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.

CBT 기출문제

전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

【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?

① 컴퓨터와 텔레포니가 서로 연결·통합되도록 하는 정보기술과 이를 통해 업무에서 활용할 수 있는 솔루션을 의미한다.
② CTI는 모뎀과 통신 소프트웨어에서 이미 적용되고 있는 기술이다.
③ 전화국선과 내선을 연결 처리한다.
④ 통신 소프트웨어는 모뎀 드라이브를 통해 모뎀과 상호동작하여 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, 상품에 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 반응률 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
② 스크린 팝 - 기존에 거래하였거나 회원으로 등록된 고객에게 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 겉표지에 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?

① 독립변수는 한 변수(X)가 다른 변수(Y)에 시간적으로 선행하면서 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.

④ 이산변수는 측정한 값들이 척도상에서 미분을 해도 가능할 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.

② 표본추출단위가 집단인 경우에는 모집단의 목록인 표본프레임도 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 조사결과의 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 듦

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, 조직적응력, 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 텔레폰과 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 테이프로 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 고객서비스

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 능률을 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 업무숙련도에 따라 콜을 분배하는 기능으로 상담원의 직무능력을 평가하여 숙련도에 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 지 식

② 평 가

③ 태 도

④ 기 술

【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 올바르지 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

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 팩 스

② 원격화상회의

③ 이동통신

④ 이메일

89. 훌륭한 고객서비스를 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.

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

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 충동구매할 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. 손님의 요구가 무리한 것은 아니군요."

① 존경을 받고자 하는 욕구
② 자신의 문제에 대해 공감해주기를 바라는 욕구
③ 적시에 신속한 서비스를 받고자 하는 욕구
④ 공평하게 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.