

2013년06월02일년 텔레마케팅관리사 필기시험 기출문제 답안

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



전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!



【1과목】 판매관리 (25문제)**1. 마케팅조사에 대한 설명으로 옳은 것은?**

- ① 1차 자료는 특정 조사목적에 달성하기 위해 수집하는 정보이다.
- ② 전화조사는 표본의 범주를 통제하기가 어렵다.
- ③ 일반적으로 마케팅조사를 수행하는 출발점은 1차 자료의 수집이다.
- ④ 온라인조사는 비용이 많이 소요되나, 표본의 대표성을 확보할 수 있다는 장점이 있다.

2. 다음 중 가격결정에 있어서 상대적으로 고가가격이 적합한 경우가 아닌 것은?

- ① 수요의 탄력성이 높을 때
- ② 진입장벽이 높아 경쟁기업이 자사 제품의 가격만큼 낮추기 어려울 때
- ③ 규모의 경제효과를 통한 이익이 미미할 때
- ④ 높은 품질로 새로운 소비자층을 유인하고자 할 때

3. 소비자를 사회계층, 라이프스타일 또는 개성과 관련된 특징을 근거로 서로 다른 세분화시장으로 구분하는 것은?

- ① 인구통계학적 세분화(demographic segments)
- ② 지리적 세분화(geographic segments)
- ③ 심리묘사적 세분화(psychographic segments)
- ④ 비차별적 세분화(undifferentiated segments)

4. 잠재고객 접촉(approach)시에 적절한 행위가 아닌 것은?

- ① 잠재고객의 이름, 나이, 직업 등을 미리 알아둔다.
- ② 잠재고객이 제품을 구입할 능력이 있는지 알아본다.
- ③ 잠재고객의 가족 관계에 대하여 사전 지식을 갖는다.
- ④ 판매원의 시간을 절약할 수 있도록 방문시간은 판매원이 편리한 시간으로 정한다.

5. 코틀러(Kotler, P)가 말하는 제품의 4가지 수준에 해당하지 않는 것은?

- ① 핵심 제품(core product)
- ② 실제 제품(actual product)
- ③ 확장 제품(augmented product)
- ④ 소비 제품(consuming product)

6. 아웃바운드 텔레마케팅을 활용하는 마케팅전략이라고 볼 수 없는 것은?

- ① 매스마케팅
- ② 다이렉트마케팅
- ③ 데이터베이스마케팅
- ④ 1 대 1 마케팅

7. 기업의 고객가치 향상을 위한 경영전략 관점에서의 지식관리에 해당하지 않는 것은?

- ① 데이터웨어하우스
- ② 데이터마이닝
- ③ 전자상거래
- ④ 데이터베이스마케팅

8. 다음 중 전통적인 마케팅 믹스의 4가지 요소에 포함하지 않는 것은?

- ① 제품(Product)
- ② 가격(Price)
- ③ 생산성(Productivity)
- ④ 촉진(Promotion)

9. 기존고객을 대상으로 하는 데이터베이스 마케팅 전략으로 거리가 가장 먼 것은?

- ① 고객 재활성화 전략
- ② 고객 애호도 제고 전략
- ③ 고객유지전략
- ④ 교차판매전략

10. 기업이 시장에서 재포지셔닝을 필요로 하는 상황이 아닌 것은?

- ① 경쟁자의 진입에도 차별적 우위를 지키고 있는 경우
- ② 이상적인 위치를 달성하고자 했으나 실패한 경우
- ③ 시장에서 바람직하지 않은 위치를 가지고 있는 경우
- ④ 유망한 새로운 시장 적소나 기회가 발견되었을 경우

11. 다음은 어떤 관점에서 고객과의 관계 창출을 설명하고 있는가?

오늘날 많은 제품과 서비스가 표준화된 상품으로 변함에 따라 기업은 고객가치를 창출하기 위해 새로운 시장 제품물에 관심을 돌리고 있다. 즉 제품물의 차별화를 위해 기업은 단순히 제품과 서비스를 전달하는 것에서 한걸음 더 나아가 자사제품 또는 회사와 고객과의 관계를 창출하고자 한다.

- ① 필수품(Commodities)
- ② 가치(Value)
- ③ 사회적 책임(Social responsibility)
- ④ 고객 경험(Customer experience)

12. 아웃바운드 텔레마케팅 상품판매의 상담 순서로 바르게 나열한 것은?

① 고객에게 상품의 미점을 설명한다.
② 자신을 소개하고 전화를 한 목적을 말한다.
③ 적극적 종결을 통하여 고객에게 확답을 받는다.
④ 질문을 활용하여 고객의 니즈를 도출한다.
⑤ 상품의 구매를 위한 필요사항을 안내하고 감사 인사 및 사후관리를 약속한다.

- ① ② → ④ → ① → ③ → ⑤
- ② ② → ① → ④ → ③ → ⑤
- ③ ② → ③ → ④ → ① → ⑤
- ④ ② → ① → ③ → ④ → ⑤

13. 다음 ()안에 알맞은 용어는?

마케팅 조사는 단순히 현장조사나 통계에 국한된 것이 아니다. 어떤 조사는 (A)로서 탐색적이고 예비적일 수 있으며, 이는 문제를 명확히 규명하는 것과, 보다 공식적인 실증조사를 준비하는데 이용된다. 반대로 (B)는 고객의 특성, 태도 혹은 행동을 실증적으로 규명하는데 초점을 두고 어떤 결과를 확인하기 위해 설정한 특정 가설을 검증하는데 이용된다.

- ① A: 정성적 조사, B: 정량적 조사
- ② A: 정량적 조사, B: 정성적 조사
- ③ A: 실증적 조사, B: 정량적 조사
- ④ A: 정성적 조사, B: 실증적 조사

14. 마케팅 믹스 중 기업이 소비자, 중간 구매자 또는 기타 이해관계가 있는 대중에게 제품또는 기업에 관해서 정보를 전달하는 기능은?

- ① 제품기능
- ② 가격기능
- ③ 유통기능
- ④ 촉진기능

15. 소비자 조사를 통해서 고객을 평가하는 항목으로 거리가 가장 먼 것은?

- ① 최근 구매일자
- ② 구매품목
- ③ 구매빈도
- ④ 구매금액

16. 마케팅 전략의 주체가 되는 3C에 해당되지 않는 것은?

- ① Converter
- ② Customer
- ③ Company
- ④ Competitor

17. 대중마케팅과 데이터베이스마케팅의 비교설명으로 옳은 것은?

- ① 대중마케팅은 고객을 개별적으로 대우하고 데이터베이스마케팅은 고객을 동일한 집단으로 대우한다.
대중마케팅은 정량적 측정을 통한 지속적인 개선을 하고
- ② 데이터베이스마케팅은 정성적 측정 및 일회성 실행을 한다.
대중마케팅은 쌍방향적이고 고객과의 관계를 근간으로 하
- ③ 고 데이터베이스마케팅은 일회적인 거래를 근간으로 한다.
대중마케팅은 고객의 수를 극대화하는 판매 중심적이고
- ④ 대중마케팅은 고객의 수를 극대화하는 판매 중심적이고 데이터베이스마케팅은 고객의 생애가치를 극대화 한다.

18. 다음 중 아웃바운드 텔레마케팅 전용상품의 요건과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 법적, 제도적인 요인
- ② 접촉대상 고려
- ③ 판매상품에 대한 특성
- ④ 구체적인 전략과 차별화

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

- ① 시장침투
- ② 프로그램개발
- ③ 시장개발
- ④ 프로그램 다각화

20. 아웃바운드 텔레마케팅에 해당하지 않는 것은?

- ① 통신사에서 우수고객 관리를 위해 전화를 걸어 부가서비스 안내를 한다.
- ② 쇼핑몰에서 상품발송 후 배송이 잘 되었는지 확인전화를 한다.
- ③ 보험사에서 가망고객에게 전화로 보험 상품 판매를 시도한다.
- ④ 카드사에서 고객으로부터 걸려온 전화로 결제금액을 안내한다.

21. 다음이 설명하고 있는 제품수명 주기 단계는?

- 시장의 경쟁이 치열함
- 저가격 침투전략이 필요함
- 가격탄력도가 커짐

- ① 도입기
- ② 성장기
- ③ 성숙기
- ④ 쇠퇴기

22. 데이터베이스마케팅 활성화의 요인으로 가장 알맞은 것은?

- ① 시장의 탈대중화 현상
- ② 네트워크 TV 광고효율성의 증가
- ③ 유통경로의 단일화
- ④ 서비스 업종에 대한 정부규제 강화

23. 소비자의 구매 과정에서 욕구 발생에 영향을 주는 내적변수가 아닌 것은?

- ① 소비자의 동기
- ② 소비자의 특성
- ③ 소비자의 과거 경험
- ④ 과거의 마케팅 자극

24. 의사결정지원 시스템에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 입력된 자료들의 정확성은 의사결정지원 시스템이 지원하는 의사결정에 크게 영향을 미칠 수 있다.
- ② 의사결정의 효율성(efficiency)이 아니라 효과성(effectiveness)을 높이기 위해서 사용해야 한다.
- ③ 시스템을 통해 경영자를 대신하여 의사결정을 할 수 있다.
- ④ 관리자가 의사결정이 필요한 상황에서 유용하게 사용된다.

25. 가맹점 입장에서의 프랜차이징 유통전략의 장점이 아닌 것은?

- ① 사업 실패 위험을 줄일 수 있다.
- ② 광고 및 운영상 전문가의 노하우를 전수받을 수 있다.
- ③ 성공적으로 구축된 브랜드명과 사업계획 활용이 가능하다.
- ④ 나만의 제품 품질의 차별화를 추구할 수 있다.

【2과목】 시장조사 (25문제)

26. 불포함오류에 관한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 표본조사시 표본체계가 완전하지 않아서 생기는 오류
- ② 표본추출과정에서 선정된 표본 중에서 응답을 얻어내지 못하여 생기는 오류
- ③ 면접이나 관찰과정에서 응답자나 조사자 자체의 특성에서 생기는 오류
- ④ 정확한 응답이나 행동을 한 결과를 조사자가 잘못 기록하거나, 기록된 설문지나 면접지가 분석을 위하여 처리되는 과정에서 틀려지는 오류

27. 합리적 의사결정을 위해 유용한 정보를 획득할 목적으로 시장조사를 실시할 때, 다음 중 가장 신뢰할 수 있는 지식획득 방법은?

- ① 과학적방법
- ② 직관적방법
- ③ 권위적방법
- ④ 집착적방법

28. 전화면접자의 기본자세가 아닌 것은?

- ① 정확한 단어와 정돈된 말투를 사용한다.
- ② 한 질문에 두 가지 이상의 내용을 포함하지 않는다.
- ③ 정보파악을 위해 매우 세밀하고 자세히 질문한다.
- ④ 부정이나 긍정을 유도하는 질문은 하지 않는다.

29. 어떤 연구에서“65세 이상의 노년층 인구가 많은 도시가 65세 이상의 노년층 인구가 적은 도시보다 1인당 여가활동에 지출하는 액수가 많다.”는 결과를 얻었을 때, 이러한 연구결과로부터 “어떤 67세의 노인이 63세의 노인보다 여가활동에 더 많은 비용을 지출한다.”고 결론을 내리는 경우에 발생하는 오류를 무엇이라고 하는가?

- ① 조건화 오류
- ② 생태학적 오류
- ③ 개인주의적 오류
- ④ 일반화 오류

30. 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.

31. 설문지 작성의 기본원칙으로 적절하지 않은 것은?

- ① 목적에 적합한 설문 문항 수
- ② 어렵고 까다로운 설문지 구성
- ③ 목적에 의한 분류
- ④ 설문의 효율성

32. 다음 중 시장 조사를 위한 자료 수집 중 1차 자료의 예로 옳지 않은 것은?

- ① 일반 소비자나 유통점 주인들을 대상으로 한 서베이
- ② 고객 행동에 대한 관찰
- ③ 실험실 조사에서의 소비자 반응 측정
- ④ 대학 연구소의 일반 소비자 조사 자료

33. 텔레마케터를 활용해서 보험 상품을 판매하고자 하는 보험사에게 있어, 다음과 같은 정보가 주어졌다. 이 정보를 무엇이라 하는가?

한국문화조사협회에서 실시한 조사에 따르면 한국인들은 개인관계를 크게 중시한다고 한다. 이러한 사실은 한국 사람들이 전화를 통해 판매되는 제품의 구매를 상당히 주저하게 한다고 한다.

- ① 내부 2차 자료
- ② 외부 2차 자료
- ③ 내부자료
- ④ 종속변수

34. 다음 중 설문지를 통해 자료를 수집하는 방법으로 조사상황에 따라 신속하게 질문방법, 절차, 순서, 내용 등을 바꿀 수 있는 자료수집 방법은?

- ① 개인면접법
- ② 전화조사방법
- ③ 우편조사방법
- ④ 인터넷조사방법

35. 다음 중 마케팅조사의 진행 과정으로 올바른 것은?

- ① 조사 계획 단계 → 자료수집 단계 → 예비 단계 → 분석 및 대안제시 단계
- ② 자료수집 단계 → 조사 계획 단계 → 분석 및 대안제시 단계 → 예비 단계
- ③ 조사 계획 단계 → 자료수집 단계 → 분석 및 대안제시 단계 → 가설 제시 단계
- ④ 예비 단계 → 조사 계획 단계 → 자료수집 단계 → 분석 및 대안제시 단계

36. 전화번호부를 이용하여 확률 표본 추출시 가장 쉽게 적용할 수 있는 추출법은?

- ① 체계적 추출법(systematic sampling)
- ② 층화 추출법(stratified sampling)
- ③ 지역 추출법(area sampling)
- ④ 할당 추출법(quota sampling)

37. 다음 중 전화조사에서 무응답 오류의 의미로 옳은 것은?

- ① 데이터 분석에서 나타나는 오류
- ② 부적절한 질문으로 인하여 나타나는 오류
- ③ 응답자의 거절이나 비접촉으로 나타나는 오류
- ④ 조사와 관련 없는 응답자를 선정하여 나타나는 오류

38. 설문지의 문항을 조사자가 읽어주고 응답자의 대답을 기록하여 자료수집을 하는 기법이 아닌 것은?

- ① 전화조사
- ② 우편조사
- ③ 면접조사
- ④ 집단면접조사

39. 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 문제점을 발견하고, 원인구명을 통하여 시장문제를 예측할 수 있다.
- ④ 조사자는 시장문제를 구성하고 있는 요소들을 구분하고 그 상호관계를 분석함으로써 시장문제의 원인을 파악하고 해결방안을 모색한다.

40. 다음에 제시되어 있는 설문지 문항 중 잘못 작성된 것은?

- ㉠ 귀하의 성별은?
① 남 자 ② 여 자

㉡ 귀하의 자녀는 몇 명입니까?
① 없 다 ② 1명 ③ 2명 ④ 3명 이상

㉢ 귀하의 월평균 수입은 어느 정도입니까?
① 100만 원 미만
② 100만 원 이상~200만 원 미만
③ 200만 원 이상~300만 원 미만
④ 300만 원 이상

㉣ 귀하의 나이는?

- ① 20세 이하
- ② 20세 이상~30세 이하
- ③ 30세 이상~40세 이하
- ④ 40세 이상

41. 다음 중 자료처리를 위한 코딩에 어려운 문제점이 있는 질문 형식은?

- ① 다지선다형
- ② 양자택일형
- ③ 대인면접법
- ④ 자유응답형

42. 종속변수를 선행하면서 영향을 미치는 변수는?

- ① 잔여변수
- ② 외생변수
- ③ 독립변수
- ④ 통제변수

43. 시장조사시 자료 분석 절차에 해당하지 않는 것은?

- ① 편집(editing)
- ② 통제(control)
- ③ 코딩(coding)
- ④ 분석(analysis)

44. 측정에 있어 타당도와 신뢰도에 영향을 미치는 요인 중 개인적 요인과 거리가 먼 것은?

- ① 오 자
- ② 직 업
- ③ 교육수준
- ④ 연 령

45. 측정하고자 하는 개념이나 속성을 어느 정도로 정확하게 측정하였는가를 나타내는 타당성에 대한 설명과 거리가 먼 것은?

- 타당성은 동일한 측정을 위하여 항목간의 평균적인 관계
- ① 에 근거하여 내적인 일관성을 구하는 알파계수법에 의하여 측정할 수 있다.
- 타당성의 종류에는 내용타당성, 기준에 의한 타당성, 구성타당성이 있다.
- 내용타당성은 측정도구를 구성하고 있는 항목들이 측정
- ③ 하고자 하는 내용을 어느 정도 충실하게 측정하고 있는지를 논리적으로 알아보는 것이다.
- 기준에 의한 타당성은 어느 측정도구의 타당성이 높다면
- ④ 그 측정도구에 의하여 나타난 결과와 다른 기준 또는 변수간의 높은 상관관계가 나타나야 한다는 것이다.

46. 다음 설문 문항의 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.

47. 시장조사시 문제파악 후 해결을 위한 체계를 모색하는 것으로 알맞지 않은 것은?

- ① 과거의 조사 및 연구결과 또는 선행문헌연구를 통해 당면 과제의 해결방향을 모색한다.
- ② 해결해야 할 문제 자체를 중심으로 분석해야 한다.
- ③ 다른 소비자 또는 전문가의 의견을 수집·정리한다.
- ④ 조사자 자신의 경험, 직관, 감성을 통하여 해결방안을 모색해 본다.

48. 다음 중 척도법의 선택으로 가장 적합한 것은?

- ① 성별을 분류하기 위해 서열척도를 선택했다.
- ② 상품의 무게를 알아보기 위해서 명목척도를 선택했다.
- ③ 상품의 유형별 분류를 위해 비율척도를 선택했다.
- ④ 지구온난화를 조사하기 위해 등간척도를 선택했다.

49. 다음 설명에 가장 적합한 조사유형은?

S통신회사에서 통신단말기 유형에 대한 선호도 조사를 위하여 3000명의 대학생들에게 15일간 조사를 실시하고자 한다. 질문내용에 대한 이해부족으로 생길 수 있는 응답오류를 줄이면서 적은 비용으로 조사를 할 수 있는 방법을 생각하고 있다.

- ① 면접조사
- ② 방문조사
- ③ 집단설문조사
- ④ 관찰조사

50. 최소의 경비와 노력으로 광범위한 지역과 대상을 표본으로 삼을 수 있는 자료수집방법은?

- ① 면접조사법
- ② 관찰방법
- ③ 우편조사법
- ④ 전화조사법

[3과목] 텔레마케팅관리 (25문제)

51. 콜센터 경영시 가장 큰 문제점인 이직률의 원인으로 틀린 것은?

- ① 관리자와의 커뮤니케이션 부조화
- ② 불확실한 비전 및 커리어패스(Career path)
- ③ 일관되고 투명한 급여기준
- ④ ‘끼리끼리’문화에 익숙한 상담원들의 집단행동

52. 텔레마케팅은 어떤 단어의 조합으로 만들어진 용어인가?

- ① Television + Marketing
- ② Telephone + Marketing
- ③ Telecommunication + Marketing
- ④ Tele-sale + Marketing

53. 텔레마케팅을 통한 판매 시 염두 해 두어야할 원칙 중에 「80/20의 법칙」이란?

- ① 20%의 고객이 80%의 수익을 창출한다.
- ② 전화를 걸면 20%는 응답을 하고 80%는 거절을 한다.
- ③ 통화가 이루어진 고객 중 20%는 구매를 하고 80%는 구매를 하지 않는다.
- ④ 전체 판매용의 20%가 전화통화 비용의 80%를 차지한다.

54. 다음 중 직무설계에 관한 용어의 설명으로 틀린 것은?

- 직무설계(job design)는 직무에 관한 정보를 수집·분석
- ① 하여 직무의 내용과 직무담당자의 자격요건을 체계화하는 것이다.
- 직무단순화(job simplification)는 직무담당자들이 좁
- ② 은 범위의 몇 가지 일을 담당하도록 직무를 설계하는 방법이다.
- 직무순환(job rotation)은 작업자로 하여금 여러 가지
- ③ 다양한 직무에 순환근무토록 하여 직무활동을 다각화하는 방법이다.
- 직무확대(job enlargement)는 직무수행자의 직무를 다
- ④ 양화하여 직무의 수평적 범위를 넓히는 것이다.

55. 조직 내의 직원의 직무만족은 심리적인 측면과 보상적인 측면으로 나눌 수 있는데 다음 중 심리적인 측면에 해당하는 것은?

- ① 임금
- ② 승진기회
- ③ 신념
- ④ 성과급

56. 통화품질과 텔레마케팅 모니터링의 차이점에 대해서 잘못 설명한 것은?

통화품질은 종합적인 평가체제이고, 텔레마케팅 모니터
① 링은 상담원과 고객 간의 통화 자체에서 느껴지는 상담의 질 정도를 평가한다.

통화품질은 통화품질과 경쟁력을 동시에 평가하며, 텔레
② 마케팅 모니터링은 콜센터 자체의 커뮤니케이션 능력의 정도를 평가한다.

통화품질의 궁극적 목적은 콜센터 경영의 질을 향상시키
③ 는 것이며, 텔레마케팅 모니터링은 상담원의 상담의 질을 향상시키는 것이다.

통화품질은 자체통화품질(CQ4) 담당에 의한 평가이며,
④ 텔레마케팅 모니터링은 제3자인 외부전문기관에 의한 객관적인 평가관리가 이루어진다.

57. 인적자원의 가치를 체계적이고 합리적으로 측정하기 위한 측정 지표에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 인적자본 수익성지표 - 종업원 단위당 생산성
- ② 인적자본 경제적 부가가치지표 - 종업원 단위당 실제 기업이익
- ③ 인적자본 투자수익률지표 - 인적 자원에 대한 투자금
- ④ 인적자본 시장가치지표 - 종업원 단위당 지적자산 크기

58. 다음 중 경력관리에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 경력관리는 장기적인 계획이다.
- ② 적재적소, 후진양성에 필요하다.
- ③ 능력주의와 연공주의를 절충한다.
- ④ 조직의 목표와 개인의 목표를 일치시킨다.

59. 통화품질에 대한 설명으로 거리가 먼 것은?

- ① 통화품질이란 기업과 고객 간에 이루어지는 통화에서 느껴지는 품질의 정도를 말한다.
- ② 하드웨어적인 품질과 소프트웨어적인 품질로 구분할 수 있다.
- ③ 콜센터의 통화에 대한 종합적인 품질의 정도를 말한다.
- ④ 불만고객과의 의사소통 수단인 대고객 DM 활동이다.

60. 텔레마케터 전문 인력채용시 면접기준으로 부적절한 것은?

- ① 청취, 이해력
- ② 세일즈경력, 경제력
- ③ 품성, 조직 적응력
- ④ 음성표현, 구술능력

61. 모니터링 성공요소가 아닌 것은?

- ① 대표성
- ② 주관성
- ③ 신뢰성
- ④ 유용성

62. 아웃바운드 텔레마케팅 성과분석을 위한 지표 분석기준에 해당되지 않는 것은?

- ① 포기콜율
- ② 콜 당 평균 전화비용
- ③ 사용대비 고객획득율
- ④ 콜 응답율

63. Erlang C 공식에 필요한 변수가 아닌 것은?

- ① 평균통화시간
- ② 예상 인입콜 수
- ③ 지연 시간
- ④ 목표 서비스 레벨

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

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

65. 다음이 설명하고 있는 업무는 텔레마케팅 형태 중 어느 형태에 해당하는가?

A화장품 회사의 영업사원 B씨는 자신의 고객에게 카달로그를 보내고 고객들로부터 전화가 오면 화장품을 판매 한다.

- ① 인바운드, B to C
- ② 인바운드, B to B
- ③ 아웃바운드, B to C
- ④ 아웃바운드, B to B

66. 다음 중 콜센터 병리현상의 유형이 아닌 경우는?(문제 오류로 실제 시험에서는 모두 정답 처리 되었습니다. 여기서는 1번을 누르면 정답 처리 됩니다.)

- ① 과잉 감정 노출(Tamper Exposure)
- ② 콜센터 관료주의(Bureaucratism)
- ③ 콜센터 바이탈 사인(Vital Signs)
- ④ 상담 내향성(introversion)

67. 막스 베버(Max Weber)가 주장한 이상적인 관료조직(bureaucracy)의 특징을 올바르게 설명한 것은?

- ① 과업의 성과가 일정하도록 다양한 규칙이 있어야 한다.
- ② 경영자는 개인적인 방법과 생각으로 조직을 이끌어야 한다.
- ③ 조직구성원의 채용과 승진은 경영자의 지식과 경험에 기초한다.
- ④ 조직의 각 부서 관리는 해당 업무의 전문가에 의해 이루어져야 한다.

68. 아웃바운드 텔레마케팅의 성공 요인에 관한 설명으로 틀린 것은?

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

69. 다음 중 텔레마케팅 용어와 그에 대한 설명이 옳은 것은?

- ① 평균통화시간 : 상담원의 통화 시간과 통화 마무리 시간을 합한 시간
- ② 평균통화처리시간 : 상담원이 고객과 통화한 평균 시간
1차통화처리율 : 고객이 콜 센터로 전화 했으나 모든 상담원이 상담 중인 관계로 사후에 고객과의 통화가 요구되는 콜의 비율
- ③ 통화중평균대기 : 상담원의 업무 처리 과정 중 고객의 통화를 잠시 보류 시키는 시간

70. 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

71. 콜센터의 원활한 조직 관리를 위하여 슈퍼바이저가 관리하는 상담사의 수를 적정하게 재현해야 한다는 원칙은?

- ① 관리일원의 원칙
- ② 관리한계의 원칙
- ③ 관리명확의 원칙
- ④ 관리제한의 원칙

72. 인바운드 텔레마케팅과 아웃바운드 텔레마케팅을 구분하는 기준은?

- ① 마케팅의 소구대상
- ② 마케팅의 전개 장소
- ③ 콜센터의 운영주체
- ④ 전화를 거는 주체

73. 인바운드 텔레마케팅을 위해 활용되는 WFMS 시스템의 기능이 아닌 것은?

- ① 콜 수요 예측을 할 수 있다.
- ② 스케줄링에 필요한 정보를 제공한다.
- ③ 콜센터 시스템 증설 예측기능을 갖고 있다.
- ④ 상담사에게 업무별 특성에 맞도록 콜을 라우팅 하는 기능을 갖고 있다.

74. 다음 중 일반적인 교육·훈련 평가 순서를 바르게 나열한 것은?

- ① 반응 → 학습 → 행동 → 결과수준
- ② 반응 → 행동 → 학습 → 결과수준
- ③ 학습 → 반응 → 행동 → 결과수준
- ④ 학습 → 행동 → 반응 → 결과수준

75. 신입 상담원 교육과정으로 거리가 먼 것은?

- ① 업무지식
- ② 회사 전반적인 사항
- ③ 커뮤니케이션 스킬
- ④ 콜 분석 및 예측

【4과목】 고객응대 (25문제)

76. 다음 중 언어적 메시지에 해당하지 않는 것은?

- ① 서류
- ② 편지
- ③ 보고서
- ④ 음성

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

- ① 사슬형
- ② 수레바퀴형
- ③ Y형
- ④ 원 형

78. 스크립트에 대한 적절한 설명이 아닌 것은?

- ① 잠재고객 또는 고객과 통화를 할 때 사용하는 대본과 같은 것으로서 고객과의 원활한 대화를 돕는다.
- ② 스크립트는 통화 목적과 방향 설정이 명확해야 하고 효과적인 통화시간을 관리할 수 있다.
- ③ 다양한 고객을 접하게 됨에 따라 스크립트는 지속적인 보완을 해야 한다.
- ④ 효과적인 통화를 위해 반드시 상담사는 스크립트에 명시되어 있는 대로 고객응대를 해야 한다.

79. 불만족 고객에 대한 상담기법으로 틀린 것은?

- ① 참을성 있게 공감적 경청을 한다.
- ② 항상 목소리를 높이며 소비자의 의견에 동조한다.
- ③ 실현 가능한 문제해결 방법 중 최선을 다하고 있음을 전달한다.
- ④ 문제해결이 만족스러웠는가를 확인한다.

80. B2B(Business to Business) CRM의 설명으로 틀린 것은?

- 기업 대 기업의 판매는 본질적으로 기업이 아닌 실제적인
- ① 개별 인간과의 거래이므로 실제적 인간이 바라는 요구에 대응하는 것이 B2B CRM의 핵심이다.
- ② B2B 고객과의 관계 관리는 기억의 특성을 고려한 가치 있는 해법을 찾는 것이 과제이다.
- ③ B2B 프로그램의 경우 기업과 소비자 모두를 대상으로 하기 때문에 개별 소비자 프로그램에 비해 범위가 넓다.
- ④ B2B CRM은 B2C(Business to Consumer) CRM에 비해서 고려해야 할 범위가 일반적으로 좁다고 할 수 있다.

81. 서비스 및 상품 구매 후 상담요령과 거리가 먼 것은?

- ① 상담의 문제점 및 잘못된 점을 파악한다.
- ② 서비스 가능성과 보상여부를 판단한다.
- ③ 사후관리에 따른 스케줄링을 한다.
- ④ 합리적인 구매의사 결정을 위해 정보를 제공한다.

82. 다음 중 소비자 피해보상의 일반원칙에 해당되지 않는 것은?

- ① 제품에 결함이 있으면 무조건 가격환불을 해주어야 한다.
- ② 구입 가격에 분쟁이 발생하면 기재한 가격을 제시한 자가 입증책임을 진다.
- ③ 소비자에게 계약해제에 따른 손해발생시 사업자는 손해 배상책임이 있다.
- ④ 제품 하자에 따른 환불시 구입 가격을 기준으로 한다.

83. 고객응대에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객과 커뮤니케이션을 하는 활동이다.
- ② 고객이 필요로 하는 정보를 제공한다.
- ③ 고객의 요구를 미리 판단하여 답을 제시한다.
- ④ 고객응대시 고객의 입장에서 판단한다.

84. 고객의 유형 중 단호한 형(Decisive)의 고객상담 요령과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 고객에게 상담원이 될 수 있으면 말을 많이 한다.
- ② 질문에 직접적인, 간결한, 사실적인 대답을 한다.
- ③ 변명하지 말고 설명을 간결하게 하고 해결책을 제공한다.
- ④ 상황의 해결을 목표로 한 구체적 질문을 하고 서비스한다.



전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)



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

85. 고객응대시 잘못된 응대와 그에 따른 효과적인 대응방법이 잘못 연결된 것은?

- ① 저는 모릅니다. → 제가 알아보겠습니다.
- ② 제 잘못이 아닙니다. → 저희 관리자와 상의하십시오.
- ③ 다시 전화 주십시오. → 제가 다시 전화 드리겠습니다.
- ④ 진정하세요. → 죄송합니다.

86. 고객과의 커뮤니케이션을 효율적으로 하기 위해 사용하는 화법과 가장 거리가 먼 것은?

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

87. 고객이 기업과 만나는 모든 장면에서의 결정적인 순간을 의미하며, 텔레마케팅에 널리 활용되는 개념은?

- ① MOT
- ② CRM
- ③ CSP
- ④ POCS

88. 커뮤니케이션에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 의사소통으로 표현되지만 보다 넓은 의미이다.
- ② 특정대상에게 구체적인 정보나 감정을 전달하는 것이다.
- ③ 욕구 충족을 위한 인간의 행동이다.
- ④ 의사전달 → 감정이입 → 정보교환의 순으로 나타난다.

89. 고객지향마케팅에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 상품의 시장 점유율을 중심으로 마케팅 전략을 수립한다.
- ② 상품의 특징 및 장점 등을 중심으로 마케팅 전략을 수립한다.
- ③ 고객 서비스 중심으로만 마케팅 전략을 수립한다.
- ④ 고객이 의사결정의 기준이 되고, 고객관점에서 마케팅 전략을 수립한다.

90. 커뮤니케이션의 기본요소에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 전달자(Communicator) : 전달의도가 커뮤니케이션의 시발점이 된다.
- ② 부호화(Encoding) : 상징물이나 신호 등에는 전달자의 의도가 하나의 부호로 실려 있게 되는데 눈으로 보이지 않는 체계이므로 전달자와 수신자간의 보다 깊은 심리적인 교감이 필요하다.
- ③ 메시지 및 매체 : 전달자가 수신자에게 전하려는 내용이며, 부호화의 결과이고 커뮤니케이션의 경로이다.
- ④ 해석 및 수신자(Decoding&Receiver) : 일방적인 커뮤니케이션에서는 전달하려는 내용과 수신자가 받아들이는 내용 사이에 왜곡의 가능성이 높다.

91. 다음 중 CRM을 통해 얻게 되는 기업측면의 직접적 이익에 해당하는 것을 모두 고르면?

- | | |
|---------|------------|
| ㉠ 판매 증진 | ㉡ 서비스품질 개선 |
| ㉢ 비용 감소 | ㉣ 종업원 확보 |

- ① (㉠)
- ② (㉠), (㉡)
- ③ (㉡), (㉢)
- ④ (㉠), (㉡), (㉢)

92. 잘못된 서비스로 인하여 고객에게 사과를 해야 할 때 취할 자세와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 고객의 기분을 인정하고, 책임을 공유할 것임을 표현한다.
- ② 고객에 대한 배려와 관심을 보여주고, 어떻게 해결하면 좋을지를 물어본다.
- ③ 고객에게 사과하고 응대를 종료한다.
- ④ 진지하게 사과를 한 후 계속해서 고객과 거래할 기회를 달라고 요청한다.

93. 고객만족 화법 중 그 예가 틀린 것은?

- ① [Yes/But 화법] 물론 고객님의 입장이시라면 그러실 수 있습니다. 그러나, 이러한 경우라면~
- ② [경청화법] 네. 그러셨군요.
- ③ [부메랑 화법] 네. 고객님의 말씀이 맞습니다. 덕분에 저도 매우 수월 했습니다.
- ④ [아론슨 화법] 현재 예약이 많아 바로는 어렵겠지만 최대한 빠른 시간 내에 방문토록 노력하겠습니다.

94. CRM의 특징에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① CRM은 고객지향적이다.
- ② CRM은 개별고객의 생애에 걸쳐 거래를 유지하고, 늘려나가고자 하는 것이다.
- ③ CRM은 정보기술에 기반한 과학적인 제반 환경의 효율적 활용을 요구한다.
- ④ CRM은 고객과의 간접적인 접촉을 통해 커뮤니케이션을 지속한다.

95. 고객이 반론을 제기하는 원인과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 회사를 믿을 수 없다.
- ② 텔레마케터의 설명이 충분하지 않다.
- ③ 올바른 선택에 대한 확신이 없다.
- ④ 텔레마케터를 믿을 수 있다.

96. 고객에게 걸려온 전화를 다른 사람에게 돌려주어야 하는 경우 취해야 할 행동으로 옳지 못한 것은?

- ① 전화를 다른 사람에게 돌려야 하는 이유와 받을 사람이 누구인지 말해준다.
- ② 전화를 받을 사람에게 전화를 돌려도 괜찮은지 물어본다.
- ③ 전화를 돌려준 후 신속히 끊는다.
- ④ 전화를 돌려받을 사람에게 전화를 건 사람의 이름과 용건을 말해준다.

97. 말하기 기법에서 청자의 듣기핵심 3요소가 아닌 것은?

- ① 파악
- ② 수용
- ③ 이해
- ④ 반응

98. 상담원의 고객응대 서비스 자세로 옳은 것은?

- ① 규칙에 입각한 입장을 강조한다.
- ② 모든 불만 사항의 책임을 고객에게 전가한다.
- ③ 고객의 입장에서 일을 처리한다.
- ④ 고객에게 다음에 전화하라고 한다.

99. 텔레마케팅을 통한 고객응대 특징이 아닌 것은?

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

100. CRM 최적화를 위한 전략으로 가장 옳은 것은?

- ① 기업의 내적 환경만 분석하면 된다.
- ② 미래예측은 수치보다 상황을 설명하는 방향으로 해야 한다.
- ③ 시간의 효율성이 성공의 열쇠이기 때문에 신속하게 의사 결정을 해야 한다.
- ④ 추상적인 경험이나 직관이 도움이 될 수 있다.