적인 심리
- ④ 사생활 침해에 대한 오인과 자기방어욕구 심리

41. 기술조사 중 횡단조사에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 상이한 특성을 가지고 있는 집단들 사이의 측정치를 비교함으로써 차이를 규명하는 것이 목적이다.
- ② 정태적인 성격을 갖는다고 할 수 있다.
- ③ 종단조사보다 표본의 크기가 상대적으로 크다.
- ④ 직접적으로 측정결과에서 결론을 도출한다.

42. 표본조사의 궁극적 목적은?

- ① 모집단의 특성 추출
- ② 분산의 산출
- ③ 표본의 평균치 산출
- ④ 표준편차의 산출

43. 측정에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 어떤 변수의 개념을 설명할 때 다른 개념을 사용해서 설명하는 것이 변수의 개념적 정의이다.
- ② 정확하고 측정 가능한 용어로 설명하는 것이 조작적 정의이다.
- ③ 조작적 정의는 조사자의 판단과 마케팅 관리자의 정보 요구에 따라 달라지지 않는다.
- ④ 측정은 조작적 정의에 따라 사전에 정해진 일정한 규칙에 의해 체계적으로 숫자를 부여하는 행위이다.

44. 사전검사에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 사전검사를 통해 질문들이 갖는 문제점을 찾아내고 이를 보다 명료하게 수정한다.
- ② 사전검사는 반드시 많은 수의 응답자를 상대로 실시할 필요는 없다.
- ③ 사전검사를 위해 응답대상자는 반드시 대표성을 가져야 한다.
- ④ 사전검사의 방법은 본조사에서 사용하고자 하는 방법과 동일하게 한다.

45. 내적 타당도를 위협하는 요소가 아닌 것은?

- ① 특정사건의 영향
- ② 피실험자가 변화하는 데 따른 영향
- ③ 통계학적 회귀효과
- ④ 반작용효과

46. 시장조사의 역할과 거리가 먼 것은?

- ① 문제해결을 위해 조직적 탐색
- ② 불확실성과 위험성 극대화
- ③ 고객의 심리적, 행동적인 특성 간파를 통한 고객만족경영
- ④ 타당성과 신뢰성 높은 정보의 획득 및 의사결정능력 제고

47. 다음 중 확률표본추출방법에 해당하지 않는 것은?

- ① 계통표집
- ② 층화표집
- ③ 편의표집
- ④ 집락표집

48. 전화면접자가 지켜야 할 사항으로 볼 수 없는 것은?

- ① 정보누설 금지
- ② 개인적 이익창출 금지
- ③ 면접규칙과 지시사항 수행
- ④ 두 가지 이상의 면접업무 동시수행

49. 연구의 단위(Unit)를 혼동하여 집합단위의 자료를 바탕으로 개인의 특성을 추리할 때 저지를 수 있는 오류는?

- ① 집단주의 오류
- ② 생태주의 오류
- ③ 개인주의 오류
- ④ 환원주의 오류

50. 집단면접법에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 집단의 규모는 8~12명으로 구성한다.
- ② 집단성격은 다양한 의견을 위해 이질적으로 구성한다.
- ③ 환경은 편안하고 비공식적 분위기로 자발적인 참여를 유도한다.
- ④ 집단구성원 간의 자유로운 참여를 유도하는 진행자의 역할이 중요하다.

【3과목】 텔레마케팅관리 (25문제)

51. 아웃바운드 텔레마케팅의 설명으로 적합하지 않은 것은?

- ① 고객리스트는 반응률을 결정하는 중요 요소이다.
- ② 고객반응을 유도할 수 있는 적합한 제안이 필요하다.
- ③ 기존고객이 이탈하지 않도록 하기 위한 적극적인 고객관리에 유효하다.
- ④ 콜예측을 통한 서비스레벨을 효과적으로 관리하는 것이 중요하다.

52. 콜센터 슈퍼바이저에게 요구되는 자질에 관한 설명 중 틀린 것은?

- ① 조직의 목표가 달성될 수 있도록 최적의 콜센터 환경을 조성할 수 있어야 한다.
- ② 텔레마케터들의 통화품질, 업무성과, 근무만족도에 대해 평가 및 피드백을 할 수 있어야 한다.
- ③ 콜센터의 운영 예산을 책정하고 집행할 수 있어야 한다.
- ④ 조직 분위기를 활성화할 수 있는 다양한 이벤트와 프로모션을 실시할 수 있어야 한다.

53. 텔레마케터의 통화품질을 평가할 때 고려사항이 아닌 것은?

- ① 나이, 출신학교, 신장
- ② 음성능력, 표현능력, 정확한 발음
- ③ 구술능력, 조직적능력, 목표의식
- ④ 음성능력, 청취력, 집중력

54. 텔레마케팅 활용시 모니터링을 실시하여 얻어지는 이점이 바르게 연결되지 않은 것은?

- ① 고객 - 서비스에 대한 만족 및 불만족 요소를 전달할 수 있다.
- ② 화서 - 이미지 향상으로 고객확보와 이익이 발생한다.
- ③ 상담원 - 상담자질이 향상된다.
- ④ 모니터링 담당자 - 코칭 기술을 향상시킬 수 있다.

55. 성공하는 텔레마케팅 조직의 특성으로 적합하지 않은 것은?

- ① 공정한 성과평가 및 보상이 이루어진다.
- ② 직무별 목표와 책임이 분명하다.
- ③ 인력개발을 위한 교육프로그램이 마련되어 있다.
- ④ 생산성 향상을 위해 내부 커뮤니케이션은 최대한 제한되어 있다.

56. 텔레마케팅 조직구성원의 역할이 잘못 연결된 것은?

- ① 교육담당자 - 텔레마케터의 경력개발을 위한 교육프로그램을 개발한다.
- ② 모니터링담당자 - 텔레마케터가 고객과 통화한 내용을 분석한다.
- ③ 시스템담당자 - 텔레마케터가 효율적으로 업무를 할 수 있도록 스크립트를 개발한다.
- ④ 슈퍼바이저 - 텔레마케터의 스케줄을 관리한다.

57. 텔레마케팅에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 휴대폰과 마케팅의 결합어이다.
- ② 무작위의 고객 데이터베이스를 사용한다.
- ③ 일방향의 커뮤니케이션이다.
- ④ 고객반응에 대한 효과측정이 용이하다.

58. 다음 중 역할연기에 관한 설명으로 맞는 것은?

- ① 역할연기 당사자간 배역은 바꾸지 않는 것이 좋다.
- ② 스크립트의 내용은 수정없이 반복 연습한다.
- ③ 녹음 테이프를 시간을 측정하며 연습한다.
- ④ 일대 다수의 방식으로 진행하는 것이 바람직하다.

59. 콜센터의 성과관리방법 중 적당하지 않은 것은?

- ① 매일, 매주, 매월 등의 분명하며 도달 가능한 목표를 수립한다.
- ② 중간점검을 통해 성과향상을 위한 지원요소와 방해요소를 분석한다.
- ③ 성과결과에 대한 공정한 평가가 이루어져야 한다.
- ④ 성과평가결과에 따른 보상은 우수 텔레마케터에게만 집중한다.

60. 공식적 직위로 인해 부하의 복종을 요구할 수 있는 리더의 권리를 의미하며, 이것은 권한과 같은 개념으로 M. Weber가 관료제의 중요한 요소로 강조하는 권력의 원천은?

- ① 강압적 권력
- ② 보상적 권력
- ③ 합법적 권력
- ④ 전문적 권력

61. 걸려온 모든 전화 중 텔레마케터와 고객이 연결된 통화를 의미하는 것은?

- ① 인입호
- ② 응답호
- ③ 포기호
- ④ 상담호

62. 텔레마케팅 적용분야 중 업무의 복잡도가 가장 큰 분야는?

- ① 주문접수
- ② 고객센터비즈
- ③ 판매지원
- ④ 고객관리(CRM)

63. 텔레마케팅을 위한 스크립트의 작성방법 중 응답되는 내용을 예/아니오 식으로 나누고 이에 따라 다음의 질문이나 설명이 뒤따르도록 작성하는 것은?

- ① 회화식
- ② 질문식
- ③ 차트식
- ④ 혼합식

64. A 생명보험회사는 주요 5대 일간지에 저렴한 보험료의 상해보험상품을 광고하고, 고객들이 무료 전화를 이용하여 전화를 걸어오면 보험 가입을 받고 상품을 판매하고 있다. 이는 어떤 형태의 텔레마케팅으로 볼 수 있는가?

- ① 인바운드(Inbound), 기업 대 소비자 (B to C)
- ② 인바운드(Inbound), 기업 대 기업 (B to B)
- ③ 아웃바운드(Outbound), 기업 대 소비자(B to C)
- ④ 아웃바운드(Outbound), 기업 대 기업(B to B)

65. 모니터링 평가를 위한 대상콜 선택시 고려해야 할 요소가 아닌 것은?

- ① 평균통화시간
- ② 문의유형
- ③ 통화일시
- ④ 상담원의 업무지식 정도

66. 텔레마케팅 관련 용어 중 QA의 바른 의미는?

- ① Quality Assist
- ② Questity Assert
- ③ Quality Assurance
- ④ Quality Agency

67. OJT와 OFF JT에 대한 설명이 올바르게 연결된 것은? (순서대로 <OJT>/<OFF JT>)

- ㉠ 교육훈련이 현실적·실제적
- ㉡ 현장작업과 관계없이 계획적인 훈련이 가능
- ㉢ 훈련과 직무의 연결
- ㉣ 훈련에만 전념하여 훈련효과의 상승
- ㉤ 개인의 능력에 따른 훈련이 가능
- ㉥ 현장에서 즉시 활용할 수 없음
- ㉦ 작업과 훈련이 모두 철저하지 못할 수 있음
- ㉧ 훈련시설 설치에 따르는 경제적 부담 증가

- ① ㉠, ㉢, ㉤, ㉦ / ㉡, ㉣, ㉥, ㉧
- ② ㉠, ㉡, ㉢, ㉦ / ㉣, ㉤, ㉥, ㉧
- ③ ㉠, ㉣, ㉥, ㉧ / ㉡, ㉢, ㉤, ㉦
- ④ ㉡, ㉣, ㉥, ㉧ / ㉠, ㉢, ㉤, ㉦

68. 다음은 무엇에 관한 설명인가?

신규 종업원에게는 직무환경에 자신의 능력을 적응시켜 효과적 직무수행에 도움을 주고 기존 종업원에게는 새로운 기술과 능력을 증진시켜 변화하는 환경에 능동적으로 대처하게 한다.

- ① 인사이동
- ② 보상관리
- ③ 교육훈련
- ④ 경력개발

69. 텔레마케터의 주요 업무가 아닌 것은?

- ① 재고정리
- ② 고객관리
- ③ 정보수집과 자료정리
- ④ 제품홍보 및 판촉활동

70. 콜센터 상담의 장점이 아닌 것은?

- ① 상담시 필요한 고객정보를 충분히 활용할 수 있다.
- ② 숙달된 상담원이 조리있게 설명한다.
- ③ **고객의 상황을 쉽게 파악할 수 있다.**
- ④ 콜센터에서 이루어지는 업무진척도를 실시간에 확인할 수 있다.

71. 콜량 예측시 필요한 데이터와 관련 없는 것은?

- ① 대화시간
- ② 마무리시간
- ③ **콜량 예측시간**
- ④ 평균처리시간

72. 아웃바운드형 콜센터의 성과분석 관리지표에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 고객 DB 소진율 - 총 고객 DB 불출 건수 대비 텔레마케팅으로 소진한 DB 건수가 차지하는 비율
- ② **고객 DB 사용 대비 고객획득률 - 총 고객 DB 불출 건수 대비 고객으로 획득한 비율**
- ③ 1콜당 평균 전화비용 - 아웃바운드 텔레마케팅을 하였을 경우 1콜당 평균적으로 소요되는 전화비용의 정도
- ④ 총 매출액 - 일정기간 동안 아웃바운드 텔레마케팅을 실행한 결과 발생한 총 매출액

73. 커뮤니케이션 장애요인 중 선택적 청취에 의한 장애요인은?

- ① 상황에 따른 장애
- ② 발신자에 의한 장애
- ③ **수신자에 의한 장애**
- ④ 일반적인 장애

74. 다음은 콜센터 시스템 중 무슨 기능에 관한 설명인가?

- 상담원의 업무속련도에 따라 콜을 분배하는 기능으로 상담원의 직무능력을 평가하며 속련도에 따른 등급을 책정하고 각각의 등급에 따라 적용하거나 콜센터의 특성에 맞게 활용한다.
- ① CTI 기능
 - ② Call Blending 기능
 - ③ 음성인식 기능
 - ④ **Skill Based Call Routing 기능**

75. 콜센터에서 QAA의 기본적인 자격요건이 아닌 것은?

- ① 지식
- ② **평가**
- ③ 태도
- ④ 기술

【4과목】 고객응대 (25문제)

76. 효과적인 커뮤니케이션 방법으로 적당한 것은?

- ① 일반화된 약어를 사용한다.
- ② 전문지식을 화제로 선택한다.
- ③ 개인의 주관적인 생각과 감정을 전달한다.
- ④ **적극적 경청을 통하여 고객의 욕구를 파악한다.**

77. 전화상담시 적합하지 않은 응대방법은?

- ① **가능한 한 전문용어를 사용하여 전문가처럼 보이게 한다.**
- ② 맑고 밝은 음성을 유지한다.
- ③ 상대를 배려하는 마음가짐과 올바른 경어를 사용한다.
- ④ 상황에 따라 적절하고 감각적인 대응을 한다.

78. 소비자욕구를 파악하기 위해 고객조사를 할 때 폐쇄형 질문이 적절한 경우는?

- ① 문제의 원인이나 배경에 대해 새로운 정보를 얻어야 할 때
- ② 편견없이 가능한 한 다양하고 많은 정보를 모아야 할 때
- ③ **여러 대안 중 소비자의 최종결정사항을 확인하고자 할 때**
- ④ 소비자들의 보편적인 사고방식에 대한 기존 정보가 없을 때

79. 고객 성격의 특성에 따른 응대법 중 옳바르지 않은 것은?

- ① 급한 성격은 신속하게 행동하고 설명도 핵심만 강조한다.
- ② **결단성이 없는 성격은 기회를 잡아 빨리 요점만 설명한다.**
- ③ 내성적인 성격은 조용하게 응대하고 상대의 의견을 충분히 들어준다.
- ④ 흥분을 잘하는 성격은 부드러운 분위기를 유지하며 강압하지 않는다.

80. 텔레마케터가 갖추어야 할 자질로서 옳지 않은 것은?

- ① 조직적응력, 풍부한 지식
- ② 정확한 발음과 구술능력
- ③ 주관적 사고와 즉각적인 응답
- ④ 훌륭한 청취력과 집중력

81. 인바운드 상담절차를 옳게 나열한 것은?

- ① 상담준비 → 전화응답 → 고객니즈 파악 → 문제해결 → 동의와 확인 → 종결
- ② 상담준비 → 동의와 확인 → 전화응답 → 고객니즈 파악 → 문제해결 → 종결
- ③ 상담준비 → 고객니즈 파악 → 동의와 확인 → 전화응답 → 문제해결 → 종결
- ④ 상담준비 → 문제해결 → 동의와 확인 → 고객니즈 파악 → 전화응답 → 종결



전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)



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

82. 전화상담에서 필요한 말하기 기법에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 전화로 이야기할 때에도 미소를 지으며, 필요한 낱말에 강세를 두어 말한다.
- ② 어조를 과장하여 억양에 변화를 주는 것은 소비자의 집중력을 약화시키므로 바람직하지 않다.
- ③ 소비자가 말하는 속도에 보조를 맞추되, 상담사는 되도록 천천히 말하는 습관을 갖는 것이 좋다.
- ④ 명확한 발음을 하기 위해 큰소리로 반복해서 연습하는 것이 필요하다.

83. 화가 많이 난 소비자를 대할 때의 상담기술로 적합한 것은?

- ① 일단은 소비자를 안심시켜 화난 이유를 정확히 말하도록 유도한다.
- ② 소비자의 감정상태를 인정하는 것은 무조건 문제를 수용하겠다는 것을 의미하므로 삼가야 한다.
- ③ 소비자가 이야기할 때 중간에 계속 끼어들어 화를 가라앉히도록 유도한다.
- ④ 상담 초기에 소비자의 감정적인 표현을 무시하여 객관적인 사실만 말하도록 유도한다.

84. 스크립트의 필요성에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 고객맞춤서비스 제공
- ② 상담능력 향상 및 보완
- ③ 동기 부여
- ④ 스트레스 해소

85. 다음의 고객 관련 내용을 토대로 고객의 커뮤니케이션 유형을 진단할 때 이 고객과의 상담을 성공적으로 이끌기 위해 요구되는 상담요령으로 가장 효과적인 것은?

고객 : (크고, 빠른 속도의 단호한 톤으로)
“결론적으로, 그 서비스는 나에게 어떤 혜택이 있다는 말입니까? 간단히 말하세요.”

- ① 서비스 특징을 다양한 예를 들어가며 설명한다.
- ② 가능한 한 짧게, 요점만을 명확하게 말한다.
- ③ 고객이 원하는 특징과 이점을 설명하고 고객시간을 배려하여 결정을 유보하도록 권유한다.
- ④ 상품의 장단점을 비롯한 다양한 특징들을 구체적으로 또는 논리적이고 체계적으로 설명한다.

86. 소비자상담의 촉진관계를 위해 필요한 상담자의 바람직한 태도 및 행동 특징이 아닌 것은?

- ① 공감적 이해
- ② 일관적 성실
- ③ 수용적 존중
- ④ 일반적 능력

87. 경청을 하기 위한 상담자의 효과적인 반응은?

- ① 여과적 경청
- ② 동정적 경청
- ③ 평가적 경청
- ④ 반영적 경청

88. 최근 사용되는 전자 커뮤니케이션의 방법 중 한 번에 가장 많은 사람에게 정보를 전달할 수 있는 수단은?

- ① 팩스
- ② 원격화상회의
- ③ 이동통신
- ④ 이메일

89. 훌륭한 고객센터를 위해 개발해야 할 서비스 습관이 아닌 것은?

- ① 시간을 엄수한다.
- ② 약속을 철저히 지킨다.
- ③ 고객을 업무의 가장 중요한 요소로 생각한다.
- ④ 외부고객의 서비스 개선에만 관심을 갖는다.

90. 서비스의 품질을 결정하는 요소가 아닌 것은?

- ① 신뢰성
- ② 공감성
- ③ 무형성
- ④ 반응성

91. 텔레마케팅을 통한 고객응대 특징이 아닌 것은?

- ① 고객과 텔레마케터 간의 쌍방향 커뮤니케이션이다.
- ② 전화장치를 활용한 비대면 중심의 커뮤니케이션이다.
- ③ 텔레마케팅에서는 비언어적인 메시지를 사용하지 않는다.
- ④ 고객상황에 맞추어 융통성 있는 커뮤니케이션이 가능하다.

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

- ① 고객의 사소한 질문을 지적한다.
- ② 고객의 이름을 부르며 의견을 경청한다.
- ③ 텔레마케터의 생각을 일방적으로 이야기한다.
- ④ 항상 반론을 한다.

93. 콜센터에서의 우량고객에 대한 고객응대 방법으로 옳지 않은 것은?

- ① 우량고객 전담 상담원을 두어 고객응대를 한다.
- ② ARS를 거치지 않고 상담원과 바로 연결되도록 한다.
- ③ 우량고객에 대해서는 장시간 장황하고 세밀하게 응대한다.
- ④ 우량고객에 해당하는 별도의 혜택을 제공한다.

94. 인터넷 콜센터에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 웹상에서 고객상담이 이루어진다.
- ② 비대면 접촉성이 낮다.
- ③ 실시간 접촉 및 상담이 가능하다.
- ④ 상호교감적이다.

95. 최초가입일, 거래연수, 연체기록 등 거래와 연관된 데이터는?

- ① 고객인적 데이터
- ② 생활상황 데이터
- ③ 혼합 데이터
- ④ 거래행동 속성 데이터

96. 구매 전 상담에서 제품정보를 제공하는 목적이 아닌 것은?

- ① 경쟁제품과 비교할 수 있도록 하는 것이다.
- ② 소비자가 지불하는 제품값과 품질의 합리성을 설명하는 것이다.
- ③ 소비자가 총동구매할 수 있게 만드는 것이다.
- ④ 기업의 좋은 이미지를 형성하려는 목적이다.

97. 인바운드 상담의 활용분야와 거리가 먼 것은?

- ① 주문접수 처리
- ② 예약 및 예매 접수
- ③ 각종 컴플레인, 불평, 불만접수 처리
- ④ 재구매 유도

98. 커뮤니케이션 네트워크 중 구성원 간의 상호작용이 집중되어 있지 않고 널리 분산되어 있는 유형으로 위원회 같은 조직에서 나타나며, 수평적 네트워크를 형성하는 것은?

- ① 사슬형
- ② 수레바퀴형
- ③ Y 형
- ④ 원 형

99. 다음과 같은 응대기법은 소비자의 어떤 욕구를 충족시키기 위한 것인가?

“손님께서 얼마나 실망하셨을지 잘 알겠습니다. 그때 어떤 느낌을 갖게 되셨는지 이야기하고 싶은데요, 손님님 요구가 무리한 것은 아니군요.”

- ① 존경을 받고자 하는 욕구
- ② 자신의 문제에 대해 공감해주기를 바라는 욕구
- ③ 적시에 신속한 서비스를 받고자 하는 욕구
- ④ 공정하게 대접받고자 하는 욕구

100.언어적 메시지와 비언어적 메시지에 대한 설명으로 올바른 것은?

- ① 언어적인 메시지는 구두 메시지만을 말한다.
- ② 문자 메시지는 직접적인 말을 이용한 것이다.
- ③ 문자 메시지는 비언어적인 메시지에 속한다.
- ④ 비언어적인 메시지는 표정, 자세, 음성, 눈치, 몸짓을 말한다.