2009년03월01일년 텔레마케팅관리사 필기시험 기출문제 답안

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

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

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

【4과목 : 25문제】 고객응대	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85
	②	④	②	④	②	②	①	③	②	②
	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95
	③	①	④	③	③	②	④	①	④	③
	96	97	98	99	100					
	④	②	②	③	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. 제품 또는 서비스의 가격을 결정할 때 상대적인 저가 전략이 적합하지 않은 경우는?

① 시장수요의 가격탄력성이 높을 때
② 소비자들의 본원적인 수요를 자극하고자 할 때
③ 진입장벽이 높아 경쟁기업의 진입이 어려울 때
④ 원가우위를 확보하고 있어 경쟁기업이 자사 제품의 가격 만큼 낮추기 힘들 때

2. 다음이 설명하는 시장 커버리지 전략은?

> 큰 시장에서 낮은 점유율을 유지하는 대신에 자신에게 가장 알맞은 하나 혹은 몇개의 시장을 선택한 후 이 시장에 집중함으로써 보다 높은 점유율을 확보하는데 유용한 전략이다.

① 비차별화 마케팅
② 차별화 마케팅
③ 집중화 마케팅
④ 순차적 마케팅

3. 다음 중 기업의 마케팅믹스(4P)에 해당하지 않는 것은?

① 유통
② 가격
③ 고객
④ 제품

4. 고객의 가치를 계산하는 방식 중 RFM 모델에 대한 설명으로 틀린 것은?

① recency - 얼마나 최근에 우리 제품을 구입했는가
② frequency - 얼마나 자주 우리 제품을 구입하는가
③ reflection - 얼마나 우리 제품생산에 영향을 끼치는가?
④ monetary - 제품구입에 어느 정도의 돈을 쓰고 있는가

5. 아웃바운드 텔레마케팅의 성공요소가 아닌 것은?

① 부정확한 대상고객 선정
② 고객의 니즈에 맞는 전용상품
③ 판매이후의 신뢰성 확보와 사후관리
④ 잘 정리되고 업그레이드된 데이터베이스

6. 다음의 특징을 가지고 있는 가격결정방법은?

> 고객을 유인하는데 있어 매우 선호되는 방법 중 하나로써 고객들로 하여금 서비스의 구매가 만족스럽지 못할 경우 지불한 금액의 일부 혹은 전부 돌려 받을 수 있다는 점을 확신시켜준다.

① 묶음 가격
② 서비스 보증
③ 일률적 가격결정
④ 편익 주도의 가격결정

7. 아웃바운드 텔레마케팅의 특성으로 틀린 것은?

① 아웃바운드에서는 고객 리스트가 반응률을 결정하며 기본적으로 객주도형이다.
② 아웃바운드는 무차별적 전화세일즈와는 달리 전화를 걸기 위한 사전준비가 필요하다.
③ 고정고객관리는 신규고객 획득에 비해 시간과 비용면에서 더 경제적이고 효과도 높다.
④ 아웃바운드가 인바운드보다 더 고도의 기술을 요하며 마케팅전략, 통합기법 등의 노하우, 텔레마케터의 자질 등에 큰 영향을 받는다.

8. 소비자가 서비스 구매의 의사결정과정에서 접할 수 있는 일반적인 위험의 유형에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 재무적 위험 - 구매가 잘못되었거나 서비스가 제대로 수행되지 않았을 때 발생할 수 있는 금전적인 손실
② 물리적 위험 - 구매했던 의도와 달리 제대로 기능을 발휘하지 않을 가능성
③ 사회적 위험 - 구매로 인해 소비자의 사회적인 지위가 손상 받을 가능성
④ 심리적 위험 - 구매로 인해 소비자의 자존심이 손상받을 가능성

9. 아웃바운드 텔레마케팅의 대상인 고객의 정보에 대한 효율적인 관리방법이 아닌 것은?

① 고객정보의 유출방지
② 고객정보의 시속적인 확충
③ 고객속성에 따른 획일적 대응
④ 고객정보 및 속성별 질적 개선

10. 소수의 판매점으로 선택적인 유통분배에 해당하는 소비재 유형은?

① 편의품
② 선매품
③ 전문품
④ 비탐색품

11. 가맹점 입장에서의 프랜차이징 유통전략의 장점이 아닌 것은?

① 사업실패 위험을 줄일 수 있다.
② 광고 및 운영상 전문가의 노하우를 전수받을 수 있다.
③ 성공적으로 구축된 브랜드명과 사업계획 활용이 가능하다.
④ 기업규모의 성장을 위해 외부로부터 자금을 확보할 수 있다.

12. 판매 전략을 위한 시장세분화 변수 중 인구통계적 변수에 해당하지 않는 것은?

① 성별
② 연령
③ 개성
④ 교육수준

13. 아웃바운드 텔레마케팅시 상품을 효과적으로 설명하는 방법으로 틀린 것은?

① 고객의 말을 경청하고 질문을 곁들이면서 설명한다.
② 경쟁 상품과 비교하여 고객이 쉽게 판단할 수 있어야 한다.
③ 상품의 장점을 반복해서 설명하여 고객이 납득할 수 있어야 한다.
④ 고객 불평 처리를 효과적으로 하기 위해 문제해결 방안을 모색하여 대응한다.

14. 소비재 중 전문품의 특성이 아닌 것은?

① 제품이 가지는 전문성이나 독특한 성격 때문에 대체품이 존재하지 않고 브랜드 인지도가 높다.
② 소비자는 자기가 원하는 상표를 찾아내기 위해 쇼핑에 많은 노력을 기울인다.
③ 생산자가 대부분의 촉진부담을 가진다.
④ 가격에 대해서는 탄력적이다.

15. 아웃바운드 텔레마케터의 판매관리 범위에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 판매촉진 - 카달로그, DM발송, email마케팅 등의 활동
② 시스템관리 - 컴퓨터, 전화, 전산시스템관리 등의 활동
③ 고객관리 - 고객분류, 고객니즈별 구매행위 분석, 고객 상담 관리 등의 활동
④ 판매준비 - 판매전략수립, 고객데이터 준비, 상담원 교육, 광고, 안내 준비 등의 활동

16. 유통경로의 설계과정을 바르게 나열한 것은?

A. 고객욕구의 분석
B. 주요 경로대안의 식별
C. 유통경로의 목표설정
D. 경로대안의 평가

① A→C→B→D
② B→A→D→C
③ C→B→A→D
④ D→C→A→B

17. 표적시장을 선정하기 위한 세분시장의 평가요소에 해당하지 않는 것은?

① 기업의 고객
② 기업의 목표와 재원
③ 세분시장의 규모와 성장
④ 세분시장의 구조적 매력성

18. 다음 데이터베이스 영역 중 고객속성 데이터베이스에 해당하지 않는 것은?

① 성별분류
② 전화번호
③ 클레임분류
④ 연령별분류

19. 고객이 구매를 결정하기까지의 심리적인 의사결정 단계에 해당하지 않는 것은?

① 접촉(touch)
② 행동(action)
③ 흥미(interest)
④ 주의(attention)

20. 신규고객유지율, 기존고객보유율, 고객반복이용률 등의 효과를 측정하는 데 사용되는 척도는?

① 고객신뢰도

② 고객반응률

③ 고객기여도

④ 고객성장률

21. 제품 또는 서비스의 가격세분화 기준에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 세분시장이 충분히 커야 한다.

② 상이한 세분시장의 고객들은 가격의 변화에 대해 동일하게 반응해야 한다.

③ 세분시장을 확인할 수 있어야하고, 차별적으로 가격을 책정할 수 있는 수단이 마련되어야 한다.

④ 특정 세분시장에서 저가격에 상품 또는 서비스를 구매한 고객이 다른 세분시장의 고객엥서 동일한 서비스를 판매할 기회를 주어서는 안된다.

22. 제품 수명주기 중 성숙기의 특징으로 옳은 것은?

① 원가가 높다.

② 경쟁자가 거의 없다.

③ 판매가 절정에 이른다.

④ 혁신적인 고객이 제품을 산다.

23. 다음이 설명하는 시장세분화 분류기준은?

> 특정제품이나 서비스 구매여부에 관계없이 일반적 변수이며, 응답자의 주관이 배제된 객관적 변수이다.

① 인구통계학

② 라이프 스타일

③ 심리 및 태도

④ 제품편익

24. 고등학교 3학년에 재학 중인 학생이 향후 지원하고자하는 대학교를 다음과 같이 평가 했을 때의 설명으로 옳은 것은?

구분	가중치	A대학교	B대학교	C대학교
학교위치	10	10	10	10
수업료	9	10	10	9
입학조건	8	10	10	10
명성	7	8	9	9
교육과정	6	10	8	8

① 보완적 접근법으로 학교를 선택하면 A대학교를 선택하게 된다.

② 보완적 접근법으로 학교를 선택하면 B대학교를 선택하게 된다.

③ 사전편집식 방법으로 학교를 선택하면 A대학교를 선택하게 된다.

④ 사전편집식 방법으로 학교를 선택하면 C대학교를 선택하게 된다.

25. 포지셔닝 전략의 수립과정에서 가장 먼저 수행하는 시장분석을 통해 얻을 수 있는 정보가 아닌 것은?

① 현재와 미래의 시장내의 경쟁구조

② 시장내 수요의 전반적인 수준 및 추세

③ 세분시장의 크기와 잠재력

④ 시장내 소비자의 지리적 분포

【2과목】 시장조사 (25문제)

26. 다음 중 1차 자료 수집방법의 선택기준으로 틀린 것은?

① 다양성

② 신속도와 비용

③ 주관성과 타당성

④ 객관성과 정확성

27. 다음 중 설문지 상에서 가장 먼저 위치해야 하는 설문지의 구성요소는?

① 면접자의 신상기록 항목

② 응답자 분류를 위한 문항

③ 응답자에 대한 협조요청문

④ 필요한 정보 획득을 위한 문항

28. 다음 중 전화면접법에 단점이 아닌 것은?

① 그림, 도표 등의 시각적 보조자료를 활용할 수 없다.

② 전화를 통해 접근할 수 있는 대상이 인구학적 변수에 따라 달라질 수 있다.

③ 질문의 길이와 내용을 제한받게 된다.

④ 조사자들에 대한 감독이 어렵다.

29. 효과적인 전화조사를 위하여 고려하여야 할 사항과 가장 거리가 먼 것은?

① 응답자가 불편을 느끼지 않는 시간대를 선택한다.

② 전화조사시 질문은 짧고 단순하게 구성하고 질문의 수를 줄인다.

③ 전화조사는 중간에 전화가 끊기거나 소음 등에 방해를 받지 않도록 한다.

④ 전화조사시에는 경제성을 고려하여 다양한 주제에 대하여 많은 내용을 조사하도록 한다.

30. 다음 중 종단조사에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 시점을 달리하며 동일한 현상에 대한 측정을 되풀이 하는 조사방법이다.

② 각 기간 동안 일어난 변화에 대한 측정이 주된 과제가 된다.

③ 특정조사대상들을 선정해 놓고 반복적으로 조사를 실시하는 조사방법이다.

④ 모집단에서 임시적으로 추출된 표본으로부터 자료를 얻는다.

31. 시장조사가 기여할 수 있는 마케팅의사결정의 주요 구성요소가 아닌 것은?

① 마케팅 계획의 수립과 실행

② 마케팅 계획의 유효성과 평가

③ 마케팅 기회와 제약 요인의 규명

④ 마케팅 조사에 할당되는 자금의 규모

32. 마케팅 조사설계시 내적 타당성을 저해하는 요소에 해당되지 않는 것은?

① 통계적 회귀

② 특정사건의 영향

③ 사전검사의 영향

④ 반작용효과

33. 비표준화 면접에 비해 표준화면접이 가지는 장점이 아닌 것은?

① 반복적인 면접이 가능하다.

② 면접상황에 대한 적응도가 높다.

③ 면접결과의 숫자화 측정이 용이하다.

④ 조사자의 행동이 통일성을 갖게 된다.

34. 측정의 신뢰성을 높이는 방법에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 조사의 설명이나 조건을 표준화할 수 있다.

② 응답자가 다른 사람의 영향을 받을 가능성이 있다.

③ 모집단이 클수록 조사집단이 대표성을 확보할 수 있다.

④ 응답자 개인별 차이를 무시할 우려가 있어 타당성이 낮아질 수 있다.

35. 다음 중 집단조사법에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 조사의 설명이나 조건을 표준화할 수 있다.

② 응답자가 다른 사람의 영향을 받을 가능성이 있다.

③ 모집단이 클수록 조사집단이 대표성을 확보할 수 있다.

④ 응답자 개인별 차이를 무시할 우려가 있어 타당성이 낮아질 수 있다.

36. 다음 중 체계적인 설문지 작성과정을 바르게 나열한 것은?

A.질문(문항)작성
B.사전테스트
C.설문인쇄
D.질문내용결정
E.질문순서결정

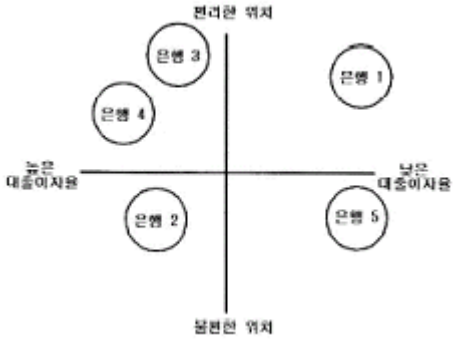
① A → B → C → D → E

② D → A → E → B → C

③ B → A → E → D → C

④ C → E → D → A → B

37. 다음과 같이 시장 내의 여러 경쟁 상표들에 대한 소비자의 생각을 하나의 도표 상에 나타낸 것은?



① 로드맵

② 포지셔닝 맵

③ 횡단 조사표

④ 송단 조사표

38. 1차 자료의 수집방법에 해당하지 않는 것은?

① 설문조사

② 문헌조사

③ 실험조사

④ 전화조사

39. 다음 중 시장조사의 역할과 거리가 먼 것은?

① 불확실성과 위험성 극대화

② 문제해결을 위한 조직적 탐색

③ 고객의 심리적, 행동적인 특성 간파를 통한 고객만족경영

④ 타당성과 신뢰성을 높은 정보의 획득 및 의사결정능력 제고

40. 전화조사를 위한 표본추출방법에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 전화번호부를 활용할 대에는 맨 앞과 맨 끝은 배제하는 것이 좋다.

② 최초의 목적대로 그리고 하나의 규정이 있으면 그에 따라 계속한다.

③ "가나다" 순으로 되어 있는 기존 전화번호부에서 표본을 추출할 때에는 체계적 표본추출법을 사용하는 것이 좋다.

④ 지역적 표본 추출시 전화번호부에 표기된 지역번호 구분이 아니라 행정적 경계에 따라 표본단위를 정하는 것이 좋다.

41. 면접조사 방법과 비교하여 전화조사가 가지는 장점으로 틀린 것은?

① 전화조사 방법은 면접조사 방법에 비해 시간과 비용을 절약할 수 있다.

② 전화조사는 면접조사보다 응답자가 긴 시간을 할애할 수 있어 구체적이고 자세한 조사를 할 수 있다.

③ 면접원을 용무가 없는 사람으로 생각하고 방문을 금지하는 경우가 있지만 전화는 이러한 상황을 극복할 수 있다.

④ 면접조사는 면접원들이 조사결과에 영향을 미쳐 각각 다른 결과를 가져올 수 있으나 전화조사는 그럴 위험이 비교적 적다.

42. 다음 중 확률표본추출방법에 해당하지 않는 것은?

① 계통표집

② 층화표집

③ 편의표집

④ 집락표집

43. 다음 설문문항의 오류에 대한 설명으로 옳은 것은?

당신은 맥주를 얼마나 자주 드십니까?
① 매일 마신다. ② 자주 마신다.
③ 종종 마신다. ④ 거의 안 마신다.
⑤ 전혀 안 마신다.

① 대답을 유도하는 질문을 하고 있다.

② 가능한 응답을 모두 제시하지 않고 있다.

③ 응답항목들 간의 내용이 중복되고 있다.

④ 하나의 항목으로 두 가지 내용을 질문하고 있다.

44. 다음 중 관할하고자 하는 현상의 원인이라고 가정한 변수는?

① 종속변수

② 외생변수

③ 독립변수

④ 통제변수

45. 다음 중 2차 자료에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 단기간에 자료를 쉽게 획득할 수 있다.

② 2차 자료는 1차 자료에 비해 상대적으로 비용이 적게 든다.

③ 당면한 조사문제를 해결하기 위하여 직접 수립된 자료이다.

④ 2차 자료는 1차 자료를 수집하기 전에 주로 예비조사로 사용된다.

46. 시장조사의 유형을 조사방법에 따라 분류할 수 있다. 다음은 무슨 조사의 설명인가?

> -문제의 일방적 특성, 의사결정의 대안, 관련변수에 대한 통찰력을 얻기 위해 이용된다.
> -시장조사의 초기 단계에서 아이디어를 구하고 미래의 조사와 행위의 기초를 제공한다.

① 패널조사
② 탐색적조사
③ 인과적조사
④ 기술적조사

47. 과학적 조사방법의 특성으로 틀린 것은?

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

48. 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

49. 다음 척도의 종류는?

[제품 디자인에 대한 평가]

	1	2	3	4	5	6	7	
기능적이다	|	—	|	—	|	—	|	비기능적이다
고급스럽다	|	—	|	—	|	—	|	대중적이다
현대적이다	|	—	|	—	|	—	|	고전적이다

① 서스톤척도
② 리커트척도
③ 커트만척도
④ 의미분화척도

50. 다음 중 신뢰도를 측정하는 방법에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 재검사법 - 동일한 상황에서 상이한 측정도구를 사용하여 동일한 대상을 일정한 간격을 두고 두 번 측정하여 그 결과를 비교한다.
② 복수양식법 - 대등한 2가지 형태의 측정도구를 이용하여 동일한 측정대상을 동시에 측정하고 두 측정값의 상관관계를 분석한다.
③ 반분법 - 측정도구를 임의로 반으로 나누어 독립된 두개의 척도를 사용한다.
④ 내적 일관성 - 동일한 개념을 측정하기 위해 여러개의 항목을 이용할 경우 크로바하의 알파 계수를 이용하여 신뢰도를 저해하는 항목을 측정도구에서 제외한다.

【3과목】 텔레마케팅관리 (25문제)

51. 콜센터 문화에 영향을 미치는 사회적 요인에 해당되지 않는 것은?

① 행정당국의 제도적 지원
② 상담원의 근로선택의 자유로움
③ 상담원에 대한 직업의 매력도
④ 상담원과 수퍼바이저의 인간적 친밀감

52. 성과 달성을 위한 목표 관리의 중점사항이 아닌 것은?

① 개인별 수행목표는 수치화로 명확해야 한다.
② 환경이 변하더라도 목표는 일관성이 있어야 한다.
③ 조직의 목표와 개인의 목표가 연계성이 있어야 한다.
④ 목표 수행시 상담원과 관리자 간의 의사소통이 필요하다.

53. 콜센터의 중요성에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 정보수집의 창구이다.
② 고객접점의 제1선이다.
③ 기업의 핵심전략을 수립한다.
④ 기업 이미지 제고에 기여한다.

54. 다음 중 콜센터 조직의 특성이 아닌 것은?

① 고객지향적 조직이다.
② 고객과 간접적으로 접촉하는 조직이다.
③ 정보와 커뮤니케이션을 매개로 하는 조직이다.
④ 상황의 다양성, 집중성, 즉시성을 요구하는 대응조직이다.

55. 유통업체에 직접 텔레마케팅을 운영하는 직용체제의 장점이 아닌 것은?

① 통제의 용이성

② 종업원의 몰입도

③ 고정투자비의 감소

④ 교육/훈련의 숙련도

56. 인바운드 텔레마케팅의 활용분야가 아닌 것은?

① 주문, 예약처리

② 신규가입 문의 및 상담

③ 고객 불만사항 처리

④ 구매감사, 해피콜

57. 성과주의 인사제도의 구성요소에 해당되지 않는 것은?

① 선별적 채용

② 성과주의 평가

③ 공식적인 교육훈련

④ 연공서열 위주의 승진

58. 콜 예측량 모델링을 위한 콜센터 지표가 아닌 것은?

① 평균 통화시간

② 평균 마무리 처리시간

③ 고객콜 대기시간

④ 신규고객 획득비용

59. 다음 중 콜센터 관리자에게 요구되는 자질이 아닌 것은?

A. 리더십
B. 시스템 프로그래밍 능력
C. 상황 대응 능력
D. 예술적 감각
E. 프리젠테이션 능력

① A,C

② B,D

③ C,E

④ D,E

60. 인바운드텔레마케팅과 아운바운드텔레마케팅을 구분하는 기준은?

① 텔레마케팅의 소구대상

② 텔레마케팅의 전개장소

③ 콜센터의 운영주체

④ 전화를 거는 주체

61. 견습 및 경험중심의 OJT 교육내용에 해당하지 않는 것은?

① 역할연기

② 보고하기

③ 발표기회 제공

④ 주의 및 질책

62. 직무분석의 방법 중 관찰법에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 대상직무의 작업자가 많은 시간을 할애해야 한다.

② 다른 작업자를 감독하거나 조정하는 등의 직무내용에 적합하다.

③ 분석자의 주관이 개입될 위험이 작다.

④ 분석자는 대상업무에 대한 전문적 지식이 필요 없다.

63. 인적자원의 개발을 위한 교육훈련의 성과를 측정하기 위한 평가 방법에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 전이 평가 - 교육의 결과를 얼마나 동료에게 전달하는지 측정한다.

② 학습 평가 - 실제 교육을 통해 향상된 지식과 기술 및 태도를 측정한다.

③ 반응 평가 - 설문을 통해 피교육자가 교육을 어떻게 생각하는지 조사한다.

④ 효과성 평가 - 교육을 통해 향상된 지식, 기술, 태도를 활용하여 조직성과를 얼마나 높였는지 측정한다.

64. 다음 중 통화 생산성 측정 지표로 틀린 것은?

① 고객접촉률

② 평균 응대속도

③ 평균 콜처리 시간

④ 통화 후 처리시간

65. 다음 중 콜센터의 인적자원 관리 방안으로 적합하지 않은 것은?

① 다양한 동기부여 프로그램
② 콜센터 리더 육성 프로그램
③ 상담원 수준별 교육훈련 프로그램
④ 상담원의 안정을 위한 고정급의 급여체계

66. OJT가 성공하기 위한 관리자의 태도로 틀린 것은?

① 결과를 평가하고 확인한다.
② 적시에 Feed Back을 행한다.
③ 상담원과 공동으로 목표를 세운다.
④ 관리자 자신의 관심사만을 열거한다.

67. 조직의 성과관리를 위한 개인평가방법을 상사평가방식과 다면평가방식으로 구분할 때 상사평가방식의 특징이 아닌 것은?

① 상사의 책임감 상실
② 간편한 작업 난이도
③ 평가결과의 공정성 미흡
④ 중심화, 관대화 오류발생 가능성

68. 개인 성과평가의 신뢰성과 공정성을 확보하기 위한 방법으로 틀린 것은?

① 다면평가를 효율적으로 활용한다.
② 평가자에 대해 평가체계, 평가기법 등의 종합적인 평가 관련 교육을 강화한다.
③ 평가결과는 비공개로 하고 평가자와 피평가자간의 면담을 통한 코칭을 활성화한다.
④ 피평가자가 평가결과에 불만이 있는 경우 이의제기를 할 수 있는 소통채널을 운영한다.

69. 콜센터 생산성 평가를 위한 핵심요소로 적절하지 않은 것은?

① 매출 · 이익률
② 모니터링 횟수
③ 실시간 성과분석
④ 고객데이터 생산성

70. 경영진이 조직의 목표와 성과향상을 성취하고 비전을 달성하기 위한 활동으로 틀린 것은?

① 비전과 목표를 전파할 수 있는 설명회 등을 개최한다.
② 전략수립단계에서 설정된 중장기 성과 목표와 전략 및 세부활동 등을 주기적으로 점검한다.
③ 조직의 경영방침과 본부, 부서, 팀 등과 같은 조직 단위의 중장기, 단기 경영계획을 분리한다.
④ 주주, 고객, 종업원, 파트너 등의 제반 이해관계자들과 접촉하는 시간을 마련하고 이해관계를 균형있게 조절한다.

71. 통화 품질 관리의 목적으로 가장 적합한 것은?

① 텔레마케터의 사적인 통화 방징
② 텔레마케터가 제대로 통화하는지 감시
③ 통화 품질 결과를 텔레마케터의 급여에 반영
④ 통화품질 개선으로 고객에 대한 서비스 향상

72. 텔레마케팅의 전개과정을 바르게 나열한 것은?

① 기획 → 실행 → 반응 → 측정 → 평가
② 기획 → 실행 → 측정 → 반응 → 평가
③ 기획 → 측정 → 실행 → 평가 → 반응
④ 기획 → 측정 → 실행 → 반응 → 평가

73. 텔레마케터의 이직률을 줄이기 위한 방안으로 적절하지 않은 것은?

① 인적자원 중시
② 정규직의 감소
③ 안정된 근로조건
④ 심리공황의 방지책 강구

74. 다음 중 기업에서 텔레마케팅을 도입하는 목적에 해당되는 것을 모두 바르게 나열한 것은?

A. 상품의 판매
B. 고객에게 적극적인 서비스 제공
C. 고객반응 조사
D. 판매 비용의 절감
E. 마케팅 프로그램의 효과적인 지원

① A, B, C
② A, B, C, D
③ A, B, C, E
④ A, B, C, D, E

75. 다음 ( )안에 들어갈 가장 알맞은 것은?

> 콜센터 조직이 점차 커지고 활성화됨에 따라 상담원들이 기피하는 업종이나 기업의 콜센터는 상담원의 기피, 집단이탈, 인력채용과 운영효율의 저하를 초래하여 급기야는 콜센터의 관리직도 자기역할의 한계를 느낌에 따라 콜센터 조직의 와해를 빚게되는 ( )현상이 나타난다.

① 철새둥지

② 한우리 문화

③ 콜센터 심리공황

④ 커뮤니케이션 장벽

【4과목】 고객응대 (25문제)

76. 다음 중 CRM의 등장 배경과 거리가 먼 것은?

① IT 기술의 발전

② 시장의 규제 강화

③ 매스마케팅의 비효율성

④ 고객의 기대 및 요구의 다양화

77. 구매전 단계에서 커뮤니케이션의 목표에 해당하지 않는 것은?

① 구매위험의 감소

② 상표인지의 증대

③ 기업이미지의 개발

④ 반복구매행동의 증대

78. 말하기 기법에서 청자의 듣기핵심 3요소가 아닌 것은?

① 파악

② 수용

③ 이해

④ 반응

79. 고객과의 대화시 효과적인 언어표현방법으로 가장 거리가 먼 것은?

① 명령형보다는 의뢰형으로 표현해야 한다.

② 전문용어보다는 이해하기 쉬운 단어로 표현해야 한다.

③ 텔레마케터 중심의 언어보다는 고객중심의 언어로 표현해야 한다.

④ 평상시 언어로 자연스럽게 표현해야 한다.

80. 고객불만 상담의 원칙에 해당하지 않는 것은?

① 고객의 입장을 존중한다.

② 회사의 규정과 기준에 대해 자세히 설명한다.

③ 상담원의 개인감정을 표출하지 않는다.

④ 고객의 가치관을 바꾸려 하지 않는다.

81. CRM의 활용에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 시장점유율보다 고객점유율에 비중을 둔다.

② 고객유지보다는 고객획득에 중점을 둔다.

③ 제품판매보다는 고객관계관리에 중점을 둔다.

④ 고객로열티 극대화를 중시한다.

82. 발신자에 의한 커뮤니케이션 장애요인이 아닌 것은?

① 반응과 피드백 부족

② 커뮤니케이션 스킬 부족

③ 발신자의 신뢰 부족

④ 타인에 의한 민감성 부족

83. 연세가 많은 고객에 대한 상담시 피해야 할 사항은?

① 호칭에 신경을 쓰드록 한다.

② 공손하게 응대하고 질문에 정중하게 답한다.

③ 순발력 있고 빠른 속도로 응대한다.

④ 고객의 의견을 존중한다.

84. 텔레마케팅을 통한 고객응대의 특성에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 상대방의 얼굴을 볼 수 없어 청각에 절대적으로 의존하게 되므로 더욱 세심한 주의가 요구된다.

② 상담시에는 텔레마케터와 고객 모두 통화 내용에만 집중하므로 다른 소음 등의 전달여부에는 별도의 주의가 필요없다.

③ 고객은 시간과 장소를 가리지 않고 전화를 하므로 언제든지 이를 수용할 수 있는 자세를 갖추어야 한다.

④ 고객의 시간과 경비를 배려하기 위해 정확하고 간결하게 정보를 전달한다.

85. 다음 ( )안에 들어갈 알맞은 것은?

> CRM의 구체적인 실행을 지원하는 시스템이다. 기존의 전사적자원관리 시스템이 조직내부의 관리효율화를 담당하는 시스템임에 반하여 ( )은 조직과 고객 간의 관계향상, 즉 전사적자원관리 시스템의 기능 중에서 고객접촉과 관련된 기능을 강화하여 조직의 전방위업무를 지원하는 시스템이다.

① 분석 CRM
② 운영 CRM
③ 협업 CRM
④ eCRM

86. 기업과 고객의 만남과 상호작용을 통한 고객변화의 단계에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 예상고객 단계 - 개인적 접촉, 우편, 텔레마케팅 등을 통해 첫 거래를 성사시킬 수 있는 상태이다.
② 고객 단계 - 금전적 인센티브 등에 의해 재구매 동기를 갖게 된다.
③ 단골 단계 - 제품 또는 서비스에 불만이 생겨도 동일한 점포나 동일한 브랜드를 이용하는 성향을 보인다.
④ 기업의 옹호자 단계 - 좋은 구전을 전파함으로써 간접적인 광고역할을 하며 고객을 끌어오기도 한다.

87. 구매후 고객응대의 유형이 아닌 것은?

① 구매행동을 위한 대안제시
② 고객의 불만과 문제접수 및 해결
③ 불만사항에 대한 책임소재와 이해 촉구
④ 지불, 환불, 교환에 관한 응대

88. 성공적인 CRM 적용을 위한 고려사항이 아닌 것은?

① 고객을 중심으로 거래 데이터가 통합되어야 한다.
② 고객분석을 위한 고객의 상세정보가 수집되어야 한다.
③ 고객분석결과를 활용할 수 있도록 제반 업무절차가 정립되고 시행되어야 한다.
④ 고객분석결과를 마케팅에 활용하기 위해서 보유상품 및 서비스에 대한 기준을 상담원에게 일임시켜야 한다.

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

89. DB마케팅의 대상 및 상품별 전략의 연결로 틀린 것은?

① 기존고객 - 기존 상품 - 고객활성화 전략
② 기존고객 - 신규 상품 - 교차판매 전략
③ 잠재고객 - 기존 상품 - 고객유지 전략
④ 잠재고객 - 신규 고객 - 신규고객확보 전략

90. 전화에 의한 고객응대와 전자우편에 의한 고객응대의 비교설명으로 가장 옳은 것은?

① 전화 응대는 공손하게 경어를 사용해야 하지만 전자우편 응대는 속어를 사용하는 것이 친밀감을 높이는 데 좋다.
② 전화 응대는 바로 답변해야 하기 때문에 신속한 응대가 중요하지만 전자우편은 며칠 간격을 두고 천천히 답변해도 된다.
③ 전화는 실시간으로 답변해야 하나 전자우편은 시차를 두고 답변하므로 상담원 배치 및 일의 분배 측면에서는 전자우편 답변이 훨씬 쉽다.
④ 전화나 전자우편이나 상담원에게 요구되는 자질이 동일하다.

91. 구매후 고객응대에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 고객이 구입한 제품이나 서비스를 사용하는 과정 혹은 배달 및 운송에서 발생한 문제 등에 대해 효과적이고 전문적인 상담을 수행한다.
② 고객이 구입한 제품의 결함, 정신적 또는 물질적 피해에 대한 보상을 요구했을 때 이미 판매한 이후의 일이므로 고객의 요구를 무마시킨다.
③ 고객들로부터 제품이나 서비스의 성능, 재질, 가격, 배송, 사후관리 등에 대한 만족도와 상담의 질에 대한 만족도를 측정,관리한다.
④ 고객의 정기적 또는 비정기적 온오프라인 상의 모니터링 참여를 유도하여 이를 마케팅 정책이나 상담관리에 반영한다.

92. 다음 중 메세지의 성격이 다른 하나는?

① 자세
② 음성
③ 눈짓
④ 편지

93. 커뮤니케이션에서 나타날 수 있는 문제점으로써 전달자 측면의 요인에 관한 설명이 아닌 것은?

① 전달경로의 특성 - 커뮤니케이션의 통로를 의미하며 대면, 문서, 통화 상징물 등이 포함된다.

② 메세지 명확화 능력 - 전달하고자 하는 정보의 내용을 얼마나 명확하게 할 수 있는가 하는 능력이다.

③ 전달능력 - 자신의 메세지를 정확하고 신속하게 전달할 수 있는 매체를 선정하고 이를 활용할 수 있는 능력을 말한다.

④ 개인적 특성 - 전달자의 감정과 태도 또는 가치관이나 기질 등에 관련되는 인격이 내향성인가 외향성인가, 지배성향이 강한가 약한가 등에 따라 커뮤니케이션의 효과는 달라질 수 있다.

94. 텔레마케터의 효과적인 경청기술이 아닌 것은?

① 고객의 이야기에 대한 관심을 구체적으로 표현한다.

② 확실하지 않은 내용은 다시 한번 정중하게 물어본다.

③ 고객의 말을 끊지 말고 끝가지 주의 깊게 들어야 한다.

④ 주관적인 판단이나 감정을 통하여 이해하려고 노력한다.

95. 다음 중 인바운드 상담 절차를 바르게 나열한 것은?

A. 상담 준비
B. 전화응답과 자신소개
C. 문제해결
D. 고객니즈 간파
E. 동의와 확인
F. 종결

① A→C→D→B→E→F

② A→D→C→B→E→F

③ A→B→D→C→E→F

④ A→D→B→C→E→F

96. 공감대 형성을 위한 화법에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 고객의 신분에 맞는 존칭어를 사용한다.

② 고객의 말에 적극적인 동감 표현을 한다.

③ 고객과의 공감을 형성하는데 도움을 주는 공통화제를 선정하는 것이 중요하다.

④ 전체 상담의 원활한 진행과 분위기를 위해 고객의 대화를 아무 말 없이 끝까지 듣는다.

97. 의심이 많은 고객의 응대요령으로 가장 올바른 것은?

① 한 가지 상품을 제시하고, 고객을 대신하여 결정을 내린다.

② 근거가 되는 구체적 자료를 제시한다.

③ 맞장구 함께 천천히 용건에 접근한다.

④ 묻는 말에 대답하고 의사에 존중한다.

98. 다음 중 듣기의 일반적인 과정을 바르게 나열한 것은?

① 응답→듣기→해석→평가

② 듣기→해석→평가→응답

③ 듣기→평가→응답→해석

④ 응답→듣기→평가→해석

99. 소비자의 욕구가 다양해지고 기업간의 경쟁이 치열하기 때문에 고객만족 경영이 필수적이 되었다. 이러한 경영 환경의 변화에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 산업화 사회에서 정보화 사회로 변화하였다.

② 소비자 요구가 소유 개념에서 개성 개념으로 변하였다.

③ 시장의 중심이 소비자에서 생산자로 변하였다.

④ 규모의 경제에 따른 경쟁에서 부가가치로 변하였다.

100. 텔레마케터가 고객과의 전화에서 활용할 수 있는 음성 연출로 적합하지 않은 것은?

① 음성의 크고 작음

② 말의 빠르고 느림

③ 말의 색깔과 느낌

④ 억양의 특이한 엑센트