

2014년05월25일년 텔레마케팅관리사 필기시험 기출문제 답안

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

- ① 영향력(Power)
② 공중관계(Public Relation)

③ 참여자(Participants)

- ④ 촉진(Promotion)

2. 어떤 회사나 그 회사의 제품에 관한 홍보를 소비자들의 입을 빌어 "입에서 입으로"라는 원리를 이용한 방식으로 빠른 시일 내에 큰 효과를 볼 수 있는 마케팅 수단 중의 하나인 것은?

① 바이러스 마케팅

- ② 패션 마케팅
③ 관계 마케팅
④ 니치 마케팅

3. 아웃바운드 텔레마케팅 시 핵심사항으로 거리가 먼 것은?

- ① 주 고객층의 목록 또는 DB를 확보하여 적극적인 TM에 활용하여야 한다.
② 텔레마케터 등에 대한 조직관리와 고객관리 전략수립이 뛰어나고 노련한 슈퍼바이저와 매니저가 있어야 한다.

③ 자질을 갖춘 텔레마케터를 통해 회사는 어떠한 상품인지 선정하여 판매를 해야 경쟁에서 살아남을 수 있다.

- ④ 정교한 스크립트를 작성하여 고객의 니즈별, 심리적 상황에 따라 적절히 응대하여야 한다.

4. 다음 설명에 해당되는 제품의 수명주기는?

- 판매량의 평준화
- 매우 강력한 경쟁
- 독특한 세분시장
- 산업내 브랜드 등가(Parity)
- 경쟁력이 약한 기업의 도태

- ① 도입기
② 성장기
③ 성숙기
④ 쇠퇴기

5. 자사의 제품이나 서비스를 알고는 있으나, 아직 구매행동으로까지 연결되지 않았고 마케팅이나 접촉활동을 전개하면 실질적인 고객으로 가능하다고 예상되는 고객을 무엇이라고 하는가?

- ① 비활동고객
② 로열티고객
③ 단골고객
④ 가망고객

6. 다음 중 제품의 가격결정시 고가 전략이 적합한 경우는?

- ① 규모의 경제효과를 통한 이득이 미미할 때
② 시장수요의 가격탄력성이 높을 때
③ 원가 우위를 확보하고 있어 경쟁기업이 자사 제품의 가격만큼 낮추기 힘들 때
④ 시장에서 경쟁자의 수가 많을 것으로 예상될 때

7. 인구통계학적 변수로 거리가 먼 것은?

- ① 연령
② 성 별
③ 지역
④ 사회계층

8. 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 기준 값이 존재한다.
④ 서비스 품질은 고객이 기대하는 기대 수준 대비 고객이 느끼는 성과에 의해 측정된다.

9. 생산자와 재판매업자가 적극적인 광고와 인적판매를 이용하여 촉진해야 하는 소비재 유형은?

- ① 편의품
② 선매품
③ 전문품
④ 비탐색품

10. 다음은 어떤 가격조정전략에 해당하는가?

A대형마트에서는 B사의 오디오 제품 가격을 300,000원에서 299,000원으로 조정하였다.

- ① 세분화 가격결정
- ② 심리적 가격결정
- ③ 촉진적 가격결정
- ④ 지리적 가격결정

11. 다음은 브랜드의 어떤 특성을 보여주는 것인가?

한 연구에 따르면 고객의 72%가 자신이 선택한 브랜드와 가장 가깝게 경쟁하는 브랜드보다 20% 더 비싼 가격을 지불하는 것으로 나타났다. 또한 이들 중 40%는 50% 더 비싼 가격을 기꺼이 지불 하려는 것으로 나타났다.

- ① 대중성(Popularity)
- ② 가격(Price)
- ③ 명성(Reputation)
- ④ 자산(Equity)

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

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

13. 고객과의 커뮤니케이션에 초점을 맞춘 분석으로 고객과 기업 간의 접촉, 횟수, 금액사용 등의 고객 분석은?

- ① 고객평생가치분석
- ② RFM분석
- ③ 손익분기분석
- ④ ROI(Return On Investment)분석

14. 다음 중 아웃바운드 텔레마케팅 전용상품의 요건으로 맞는 것은?

- ① 고가의 상품
- ② 소비자들에 덜 알려진 신제품
- ③ 소비자들의 인식보다 앞서는 기술혁신상품
- ④ 표준화된 상품

15. 제품의 분류 중 전문품의 특성에 해당하지 않는 것은?

- ① 대체품이 존재하지 않고 브랜드 인지도가 높다.
- ② 소비자가 품질, 가격, 색상, 디자인을 중심으로 대체상품을 비교한 후 선택하는 성향의 제품이다.
- ③ 일반적으로 고가격 정책을 유지한다.
- ④ 명품으로 유명 디자이너의 상품, 의상, 미술작품 등이 해당된다.

16. 다음 중 데이터베이스 마케팅 활용 절차를 바르게 나열한 것은?

- A. 고객데이터 수집
- B. 유형별 고객 분류 및 데이터베이스화
- C. 마케팅 전략과 시스템의 일치화
- D. 고객집단별 특성 추출
- E. 변수 분석
- F. 개별고객에 특화된 상품 및 서비스제공

- ① A → B → C → D → E → F
- ② B → A → C → E → D → F
- ③ C → B → A → F → E → D
- ④ D → A → C → B → E → F

17. 다음 () 안에 들어갈 내용으로 알맞은 것은?

가격결정 정책을 수립할 때 판매자는 반드시 활용가능한 가격책정의 조건들을 모두 고려해야만 한다. 고객의 수요에 대한 고려는 부과할 수 있는 최대한의 ()가(이) 된다.

- ① 변동비
- ② 원가경쟁
- ③ 가격상한선
- ④ 가격의 범위

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

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

19. 로열티 고객이 가져다주는 이점으로 적절치 않은 것은?

- ① 고객관리 유지비용이 절감된다. 그리고 기본적으로 제품 및 서비스의 누계이익 기여도가 높아지고 불평, 불만, A/S 건수가 줄어든다.
- ② 추천성이 높아 고객창출이 용이해진다. 고객확보의 매력은 기존고객이 자사에 제품 및 서비스를 다른 잠재고객에게 추천함으로써 새로운 로열티 고객을 창출할 수 있다는 점이다.
- ③ 특정인의 이름이나 직위 등 입수된 정보를 활용하여 커뮤 니케이션을 시도하며, 접촉하는 개개인에 따라 각기 다른 메시지를 전달할 수 있다.
- ④ 자사 제품과 서비스를 구입하여 애용해 주는 로열티 고객 의 사전기대를 정확하게 파악하고 끊임없이 이를 상회하는 제품과 서비스를 제공할 수도 있다.

20. 아웃바운드 텔레마케팅의 활동내용과 거리가 먼 것은?

- ① 신규회원가입유치
- ② 기존고객에 대한 교차판매
- ③ Q&A에 의한 정형적 응답
- ④ 우량고객에 대한 리마인드 콜(Remind Call)

21. 소비자의 구매의사결정 과정으로 맞는 것은?

- ① 정보탐색 → 문제인식 → 대안의 평가 및 선택 → 구매 → 구매 후 행동
- ② 대안의 평가 및 선택 → 문제인식 → 정보탐색 → 구매 → 구매 후 행동
- ③ 문제인식 → 대안의 평가 및 선택 → 정보탐색 → 구매 → 구매 후 행동
- ④ 문제인식 → 정보탐색 → 대안의 평가 및 선택 → 구매 → 구매 후 행동

22. 아웃바운드 텔레마케팅을 시도할 때의 유의사항으로 적절하지 않은 것은?

- ① 고객에게 전화를 건 목적과 이유를 먼저 말하면 콜이 중 단될 우려가 많으므로 일단 홍보 후 그 이유를 설명하는 것이 바람직하다.
- ② 고객은 이익에 민감하므로 콜을 경청하면 틀림없이 이익을 얻을 수 있다는 확신을 주는 것이 중요하다.
- ③ 제품이나 서비스에 대한 설명 시 주가 되는 상품을 먼저 소개하고 다음에 부수적인 상품을 소개하는 것이 좋다.
- ④ 고객이 구매 등의 행동을 하도록 유도해야 한다.

23. 효과적인 시장세분화의 기준으로 거리가 먼 것은?

- ① 측정가능성(Measurable)
- ② 접근가능성(Accessible)
- ③ 이윤성(Profitability)
- ④ 실질성(Substantial)

24. 기업의 내적 강점과 약점, 그리고 외부위협과 기회를 자세히 평가하는 데 사용할 수 있는 기법은?

- ① SWOT 분석
- ② 시장세분화
- ③ 전략적 관리
- ④ 수익성 분석

25. 다음 중 기업의 일반적인 포지셔닝 전략수립 단계를 순서대로

- A. 소비자 분석
- B. 경쟁자 확인
- C. 경쟁제품의 포지션 분석
- D. 자사제품의 포지셔닝 개발
- E. 포지션 확인
- F. 재포지셔닝

바르게 나열한 것은?

- ① A → B → C → D → E → F
- ② A → B → D → C → E → F
- ③ A → C → B → D → E → F
- ④ A → B → C → D → F → E

【2과목】 시장조사 (25문제)

26. 다음 중 획득하고자 하는 정보의 내용을 결정한 이후 이루어져야 할 질문지 작성과정을 바르게 나열한 것은?

- A. 자료수집방법의 결정
- B. 질문내용의 결정
- C. 질문형태의 결정
- D. 질문순서의 결정

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

27. 다음은 마케팅조사의 어느 단계에 해당하는가?

장난감회사의 조사자들이 어린이들이 자사에서 생산하는 장난감을 좋아할 것인지를 알아보기 위해 질문을 하고 있다.

- ① 표적시장의 결정
- ② 적절한 정보의 수집
- ③ 문제의 정의
- ④ 조사계획의 수립

28. 예비조사와 사전조사를 잘못 설명하고 있는 것은?

- ① 예비조사는 탐색적인 조사의 성격을 가지고 있다.
- ② 사전조사는 설문지 작성 초기단계에 예비조사는 설문지를 작성한 후에 실시한다.
- ③ 사전조사는 설문지 작성과정에서 발생한 오류를 점검하기 위한 조사이다.
- ④ 예비조사를 통해 조사문제 규명 및 가설을 명백화 한다.

29. 시장조사를 위한 면접조사의 특성으로 틀린 것은?

- ① 커뮤니케이션에 전문 능력을 가진 진행자의 역할이 중요하다.
- ② 형식적이고 정형화된 절차를 통해 정보를 수집한다.
- ③ 여유를 갖고 깊고 풍부한 정보를 수집할 수 있다.
- ④ 마케팅 조사에서 그 활용 빈도가 높아지고 있다.

30. 자료를 수집할 때 사용될 수 있는 방법 중 시간이 적게 들고, 면접자에 대한 감독이 용이하고, 컴퓨터 기술사용이 가능한 조사 방법은?

- ① 개별면접조사
- ② 전화조사
- ③ 우편조사
- ④ 패널조사

31. 시장조사 시 주로 사전조사에 사용하는 자료는?

- ① 1차 자료
- ② 현장자료
- ③ 2차 자료
- ④ 실사자료

32. 시장조사의 절차를 계획, 실시, 분석과 보고 3단계로 구분할 때, 실시에 해당하는 것은?

- ① 코딩
- ② 편집
- ③ 설문지 설계
- ④ 조사계획의 수립

33. 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

34. 측정의 신뢰성을 향상시킬 수 있는 방법으로 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 설문지의 문항별 설명을 명확히 하여 응답자별로 해석상의 차이가 발생하지 않도록 한다.
- ② 조사원들에 대한 교육을 강화하여 설문을 명확히 이해하도록 하고, 질문 방식 등을 표준화시킨다.
- ③ 성의가 없거나 일관성 없게 응답한 경우 설문지 자체를 폐기시킴으로써 위험요소를 없앤다.
- ④ 중요한 질문의 경우 반복 질문을 피함으로써 혼선을 피한다.

35. 실험연구에 가장 적합한 인과관계 추론방법이라고 할 수 있는 것은?

- ① 차이법
- ② 일치법
- ③ 잉여법
- ④ 공변법

36. 다음 설문지 내용 분석 시 설문지 작성 원칙에 가장 위배되는 사항은?

[귀하가 공중목욕탕에서 사용하는 물의 사용량이 어떻다고 생각하십니까?]

1. 매우 많이 씀
2. 많이 쓰는 편
3. 보통
4. 매우 적게 쓰는 편
5. 적게 씀

① 응답자를 비하하거나 무시하는 표현의 금지

② 응답하기 곤란한 질문을 간접적으로 질문

③ 특정사실을 가정한 질문 금지

④ 유도 또는 강요하는 표현 금지

37. 다음 중 탐색조사의 종류에 해당하지 않는 것은?

① 문헌조사

② 전문가의견조사

③ 실험조사

④ 사례조사

38. 조사항목 선정에서 지켜야 할 원칙으로 부적합한 것은?

① 조사에 직접 관련되는 항목만을 선정해야 한다.

② 응답하기 곤란한 문항도 반드시 포함시킨다.

③ 조사항목의 수는 최소한에 그쳐야 효율적이다.

④ 통계조사의 경우는 자료처리나 통계를 염두에 두어야 한다.

39. 측정의 수준에 따라 4가지 종류의 척도로 구분할 때, 가장 적은 정보를 갖는 척도부터 가장 많은 정보를 갖는 척도를 순서대로 나열한 것은?

① 명목척도, 비율척도, 등간척도, 서열척도

② 서열척도, 명목척도, 등간척도, 비율척도

③ 명목척도, 서열척도, 등간척도, 비율척도

④ 명목척도, 서열척도, 비율척도, 등간척도

40. FGI(Focus Group Interview)조사 방법에 관한 설명으로 가장 적합한 것은?

① 면접 조사의 한 방법이다.

② 연령별, 지역별로 실시하는 전화 조사의 한 방법이다.

③ 표적 집단과 관계없이 불특정 다수를 대상으로 하는 조사 방법이다.

④ 표적 집단에 대한 전화 조사의 한 방법이다.

41. 인구 통계학적 질문으로 거리가 먼 것은?

① 성 별

② 나 이

③ 선호하는 취미

④ 학 력

42. 시장조사 시 조사자가 지켜야 할 사항과 가장 거리가 먼 것은?

① 조사 대상자의 존엄성과 사적인 권리를 존중해야 한다.

② 조사결과는 성실하고 정확하게 보고하여야 한다.

③ 자료의 신뢰성과 객관성을 확보하기 위해 자료원 보호는 반드시 배제하여야 한다.

④ 조사의 목적을 성실히 수행하여야 하며, 조사결과의 왜곡, 축소 등은 회피하여야 한다.

43. 우리는 조사하고자 하는 모든 속성은 측정을 거치기 이전에는 추상적인 상태로 표현되어 있다. 이렇게 추상적인 개념만으로는 실제 현상 속에서 관찰하거나 측정할 수 없다. 따라서 실제 관찰 가능한(측정 가능한, 숫자를 부여할 수 있는) 상태로 정의하는 것은?

① 조작정 정의

② 개념적 정의

③ 척도에 대한 정의

④ 자료에 대한 정의

44. 존 스튜어트 밀(Mill)은 현상 또는 변인들 간의 인과관계를 추론하기 위한 세 가지 방법을 제안하였다. 다음 중 인과관계를 추론하기 위한 세 가지 방법에 속하지 않는 것은?

① 일반화(Generalization) 방법

② 일치(Agreement) 방법

③ 차이(Difference) 방법

④ 동시변화(Concomitant Variation) 방법

45. 어떤 정보를 얻기 위해서 연구대상으로 선정된 집단 전체를 무엇이라 하는가?

① 확 률

② 추출률

③ 표 본

④ 모집단

46. 다음에 나타나는 측정상의 주요 문제점은?

마동 100명의 몸무게를, 실제 몸무게보다 항상 1kg이 더 나오는 불량 체중기를 사용하여 측정한다.

① 타당성이 없다.

② 대표성이 없다.

③ 안전성이 없다.

④ 일관성이 없다.

47. 개방형 질문에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 질문에 대하여 자유롭고 제한받지 않고 응답할 수 있다.

② Pilot Study 또는 탐색적 조사에 쓰인다.

③ 대규모 조사에 적합하다.

④ 응답자에게 폐쇄형 질문보다 더 심리적 부담을 준다.

48. 시장조사의 용어에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 코딩이란 각각의 질문에 응답한 결과를 보통 숫자로 변환하는 과정을 말한다.

② 신뢰수준이란 신뢰구간이 모집단의 모수를 포함하는 확률을 말한다.

③ 독립변수란 종속변수의 결과로 측정된 변수를 말한다.

④ 가중치란 각각의 데이터에 대하여 서로의 상관관계를 고려하여 적용된다.

49. 관찰을 통한 자료수집의 장점으로 옳은 것은?

① 조사자가 관심을 보이는 유형을 다양하게 얻을 수 있다.

② 신속하게 자료를 수집할 수 있다.

③ 자료 수집방법이 보다 객관적이고 정확하다.

④ 조사비용이 가장 적게 든다.

50. 광화문 광장 신설에 대한 서울시민들의 의견을 조사하기 위하여 설문지를 우편으로 보내서 자료를 수집하기로 하였다. 이러한 경우에 설문지의 회수율을 높이기 위하여 사용할 수 있는 방법 중 가장 거리가 먼 것은?

① 설문지 응답자 중 추첨을 통해 선물을 보내드린다는 사실을 적어서 설문지와 함께 보낸다.

② 설문 내용에 하나라도 체크가 되지 않은 부분이 있다면 응답자에게 다시 발송됨을 설문지에 명기한다.

③ 설문 조사에 대한 시민 참여를 극대화하기 위해 대중매체를 이용하여 홍보를 지속적으로 한다.

④ 설문지를 다 작성하여 우편을 보낸 모든 응답자에게 서울시에서 제공하는 편의시설 이용권을 발송해 준다.

【3과목】 텔레마케팅관리 (25문제)

51. 콜센터에서 성공한 관리자의 속성으로 틀린 것은?

① 기업의 목적과 콜센터의 목적을 일치시킨다.

② 콜센터의 관리는 내·외부의 측정요소에 대한 즉각적인 접근을 필요로 한다는 것을 이해한다.

③ 교육 훈련에 소요되는 비용을 없애기 위해 노력한다.

④ 서비스의 양만이 아닌 서비스의 질을 강조한다.

52. 텔레마케터의 능력개발을 위한 교육방법으로 부적합한 것은?

① 신상품이 출시될 경우 스크립트를 개발하여 제공한다.

② 정기적인 모니터링을 통해 개인별 코칭을 실시한다.

③ 상담실습 및 훈련과정보다 업무지식습득에 초점을 맞추어야 한다.

④ 업무에 따른 표준 매뉴얼을 제공한다.

53. 다음과 같은 업무를 수행하는 사람은?

텔레마케팅 업무가 효율적으로 운영되도록 지휘, 지도를 하며 교육을 직접 담당하는 경우가 많으므로 강의기법, 교육매뉴얼 연구도 뛰어나야 한다. 또한 텔레마케팅 판촉전개, 스크립트 작성, 고객리스트 관리 등 텔레마케팅 수행의 실질적인 관리자이다.

① 경영자

② 고객

③ 슈퍼바이저

④ 텔레마케터

54. 서비스 효율 관리 지표의 정의로 맞는 것은?

① 인당 처리 콜 수는 상담원이 1일 처리한 상담처리 콜 수를 의미한다.

② 평균 통화 시간은 상담원이 고객과의 통화와 후처리를 하고 다음 상담을 대기하기까지의 평균시간을 말한다.

③ 통화 중 대기 시간은 고객이 상담원과 통화를 하기 위해 기다리는 시간을 의미한다.

④ 시간당 처리 콜 수는 상담원이 시간당 처리 가능한 예측 콜 수를 의미한다.

55. 인바운드 콜센터의 콜량 예측을 위한 지표 설명으로 틀린 것은?

- ① 서비스레벨 - 기준목표시간 내 응답한 콜의 비율
- ② 평균통화처리시간 - 평균통화시간과 평균마무리처리시간을 합한 것
- ③ 총매출액 - 일정기간 동안 텔레마케팅을 실시한 결과 발생한 총매출액
- ④ 평균통화시간 - 상담원이 고객 한 사람과의 상담에 소요되는 평균적인 시간

56. 콜센터 이용고객의 서비스 만족도를 측정하기에 적합하지 않은 것은?

- ① 고객별 유형
- ② 평균 포기비율
- ③ 평균 응대시간
- ④ 통화품질평가

57. CTI(Computer Telephony Integration)시스템에서 측정가능한 성과지표로 틀린 것은?

- ① 서비스 레벨
- ② 평균통화시간
- ③ 통화품질 만족도
- ④ 통화 포기율

58. 콜센터의 효율적 성과관리 원칙으로 거리가 먼 것은?

- ① 콜센터 성과지표를 사업목표와 연계
- ② 객관적이고 투명한 평가기반 마련
- ③ 성과결과에 대한 중간 점검
- ④ 평가결과에 대한 철저한 비밀보장

59. 콜센터의 성과향상을 위한 보상계획을 수립할 때 고려해야 할 사항으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 지속적이고 일관성 있는 보상계획을 수립해야 한다.
- ② 달성 가능한 목표수준을 고려해야 한다.
- ③ 직원을 참여시켜야 한다.
- ④ 팀보다 개인의 성과에 초점을 맞추어야 한다.

60. 콜센터에서 이용가능한 회선수가 충분치 않아 차단된 통화율을 의미하는 것은?

- ① Blocking Rate
- ② Busy Hour Traffic Rate
- ③ Recall Factor Rate
- ④ Down Call Rate



전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)

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

61. 텔레마케팅에 대한 설명으로 가장 적합한 것은?

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

62. 상담원이 자신이 맡은 직무를 수행하는 데 한 가지 직무에 수반되는 과업의 수나 종류를 늘리는 것은?

- ① 직무확대
- ② 직무몰입
- ③ 직무평가
- ④ 직무만족

63. 텔레마케팅 관련 용어 중 QA의 바른 의미는?

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

64. 콜센터 문화에 영향을 미치는 개인적 요인에 해당하는 것은?

- ① 행정당국의 제도적 지원
- ② 상담원의 근로선택의 자유
- ③ 상담원에 대한 직업의 매력도
- ④ 전문직으로서의 자기개발

65. 교육훈련의 전달방법을 결정하는 요인과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 비용
- ② 학습내용
- ③ 학습자의 선호도
- ④ 교육프로그램 개발자의 수준

66. 인바운드 콜센터의 정화상담 시 중요사항으로 맞는 것은?

① 고객문의 내용파악

② 통화가능여부 확인

③ 전화건 목적 설명

④ 통화상대방 확인

67. 콜센터 운영 시 고려해야 할 사항으로 틀린 것은?

① 주요 대상고객의 데이터 확보와 관리방안이 필요함

② 직원 채용방법과 관리방안 마련이 필요함

③ 콜센터 운영에 따른 지속적 비용관리가 필요함

④ 초기운영은 전화 채널만을 이용하는 것이 바람직함

68. 스크립트를 작성하는 목적으로 틀린 것은?

① 균등한 대화를 사용하여 정확한 효과를 측정하고 효율적인 운영체제를 구축한다.

② 통화의 목적과 어떻게 대화를 이끌어 갈 것인가의 방향을 잡아준다.

③ 텔레마케터가 주관적으로 상담하기 위해서 작성한다.

④ 상담원의 능력과 수준을 일정수준 이상으로 유지시켜 준다.

69. OJT(On the Job Training)의 설명으로 틀린 것은?

① OJT는 사내직업훈련이다.

② OJT 리더는 피교육자의 문제점, 건의사항을 수렴한다.

③ 실무에 투입되기 전 평가결과에 대해 피드백 한다.

④ 현장적응 훈련이다.

70. 다음 교육훈련과정개발을 위한 교수모형설계의 5단계 중 () 안에 들어갈 알맞은 것은?

() → 설계 → 개발 → 실행 → 평가

① 전략

② 분석

③ 목표설정

④ 피드백

71. 텔레마케팅 적용분야 중 업무의 복잡도가 가장 큰 분야는?

① 주문접수

② 고객센터

③ 판매지원

④ 고객관계관리

72. 상담원에 대한 코칭의 목적이 아닌 것은?

① 상담사의 현재수준인식과 목표관리

② 감독 일원화 및 전문화의 원칙 학습

③ 상담원의 역할 인식과 업무 집중화

④ 집중적인 학습과 상담품질 향상

73. 리더십 특성 이론에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 리더의 개인적 자질에 의해 리더십의 성공이 좌우된다고 가정한다.

② 유능한 리더는 지적 능력, 성격, 신체적 조건 등에서 탁월해야 한다고 보았다.

③ 우수한 리더 확보를 위해 선발에만 의존하지 않고 훈련 프로그램을 통해서도 양성할 수 있다고 보았다.

④ 개인적 특성이 리더십 발휘능력과 상관관계가 있다는 일관된 증거가 존재하지 않아 한계를 가지는 이론이라고 할 수 있다.

74. 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.

75. 다음이 설명하고 있는 현상으로 맞는 것은?

콜센터의 근무조건의 변화, 약간의 급여차이, 업무의 난이도, 복리후생정책 차이나 비교정보를 획득했을 때 심리변화와 태도변화를 일으켜 조금이라도 자신에게 유리한 콜센터로 근무지를 옮기는 현상이다.

① 한우리 문화

② 유리벽

③ 콜센터 바이러스

④ 철새동지

【4과목】 고객응대 (25문제)

76. 의사소통(Communication)에 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.

77. 불만고객에 대한 상담원의 클레임 처리방법으로 틀린 것은?

- ① 고객에게 정중하게 사과하기
- ② 고객과 함께 협력하여 문제 해결하기
- ③ 회사의 입장을 정당화 할 수 있는 논리를 제시하기
- ④ 고객에게 도움이 될 수 있는 최선의 대안 찾기

78. 고객 상담의 필요성을 증가시키는 요인으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자불만과 소비자피해의 양적 증가
- ② 소비생활의 복잡화와 다양화
- ③ 소비자권리에 대한 소비자 의식 상승
- ④ 제품수요 대비 공급부족 현상 심화

79. 폐쇄형 질문에 대한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 응답자의 충분한 의견을 반영할 수 있다.
- ② 예/아니오 등의 단답을 이끌어 내는 질문기법이다.
- ③ 문제해결에 도움을 줄 수 있는 방법을 구상하면서 고객의 욕구사항을 파악하는 질문기법이다.
- ④ 응답자가 주관식으로 답변을 할 수 있는 질문기법이다.

80. 행동유형별 특성에 대한 응대법 중 바른 것은?

- ① 추진형은 편안하고 친근감 있게 대한다.
- ② 표현형은 요점만을 제시하고 결정은 스스로 내리게 한다.
- ③ 온화형은 관심을 갖는 시간이 짧기 때문에 흥미를 잃지 않도록 유의한다.
- ④ 분석형은 자료를 제시하고 애매한 일반화는 피한다.

81. 다음 중 친밀감(Rapport) 형성에 관한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 고객에게 슬픈 감정을 유도하는 기법이다.
- ② 가망고객을 진찰하듯 탐색하는 기법이다.
- ③ 품위를 지키는 프로다운 자세를 느끼도록 하는 기법이다.
- ④ 고객에게 신뢰감을 느끼도록 하는 기법이다.

82. 다음 중 조직 측면에서의 CRM 성공요인에 해당하지 않는 것은?

- ① 최고경영자의 관심과 지원
- ② 고객 및 정보 지향적 기업문화
- ③ 전문 인력 확보
- ④ 데이터 통합수준

83. 커뮤니케이션의 원칙이 아닌 것은?

- ① 커뮤니케이션은 신뢰성을 중시한다.
- ② 커뮤니케이션은 메시지를 통해 내용을 전달한다.
- ③ 커뮤니케이션은 수신자에게 유용한 경로로 접촉한다.
- ④ 커뮤니케이션은 1회성의 성격을 띤다.

84. 다음 중 고객의 반론극복을 위한 순서로 적합한 것은?

- ① 공감 → 탐색 → 이점부각 → 동의
- ② 탐색 → 공감 → 이점부각 → 동의
- ③ 공감 → 탐색 → 동의 → 이점부각
- ④ 탐색 → 공감 → 동의 → 이점부각

85. CRM에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① CRM은 고객점유율보다 시장점유율을 중시한다.
- ② CRM은 고객과 일대일관계를 중시한다.
- ③ CRM은 통합된 멀티채널을 활용한다.
- ④ CRM은 상호적 서비스를 제공한다.

86. 고객 특성에 따른 고객응대로 적절하지 않은 것은?

- 과장되게 말을 잘하는 사람은 콤플렉스를 감추고 있는 사
- ① 램으로 어디까지가 진의인지 파악하고 말보다 객관적인 자료로 대응하는 것이 적합하다.
- ② 빈정거리기를 잘하는 사람은 열등감과 허영심이 강한 사람이므로 자존심을 존중해 주면서 대한다.
- ③ 생각에 생각을 거듭하는 사람은 신중하나 판단력이 부족하므로 먼저 결론을 내는 화법이 적절하다.
- ④ 말의 허리를 자르는 사람은 이기적 성격의 소유자로 반론하지 말고 질문식 설득화법으로 대응한다.

87. FAQ(Frequently Asked Question) 작성시 유의해야 할 점이 아닌 것은?

① FAQ는 전문적이고 고도화된 답변만을 엄선하여 올린다.

② FAQ는 반복적이고 잦은 질의응답에 대해서 답변하는 응답코너를 제시한다.

③ FAQ는 네티즌이나 고객이 쉽게 이해할 수 있도록 분류하여 제시하면 더욱 효과적이다.

④ FAQ는 적절한 질문, 부적절한 질문 등의 검증을 거쳐 등록한다.

88. 다음의 고객관련 내용을 토대로 고객의 커뮤니케이션 유형을 진단할 때 이 고객과의 상담을 성공적으로 이끌기 위해 표현되는 응대화법으로 가장 적절한 것은?

고객 : 그 회사 상품 중 몇 가지 구입하고 싶은 게 있어서 전화했어요...,
물건을 빨리 받아 봤으면 좋겠어요...,
그런데 저는 전화로 신용카드번호를 불러 주고 결제하는 건 좀 내키지 않는데...,

"카드 결제가 가장 빠르지만 내키지 않으시면 온라인으로 송금을 해주시거나 직접 방문하셔서 구입하시는 방법도 있습니다."

① 로 송금을 해주시거나 직접 방문하셔서 구입하시는 방법도 있습니다."

"다른 방법은 전화주문만큼 빠르지 않습니다. 카드결제를 하셔야 빨리 상품을 받으실 수 있으니 카드결제를 하시기 바랍니다."

③ "요즘은 거의 모든 고객들이 전화로 신용카드 번호를 불러주십니다. 문제없습니다."

④ "그러면 좀 더 생각해 보시고 다시 전화 주시기 바랍니다."

89. 다음 CRM 시스템의 구성요소 중 고객정보 분석부문에 해당하는 것은?

① 채널 관리자

② 로직 저장소

③ 의사결정 지원도구

④ 콜 분배기

90. 다음 중 CRM을 통한 기업의 핵심과제로 가장 거리가 먼 것은?

① 특정사업에 적합한 소비자 가치를 규명한다.

② 각 고객집단이 가진 가치의 상대적 중요성을 인지한다.

③ 고객에 대한 이해를 바탕으로 시스템을 구축한다.

④ 기업이 원하는 방법으로 고객가치를 충족한다.

91. 성공하는 텔레마케터가 되기 위해 가져야 할 태도로 적합하지 않은 것은?

① 항상 고객의 문제를 도와주고 해결해주는 전문가라는 자긍심을 갖는다.

② "고객과의 약속은 반드시 지킨다."라는 철학을 갖고 업무에 임한다.

③ 자신의 상담능력을 향상시키기 위해 자기개발에 최선을 다한다.

고객불만의 수용과 처리에 있어 상담자 자신의 권한이 제한되어 있으므로 실제적인 처리보다는 일차적인 응대에만 최선을 다한다.

92. 비언어적 의사소통에서 사람이 무의식적으로 다른 사람과 상호작용을 할 때 사용하는 영역에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 친밀한 거리의 영역은 연인이나 가까운 친구, 부모에게 안겨있는 어린아이 사이에서 찾아볼 수 있다.

② 개인적 거리의 영역은 파티에서 편안하게 이야기할 수 있고 파트너와 쉽게 접촉할 수 있는 거리이다.

대중적 거리의 영역은 접촉이 없이 비교적 사적인 이야기들을 주고받을 수 있는 절친한 직장동료 사이의 관계이다.

사회적 거리의 영역은 소비자나 서비스를 제공하는 사람에게 이야기할 때와 같이 주로 대인업무를 수행할 때 사용된다.

93. 주문접수 처리업무의 특성에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 편리한 주문접수처리 기능은 인바운드 텔레마케팅의 대표적인 업무이다.

② 통화성공률을 높이는 것이 절대적으로 요구된다.

③ 대금결제의 안정성 보장을 위해 VAN사업자를 통한 업무 제휴가 필요하다.

④ 전산으로 처리되는 업무가 증가하고 있기 때문에 상담사 교육의 중요성은 과거보다 감소되고 있다.

94. 음성에 대한 설명으로 바르지 않은 것은?

① 고저 강약 - 지나치게 힘이 들어가면 역효과를 낼 수 있다.

② 말의 속도 - 일반 대화보다 약간 빠른 정도가 좋다.

③ 억양 - 여러 가지 감정을 나타낼 수 있다.

④ 말의 끊어 읽기 - 신속한 응대를 위해 가급적 사용하지 않는다.

95. 고객생애가치를 평가하기 위해 필요한 세부 구성요소가 아닌 것은?

- ① 할인율
- ② 공헌마진
- ③ 마케팅비용

④ 고객추천가치

96. 고객에게 긍정적인 이미지를 심어주기 위한 텔레마케터의 능력과 관련이 없는 것은?

- ① 자신감
- ② 전문성
- ③ 신뢰감

④ 우월감

97. 고객응대시 요구되는 지식 중 구매고객층, 구매목적, 구매시기 등의 내용이 포함된 것은?

- ① 고객시장에 관한 지식

② 고객의 구매심리에 관한 지식

- ③ 제품 및 서비스 지식

- ④ 생산, 유통과정과 품질에 관한 지식

98. 메타그룹의 산업보고서에서 처음 제안된 CRM시스템 아키텍처의 3가지 구성요소 중 운영적 CRM의 설명으로 맞는 것은?

① 프론트 오피스(Front Office)의 고객 접점, 마케팅 및 콜센터 고객서비스를 연계한 거래 업무를 지원한다.

② 운영업무에서 발생하는 데이터를 이용하여 마케팅 분석과 판매 분석 등의 작업을 지원한다.

③ 고객과 기업, 기업 내의 조직 간의 업무일원화와 커뮤니케이션을 목적으로 활동한다.

④ 상호 연관 서비스를 어플리케이션으로 고객과의 접점관리 및 지원활동을 한다.

99. 고객 상담시 구매로 유도할 수 있는 적극적인 질문기법으로 바람직하지 않은 것은?

① 고객이 확실히 원하는 것을 찾을 수 있는 질문을 한다.

② 상담사의 전문성을 강조한다.

③ 제품과 서비스에 관한 세부사항 등을 구체적으로 말한다.

④ 편견을 갖지 않고 상대방과 대화한다.

100. 효과적인 의사소통이 이루어지기 위해 지켜져야 하는 사항으로 틀린 것은?

① 의사소통의 목적을 파악하고 그 목적에 맞는 의사소통을 해야 한다.

② 의사소통시 최대한 많은 양의 정보를 제공하는 것이 좋다.

③ 서로 나누는 의사소통에 진실이 담겨 있어야 한다.

④ 서로에게 말하고자 하는 의도가 분명히 드러나도록 한다.