2014년08월17일년 텔레마케팅관리사 필기시험 기출문제 답안

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

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

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

【4과목 : 25문제】 고객응대	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85
	④	②	④	①	④	①	④	③	④	③
	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95
	④	①	②	④	③	③	④	②	③	②
	96	97	98	99	100					
	②	③	①	①	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.

CBT 기출문제

전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

【1과목】 판매관리 (25문제)

1. 고등학교 3학년에 재학 중인 학생이 향후 지원하고자 하는 대학교를 다음과 같이 평가했을 때의 설명으로 맞는 것은?

구 분	가중치	A 대학교	B 대학교	C 대학교
학교위치	10	10	10	10
수업료	9	10	10	9
입학조건	8	10	10	10
명 성	7	8	9	9
교육과정	6	10	8	8

① 보완적 접근법으로 학교를 선택하면 A 대학교를 선택하게 된다.

② 보완적 접근법으로 학교를 선택하면 B 대학교를 선택하게 된다.

③ 사전편집식 접근법으로 학교를 선택하면 A 대학교를 선택하게 된다.

④ 사전편집식 접근법으로 학교를 선택하면 C 대학교를 선택하게 된다.

2. 다음의 특징을 가지는 소비재 유형은?

- 소비자 구매행동 : 강력한 상표선호성과 충성도
- 유통 : 각 시장지역에 한두 개의 판매점으로 독점적인 유통

① 편의품

② 선매품

③ 전문품

④ 비탐색품

3. 인구통계학적 변수가 아닌 것은?

① 직 업

② 학 력

③ 상표애호도

④ 종 교

4. 중간상은 생산자와 사용자 사이에서 다양한 효용을 창출한다. 다음 중 중간상(유통경로)이 창출해 내는 효용이 아닌 것은?

① 장소적 효용

② 시간적 효용

③ 형태적 효용

④ 자금적 효용

5. 데이터베이스 마케팅에서 활용되는 고객자료를 데이터마이닝하는 과정을 순서대로 올바르게 나열한 것은?

A. 데이터마이닝	B. 해석 및 평가	C. 변 환
D. 문제정의	E. 선별/정제	F. 통 합

① A → B → C → D → E → F

② B → E → C → A → D → F

③ E → D → A → B → F → C

④ D → E → C → A → B → F

6. 판매촉진 전략에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 상품에 따라 촉진믹스의 성격이 달라진다.

② 마케팅 커뮤니케이션은 기업커뮤니케이션과 연계되어 있다.

③ 불황기에는 촉진활동보다 경로 및 가격설정전략이 중요하다.

④ 촉진의 본질은 소비자에 대한 정보의 전달에 있다.

7. 유통경로의 원칙에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 총 거래 수 최소화 원칙 - 유통경로를 설정할 때 중간상을 필요로 하는 원칙으로 이것은 거래의 총량을 줄여, 제조업자와 소비자 양측에게 실질적인 비용부담을 감소시키게 하는 원칙

② 집중저장의 원칙 - 제조업자가 물품을 대량으로 보관하게 하여 소매상의 보관 부담을 덜어주는 원칙

③ 분업의 원칙 - 중간상을 통해 유통에도 분업을 이루고자 하는 원칙

④ 변동비 우위의 원칙 - 중간상의 역할부담을 중시하여 결국에는 비용부담을 줄이는 원칙

8. A 대학교 인근에는 만리장성, 가야성, 고려성 등 다양한 중국음식점들이 있으며 모두 음식배달을 하고 있다. 이러한 상황에서 각 중국음식점들이 고려해야 할 가격결정방법으로 가장 적절한 것은?

① 수요를 토대로 한 가격책정

② 수익을 토대로 한 가격책정

③ 경쟁을 토대로 한 가격책정

④ 비용을 토대로 한 가격책정

9. 다음 중 기업이 새로운 상품을 개발하고 새로운 시장을 찾아나서야 하는 시장-제품전략으로 맞는 것은?

① 시장침투(Market Penetration)전략

② 시장개발(Market Development)전략

③ 제품개발(Product Development)전략

④ 다각화(Diversification)전략

10. 다음 설명에 해당하는 것은?

> 소비자 내 욕구의 변화, 상권 내 역학구조의 변화, 소매기업 내 각종 상황의 변화 등 요인에 의하여 그동안 유지해왔던 영업 방법상의 특징을 본질적으로 변화시킴으로써 상권의 범위와 내용, 그리고 목표 소비자를 새롭게 조정하는 활동이다.

① 재포지셔닝

② 티켓마케팅

③ 시장세분화

④ 제품차별화

11. STP 전략의 절차를 바르게 나열한 것은?

① 시장세분화 → 표적시장 선정 → 포지셔닝

② 표적시장 선정 → 시장세분화 → 포지셔닝

③ 포지셔닝→ 표적시장 선정 → 시장세분화

④ 시장세분화 → 포지셔닝 →표적시장 선정

12. 고객속성 데이터에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 주로 콜센터나 기업의 내부에서 직접 확보 또는 생성한 데이터베이스를 말한다.

② 외부 전문기관에서 구입한 명단, 제휴마케팅을 통해 획득한 데이터베이스를 말한다.

③ 고객이 지닌 고유속성으로 주소, 전화번호 등의 데이터를 의미한다.

④ 거래나 구매사실, 구매행동 결과로 나타나는 속성으로 회원가입일, 최초구매일, 연체 내역 등의 데이터를 말한다.

13. 다음 중 인바운드 텔레마케팅의 업무가 아닌 것은?

① 각종 문의·불만사항 대응

② 통신판매의 전화 접수

③ 앙케이트 조사

④ 광고에 대한 문의 설명

14. 다음 중 데이터베이스(Data Base) 마케팅에 대한 설명으로 맞는 것은?

① PC만을 이용하여 표준화된 제품으로 불특정 다수의 고객에 접근하는 마케팅이다.

② 대중매체를 통하여 전국적으로 대중에게 자사의 상표인지도를 높게 유지하는 것이다.

③ Database 마케팅은 VIP고객 리스트만을 이용한 마케팅 기법이다.

④ Database 마케팅에서 Database는 고객의 개인별 특성을 담고 있어야 한다.

15. 다음 중 잠재고객의 대상으로 거리가 먼 것은?

① 현재는 다른 경쟁업체를 이용하고 있으나 해당 기업의 제품이나 서비스에 대해 알고 있어 향후 자사 고객으로 확보할 수 있다고 판단되는 고객

② 특정 제품이나 서비스에 대해 문의를 하는 고객 또는 이 같은 고객이 자신의 신분이나 연락처를 밝히는 경우

③ 웹상에서 비록 회원가입은 하지 않았으나 자주 클릭하여 접촉을 하거나 하였다고 예측, 판단되는 고객

④ 회사에 리스크를 초래하였거나 신용상태, 가입자격 등이 미달되는 고객

16. 고객이 구매의사 결정 활동을 함에 있어 어려운 이유로 가장 거리가 먼 것은?

① 제품의 다양성, 기술의 진보, 제품의 복잡성, 소매시장 구조변화 등으로 구매활동이 복잡하고 선택할 상품이 많기 때문이다.

② 기술이 발달되어 제품의 품질, 안전, 성능에 대한 정보가 제한되어 있고 전문가의 도움이 필요하기 때문이다.

③ 동일상품도 다양한 가격형태를 보이고 있어 소비자는 더 낮은 가격에 더 좋은 품질의 제품을 구매하기 위하여 상당한 노력과 시간을 소비해야 하기 때문이다.

④ 현대인은 쇼핑할 시간이 없을 정도로 바빠서 합리적인 소비활동과 의사결정을 할 시간이 제한되기 때문이다.

17. 아웃바운드 텔레마케터에서 요구되는 개인적 자질로 보기 어려운 것은?

① 긍정적인 사고방식

② 맑고 생동감 있는 목소리

③ 뚜렷한 목표의식과 시간관리 능력

④ 고객의 거절이나 반론에 순응하는 자세

18. 아웃바운드 텔레마케팅에서 잠재고객을 구매고객으로 전환시키는 방법으로 볼 수 없는 것은?

① 고객을 이해시키고 실질적 혜택부여

② 조건 없는 가격할인을 통한 구매유도

③ 관심이 많은 고객을 집중적으로 설득

④ 고객과 텔레마케터 간 커뮤니케이션 강화

19. 다음이 설명하고 있는 마케팅 정보시스템의 종류는?

> 마케팅 업무를 수행하는 관리자들이 자료를 분석하고 또한 보다 나은 마케팅 실행을 위한 대안 마련은 물론 의사결정을 하는 데 도움이 될 수 있도록 이용할 수 있는 일종의 보조적인 하드웨어와 소프트웨어로 된 통계적 도구와 의사결정 모델을 말한다.

① 고객정보 시스템

② 마케팅 인텔리전스 시스템

③ 마케팅조사 시스템

④ 마케팅의사결정 지원시스템

20. 아웃바운드 판매상담시 고객과의 관계형성방법으로 가장 거리가 먼 것은?

① 고객과 이야기할 수 있는 공통적인 화제를 찾는다.

② 인사는 밝고 친근감 있게 한다.

③ 가벼운 첫인사 후 바로 본론으로 들어간다.

④ 고객의 신분에 맞는 존칭어를 활용한다.

21. 마케팅믹스의 정의로 가장 적합한 것은?

① 표적시장에서 마케팅목표를 달성하기 위하여 기업이 활용하는 마케팅 도구의 집합이다.

② 마케팅의 통제 불가능한 환경을 분석하는 것이다.

③ 인사, 재무, 생산, 조직을 통합하는 것이다.

④ 비영리마케팅을 추구하는 것이다.

22. 인바운드 텔레마케팅의 상담절차를 바르게 나열한 것은?

A. 상담준비	B. 고객니즈 파악
C. 문제해결	D. 종 결
E. 전화응답	F. 동의와 확인

① A → E → B → C → F → D

② A → B → E → C → F → D

③ A → E → B → F → C → D

④ A → B → C → E → F → D

23. 다음 중 유통경로의 설계과정을 바르게 나열한 것은?

① 고객욕구분석 → 유통경로의 목표설정 → 경로대안의 평가 → 주요 경로대안의 식별

② 고객욕구분석 → 유통경로의 목표설정 → 주요 경로대안의 식별 → 경로대안의 평가

③ 고객욕구분석 → 주요 경로대안의 식별 → 유통경로의 목표설정 → 경로대안의 평가

④ 고객욕구분석 → 주요 경로대안의 식별 → 경로대안의 평가 → 유통경로의 목표설정

24. 다음 중 자료의 수집을 위해 기업들은 다양한 조사방법을 활용할 수 있다. 이러한 조사방법들 중 “수집할 수 있는 자료의 양은 적지만, 조사의 소요시간이 빠르고 표본의 대표성이 높은” 조사방법은?

① 대인면접

② 전화조사

③ 우편조사

④ 방문조사

25. 표본추출방법 중 “모집단 내의 구성요소들이 표본으로 선정될 확률이 알려져 있어 조사자의 주관성을 배제할 수 있는 객관적인 방법”의 유형이 아닌 것은?

① 단순무작위표본추출

② 층화표본추출

③ 할당표본추출

④ 군집표본추출

【2과목】 시장조사 (25문제)

26. 다음은 조사연구를 설계하고 진행할 때 거쳐야하는 여러 가지 절차이다. 이러한 절차를 순서대로 올바르게 나열한 것은?

1. 연구설계	2. 연구문제 결정
3. 가설 설정	4. 표집방법 결정
5. 연구결과 해석	6. 자료의 코딩
7. 자료의 통계분석	8. 예비조사

① 3-2-1-4-6-8-5-7

② 3-2-4-1-8-6-5-7

③ 2-3-1-4-8-6-7-5

④ 2-3-4-1-6-8-7-5

27. 시장조사는 필요한 정보를 획득하고 이용하는 과학적인 절차로 볼 수 있다. 현대 기업이 지향해야 하는 시장조사의 궁극적 목표와 가장 가까운 것은?

① 이윤극대화

② 고객만족

③ 생산자와 조직의 이익

④ 시장의 확대

28. 탐색적 조사방법(Exploratory Research)에 해당하지 않는 것은?

① 관련분야의 문헌 조사

② 변수간의 인과관계 조사

③ 대표성을 지닌 대상자의 사례 조사

④ 특정분야의 전문가 의견 조사

29. 설문지 응답자의 권리를 보호하기 위한 사항으로 틀린 것은?

① 응답자에게는 조사면접에 꼭 참가해야 할 의무가 없다.

② 조사자는 응답자가 조사면접에 익숙하지 못하기 때문에 면접의도에 맞는 응답을 유도한다.

③ 조사자는 응답자에게 질문을 객관화함으로써 응답자의 사생활을 침해하지 말아야 한다.

④ 조사자는 응답자와 조사면접을 할 때 면접에 관한 세칙과 지시사항에 따라서 수행해야 한다.

30. 다음 사례에 해당되는 표본추출방법은?

> A 마트에서는 고객들이 영업시간 연장을 선호하는지 알고 싶어 한다. 해당 자료를 수집하기 위해, A 마트에서는 개정 후 처음으로 마트를 방문하는 100명의 고객에게 해당 내용을 물어봤다고 한다.

① 비확률표본추출

② 확률표본추출

③ 통계적 추론

④ 기준표본추출

31. 전수조사와 표본조사에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 전수조사는 정밀도에 중점을 두고 사용되며, 모든 부분을 전부 조사하는 것을 말한다.

② 표본조사는 부분조사라고도 한다.

③ 표본조사는 전수조사에 비해 인력과 시간 및 비용이 적게 든다.

④ 다면적으로 조사결과를 이용하려 할 때에는 표본조사를 한다.

32. 다음에 제시되어 있는 설문지 문항 중 잘못 작성된 것은?

> ① 귀하의 성별은?
> Ⓐ 남자 Ⓑ 여자
> ② 귀하의 자녀는 몇 명입니까?
> Ⓐ 없다 Ⓑ 1명 Ⓒ 2명 Ⓓ 3명 이상
> ③ 귀하의 월평균 수입은 어느 정도입니까?
> Ⓐ 100만원 미만
> Ⓑ 100만원 이상 ~ 200만원 미만
> Ⓒ 200만원 이상 ~ 300만원 미만
> Ⓓ 300만원 이상
> ④ 귀하의 월평균 용돈은?
> Ⓐ 20만원 이하
> Ⓑ 20만원 이상 ~ 30만원 이하
> Ⓒ 30만원 이상 ~ 40만원 이하
> Ⓓ 40만원 이상

① ①

② ②

③ ③

④ ④

33. 공개되어 있는 자료 중에서 필요한 정보를 모으는 가장 기초적인 시장조사방법은?

① 듣기조사

② 오픈 데이터의 수집

③ 관찰조사

④ 전화조사

34. 다음 질문지 작성순서가 맞게 나열된 것은?

> Ⓐ 질문용어의 선택
> Ⓑ 예비조사와 질문서의 보완
> Ⓒ 질문순서의 결정
> Ⓓ 질문서 작성의 예비조사
> Ⓔ 질문서의 구조와 질문내용의 파악
> Ⓕ 질문-응답형태의 선택

① Ⓐ → Ⓑ → Ⓒ → Ⓓ → Ⓔ → Ⓕ(A→B→C→D→E→F)

② Ⓒ → Ⓓ → Ⓔ → Ⓐ → Ⓑ → Ⓕ(C→D→E→A→B→F)

③ Ⓑ → Ⓐ → Ⓒ → Ⓓ → Ⓔ → Ⓕ(B→A→C→D→E→F)

④ Ⓓ → Ⓔ → Ⓕ → Ⓒ → Ⓐ → Ⓑ(D→E→F→C→A→B)

35. 다음이 설명하고 있는 것은?

> 면접조사시 응답자들이 어려운 질문항목에 부딪치게 되면 가능한 한 응답에서 비롯되는 심리적 부담감을 덜기 위해서 어떤 질문항목이건 여러 개의 응답이 제시되어 있다면 무조건 제일 첫 번째 응답을 주로 올바른 응답으로 기재하려는 경향

① 후광효과(Halo Effect)

② 1차정보효과(Primacy Effect)

③ 동조효과(Acquiescence Effect)

④ 최근정보효과(Recency Effect)

36. 조사자는 토론할 주제나 문제에 대해 설명을 하고 토론 및 면접의 형식을 통하여 주제에 대한 질문이나 토론을 이끌어가며 응답자의 반응을 기록하는 의사소통방법은?

① 대인면접법

② 전화면접법

③ 우편면접법

④ 인터넷면접

37. 측정대상간의 순서관계를 밝혀주는 척도로서, 측정대상을 특정한 속성으로 판단하여 측정대상 간의 대소나 높고 낮음 등의 순위를 부여해주는 척도는?

① 명목척도

② 서열척도

③ 등간척도

④ 비율척도

38. 다음이 설명하고 있는 것은?

> 일정기간 동안 구체적인 간격을 두고 정보를 제공하는 데 동의한 응답자의 표본을 지칭하는 말로서 조사에 응답하는 대가로 현금이나 선물, 쿠폰 등을 제공받는다. 이들은 최근 온라인 전문조사기관들을 통해 대규모로 구성된다.

① 모집단

② 모 델

③ 패 널

④ 판매자

39. 변인(Variable)에 대한 설명으로 거리가 먼 것은?

① 인과관계를 분석할 목적으로 수행되는 연구에서 원인이 되는 변인이 독립변인이다.

② 독립변인과 종속변인의 관계에서 직접적인 인과관계가 아닌 제3변인의 효과를 포함하는 경우의 제3변인이 중재변인이다.

③ 독립변인 이외에 종속변인에 영향을 주는 모든 변인이 매개변인이다.

④ 조작적 정의에 따라 관찰가능하고 측정 가능한 실체가 있는 변인이 관찰변인이다.

40. 다음 중 전화조사를 위한 표본추출방법에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 전화번호부를 활용할 때에는 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. 다음 중 내적타당도를 저해하는 요인이 아닌 것은?

① 특정사건의 영향

② 사전검사의 영향

③ 조사대상자의 차별적 선정

④ 반작용 효과(Reactive Effects)

42. 면접조사의 장점으로 옳지 않은 것은?

① 면접자가 응답자의 상황에 따라 대화분위기를 자연스럽게 조절할 수 있다.

② 대화를 통한 응답자의 적극적인 참여 유도가 가능하다.

③ 면접의 오류, 오해를 극소화할 수 있다.

④ 면접의 특성에 따라 즉석에서 대답할 수 없는 경우가 발생될 수 있다.

43. 설문지 질문문항의 작성방법으로 틀린 것은?

① 응답자가 이해하기 쉬운 표현을 사용하여야 한다.

② 한 질문에 한가지 이상의 질문을 통해 설문의 효율성을 높여야 한다.

③ 유도 또는 강요하는 표현을 금지하여야 한다.

④ 응답자가 대답하기 곤란한 질문들에 대해서는 직접적인 질문을 피하도록 한다.

44. 우편조사의 회수율을 높이기 위한 노력과 효율적인 비용측면에 대한 내용으로 거리가 가장 먼 것은?

① 예비조사를 통해 회수율을 사전예측하고 추가 계획을 수립한다.

② 설문지 발송 후 일정기간이 지나면 설문지와 반송봉투를 다시 발송한다.

③ 응답된 설문지에 대해 각종 이벤트에 참석할 수 있도록 기회를 제공한다.

④ 고객에게 우편을 보냄과 동시에 동일한 내용을 전화상으로 설명하여 고객의 이해를 돕는다.

45. 전화조사의 장점에 관한 설명으로 잘못된 것은?

① 개별면접 방법보다 시간과 비용 면에서 경제적이다.

② 심층조사가 가능하여 자료수집이 용이하다.

③ 응답자들이 면접자와의 대면적 조사방법에서 느끼는 불편감을 제거할 수 있다.

④ 조사자의 질문방법에 따라 조사결과에 영향을 미쳐 서로 다른 결과를 가져올 위험이 있다.

46. 다음 중 단순히 측정대상을 구분하기 위한 목적으로 숫자를 부여하는 데 사용되는 척도는?

① 명목척도

② 서열척도

③ 등간척도

④ 비율척도

47. 다음 중 척도법의 선택이 가장 적합한 것은?

① 광고인지도를 조사하기 위해 서열척도를 선택했다.

② 매출액을 조사하기 위해 명목척도를 선택했다.

③ 상품 선호 순위를 측정하기 위해 비율척도를 선택했다.

④ 주가지수를 조사하기 위해 등간척도를 선택했다.

48. 어떤 현상이나 변수의 원인이 무엇인가에 대한 해답 즉, 두 변수 간의 인과관계에 대한 해답을 얻기 위한 조사방법은?

① 분석법

② 관찰법

③ 탐색법

④ 실험법

49. 대구, 부산, 전주에 있는 주부들을 대상으로 자주 이용하는 대형마트를 단기간 내 조사 완료해야 할 때 가장 적합한 자료수집방법은?

① 방문조사

② 면접조사

③ 전화조사

④ 관찰조사

50. 집단뿐 아니라 개인 또는 추상적인 가치에 관해서 적용할 수 있으며, 집단 상호간의 거리를 측정하는 데 유용한 것은?

① 보가더스척도

② 거트만척도

③ 소시오메트리

④ 서스톤척도

【3과목】 텔레마케팅관리 (25문제)

51. 상담원에 대한 기본교육으로 가장 거리가 먼 것은?

① 회사에 대한 이해와 비전(Vision)

② 상담원에게 필요한 자질

③ 조직 및 인사관리

④ 테이프 녹음과 화법 연습

52. 텔레마케터의 역할로 거리가 먼 것은?

① 현장판매

② 통신판매

③ 시장조사

④ 대금회수

53. 고객의 전화가 상담사에게 연결되는 동시에 상담사의 컴퓨터 화면에 고객 정보가 나타나는 기능은?

① 스크린 팝(Screen Pop)

② 음성 사서함(Voice Mail)

③ 다이얼링(Dialing)

④ 라우팅(Routing)

54. 텔레마케팅의 특성에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 공중통신망을 이용한 소극적 마케팅이다.

② 데이터베이스 마케팅 중심으로 수행한다.

③ 시스템과 유기적으로 결합해야 한다.

④ 고객의 LTV(Life Time Value)를 존중한다.

55. OJT(On the Job Training)를 실시할 때 지켜야 할 원칙이 아닌 것은?

① 업무와 직접 관련된 교육을 실시한다.

② 신입사원 입사 시에만 활용하는 교육이다.

③ 체계적이고 지속적이어야 한다.

④ 상담원의 능력을 극대화할 수 있는 방향으로 실시한다.

56. 상담원의 통화품질을 평가할 때 고려사항이 아닌 것은?

① 나이, 출신학교, 신장

② 음성능력, 표현능력, 정확한 발음

③ 구술능력, 조직적응력, 목표의식

④ 음성능력, 청취력, 집중력

57. 콜센터 구성 장비 중 ACD(Automatic Call Distributor)의 기능으로 맞는 것은?

① 미리 녹음된 메시지를 고객에게 내보내고 고객은 전화기 버튼을 눌러서 정보를 입력하거나 선택을 하게 하여 자동화된 상담 업무를 가능하게 하는 장치

② 콜센터에 걸려온 전화를 정해진 규칙에 따라 적절한 상담원에게 연결시켜주는 자동 호(CALL) 분배시스템

③ 컴퓨터를 통해 전화 통화를 자동으로 제어하도록 하거나 전화를 통해 입력된 데이터를 바탕으로 컴퓨터에 저장된 고객정보를 자동으로 찾아주는 시스템

④ 고객과 상담원의 통화 내용을 자동으로 녹음하는 장치

58. 회원가입, 캠페인, 이벤트 등을 실시할 때 사전에 보내진 메일을 수신한 고객에게 전화고지를 해서 개봉 촉진 또는 반응 효과를 향상시키기 위해 실시하는 것은?

① Pre-call

② Cold Call

③ Pay-per-call

④ Handled Call

59. 인바운드 상담원 성과관리 평가 지표가 아닌 것은?

① 평균 통화 처리시간

② 평균 통화 시간

③ 평균 대기 시간

④ 표준작업일 평균 통화수

60. 텔레마케팅 활용분야 중에서 아웃바운드 텔레마케팅에 해당하는 것은?

① 상품 판매

② 고객 불만 접수

③ A/S 접수

④ 전화번호 안내

61. 텔레마케터 관리자에게 필요한 리더십이 아닌 것은?

① 반복되는 업무인 만큼 매너리즘에 빠지지 않도록 동기부여 방안을 마련한다.

② 고객감동이 실현될 수 있도록 고객지향적인 관점에서 업무 프로세스를 지속적으로 개선한다.

③ 텔레마케터의 경력개발을 위한 교육방향을 설정한다.

④ 비교적 이직률이 높은 조직인 만큼 우수 텔레마케터에 대해서만 집중관리를 한다.

62. 성과주의 인사제도의 구성요소에 해당되지 않는 것은?

① 선별적 채용

② 성과주의 평가

③ 공식적인 교육훈련

④ 연공서열 위주의 승진

63. 직무분석(Job Analysis)의 결과물로 산출되는 것은?

① 직무 관리서

② 직무 기술서

③ 직무 발전서

④ 직무 개발서

64. 다음이 설명하고 있는 것은?

> 콜센터 성과관리의 서비스지표를 측정하는 콜 중에서 콜센터에 통화를 시도한 콜로 분류하며 고객이 전화를 했으나 콜센터 교환기까지 도달되지 못한 콜의 비율을 의미한다.

① 포기율(Abandoned Rate)

② 응대율(Response Rate)

③ 에러율(Error Rate)

④ 불통율(Blockage Rate)

65. 다음이 설명하고 있는 것은?

> 상담원들의 고객 상담 및 서비스 품질의 강점과 약점을 평가하고 측정하기 위해 고객과의 Call 상담내용을 듣거나 또는 Multimedia를 통한 접촉내용을 관찰하는 모든 활동 및 과정이다.

① QM(Quality Monitoring)

② 스크립트

③ 벤치마킹

④ 코 칭

66. 다음 중 통화 생산성 측정 지표와 가장 거리가 먼 것은?

① 고객접촉률

② 평균 응대속도

③ 평균 콜처리 시간

④ 통화 후 처리시간

67. 유통경로 전략에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?

① 개방적 유통경로는 전문품에 적용한다.

② 선택적 유통경로는 선매품에 적용한다.

③ 개방적 유통경로는 유통비용의 증가를 가져온다.

④ 전속적 유통경로는 유통비용의 감소를 가져온다.

68. 콜센터 성과변수를 고객성과와 업무성과로 구분할 때 조직내부의 업무수행과정에서 나타나는 업무성과에 해당하는 것은?

① 고객유지율 확립

② 고객만족도 향상

③ 고객모니터링 기능 강화

④ 고객획득률 증가

69. 상담원을 모니터링 한 결과 중 적극적인 상담활동에 해당하는 것은?

① 제품에 대한 설명이 부족하다.

② 고객이 반대하면 바로 중단한다.

③ 고객의 말을 끝까지 듣지 않아도 원하는 것을 직감적으로 판단한다.

④ 가망고객과 계속 접촉을 시도한다.

70. 콜센터에서 모니터링 담당자(QAA ; Quality Assurance Administrator)의 역할에 대한 설명으로 맞는 것은?

① 콜센터장을 보좌하여 텔레마케터들을 관리하고 현장을 지도하는 역할

② 콜센터에 사용되는 장비의 성능을 지속적으로 감시하고 관리하는 역할

③ 텔레마케터들의 통화 내용에 대해 평가하고 개선점을 찾아내 개선할 수 있도록 도와주는 역할

④ 일정 자격 수준을 갖춘 텔레마케터들을 채용할 수 있도록 관리하는 역할

71. 텔레마케터의 성과관리를 위한 목표 결정시 유의할 사항으로 적합하지 않은 것은?

① 목표를 구체적으로 기술한다.

② 목표 달성 시점이 명시되어야 한다.

③ 목표 달성 여부를 측정할 수 있어야 한다.

④ 목표는 아주 높은 수준으로 결정한다.

72. 커크패트릭의 교육훈련 평가의 네 가지 기준 중 효과성을 측정하기가 가장 용이한 것은?

① 결과기준 평가

② 행동기준 평가

③ 학습기준 평가

④ 반응기준 평가

73. 인적 자원의 가치를 체계적이고 합리적으로 측정하기 위한 지표에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 인적자본 수익성지표 - 종업원 단위당 생산성

② 인적자본 경제적 부가가치지표 - 종업원 단위당 실제 기업 이익

③ 인적자본 투자수익률 지표 - 인적 자원에 대한 투자금액

④ 인적자본 시장가치지표 - 종업원 단위당 지적자산 크기

74. 콜센터의 인력관리 프로세스를 순서대로 바르게 나열한 것은?

A. 상담인력의 계산
B. 과거 콜 데이터의 수집과 분석
C. 일별 성과의 관리 및 분석
D. 콜 양의 예측
E. 상담원의 스케줄 배정

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

75. 콜센터 리더가 갖추어야 할 리더십으로 가장 거리가 먼 것은?

① 경험적 리더십
② 코칭적 리더십
③ 지시적 리더십
④ 학습적 리더십

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

【4과목】 고객응대 (25문제)

76. 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.

77. 표현적인(Expressive) 유형의 고객 상담 전략과 가장 거리가 먼 것은?

① 고객의 생각을 인정하면서 긍정적인 피드백을 준다.
② 고객의 이야기만을 경청하고, 상담자 본인의 이야기는 전혀 하지 않는다.
③ 제품이나 서비스가 어떻게 고객의 목표나 욕구를 충족시켜 줄 수 있는지 설명한다.
④ 의사결정을 촉진할 적정수준의 인센티브를 제공한다.

78. 고객에게 질문시 상황에 따라 각기 다르게 질문 유형을 적용하여야 한다. 다음 중 고객니즈 탐색을 위한 폐쇄형 질문 유형으로 적합하지 않은 경우는?

① 고객의 민감한 부분의 확인이 필요할 때
② 보다 구체적인 정보를 필요로 할 때
③ 고객의 이해정도를 확인하고자 할 때
④ 고객으로부터 자유로운 의사타진이나 대답을 원할 때

79. 앨런 피스(Allan Peace)가 제시한 비언어적 행동의 의미가 잘못 연결된 것은?

① 눈을 치켜뜨는 행동 - 흥미, 집중
② 먼 곳을 쳐다보는 행동 - 주의분산, 조바심
③ 눈길을 돌리는 행동 - 불만, 불신, 이해부족
④ 안절부절 못하는 행동 - 흥미결여, 불쾌함

80. 다음이 설명하고 있는 것은?

구매-제조-유통-판매-서비스로 이어지는 비즈니스 프로세스에 전사적 네트워크와 정보기술을 적용하여 경영활동의 효율성을 높이고 새로운 사업 기회를 창출하는 활동

① Electronic Commerce
② OFF-Line Business
③ B2B
④ E-Business

81. 고객의 구체적인 욕구를 파악하기 위해 사용되는 질문기법에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 고객이 잘못 이해하고 있는 내용이나 틀린 말은 즉각적으로 바르게 고쳐주거나 평가해 준다.
② 고객에게 가능하면 긍정적인 질문을 한다.
③ 질문내용을 구체화하여 고객에게 질문한다.
④ 더 좋은 서비스를 제공하기 위해 소비자가 확실히 원하는 것을 찾아내는 질문을 한다.

82. 양방향 의사소통의 조건에 해당하지 않는 것은?

① 의사소통을 일으키는 발신자가 있어야 한다.
② 발신된 메시지를 받아들이는 수신자가 있어야 한다.
③ 발송자와 수신자 사이에 의사소통이 일어나는 통로가 있어야 한다.
④ 반드시 말하기와 쓰기가 이루어질 수 있는 환경이 있어야 한다.

83. 텔레마케팅 스크립트의 활용 방법으로 적합하지 않은 것은?

① 스크립트를 사전에 충분히 숙지하여 응대한다.

② 고객과의 상담흐름에 따라 조절하여 사용한다.

③ 스크립트에 작성된 표현 외에는 절대 사용하지 않는다.

④ 스크립트는 정기적으로 검토하여 수정 및 보완한다.

84. 효과적인 질문을 하기 위한 방법과 가장 거리가 먼 것은?

① 질문의 목적을 미리 숙지한다.

② 질문의 이유를 설명한다.

③ 질문할 내용과 순서를 미리 준비한다.

④ 질문보다는 상품설명을 자세히 한다.

85. 고객응대의 범위에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?

① 상담은 주로 대면적 접근이 많지만 정화상담이나 인터넷 상담 등과 같이 비대면적 접근도 포함된다.

② 고객응대란 상담자와 내담자 쌍방간의 커뮤니케이션이라고 볼 수 있다.

③ 고객응대로는 내담자가 안고 있는 문제의 상황, 문제의 심각성 등을 이해할 뿐 해결해 줄 수는 없다.

④ 고객응대는 언어나 무자 등으로 전달이나 대화의 도구라고 할 수 있는 메시지가 있어야 한다.

86. 다음 중 고객가치 측정방법에 해당하지 않는 것은?

① 고객생애가치

② 고객점유율

③ RFM

④ 시장점유율

87. 메타그룹의 산업보고서에서 처음 제안된 CRM시스템 아키텍처의 3가지 구성요소가 아닌 것은?

① 통합CRM

② 운영CRM

③ 협업CRM

④ 분석CRM

88. Oliver(1996)가 제시한 고객만족의 구성요인이 아닌 것은?

① 소비상황의 만족

② 과정의 만족

③ 지각차원의 만족

④ 결과의 만족

89. 의사소통(Communication)에 대한 설명으로 적합하지 않은 것은?

① 일반적으로 어느 누구도 의사소통을 하지 않을 수 없다.

② 일련의 의사소통은 연속된 상호작용으로 간주될 수 있다.

③ 의사소통이란 생각이나 사고의 언어적 상호교환이다.

④ 의사소통은 불확실성을 증가시킨다.

90. 소비자의 욕구가 다양해지고 기업 간의 경쟁이 치열하기 때문에 고객만족 경영이 필수적이 되었다. 이러한 경영환경의 변화에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 산업화 사회에서 정보화 사회로 변화였다.

② 소비자 요구가 소유 개념에서 개성 개념으로 변하였다.

③ 시장의 중심이 소비자에서 생산자로 변하였다.

④ 규모의 경제에 따른 경쟁에서 부가가치로 변하였다.

91. CRM의 성공요인 중 조직 측면적인 요인으로 볼 수 없는 것은?

① 최고경영자의 지속적인 지원과 관심이 있어야 한다.

② 고객지향적이고 정보지향적인 기업의 성향이 높을수록 CRM의 수용도도 높아진다.

③ CRM은 시스템의 복합성 때문에 여러 부서의 참여보다는 마케팅부서의 단독 실행이 더 효과적이다.

④ 평가 및 보상은 CRM의 성공적 실행에서 반드시 극복해야 할 장애물임과 동시에 조직변화를 유도하는 필수적인 요소이다.

92. 의사소통 방법 중 언어적인 메시지에 해당하지 않는 것은?

① 말

② 편 지

③ 메 일

④ 음성의 억양

93. 불평고객을 응대하는 요령 중 MTP기법에 해당되지 않는 것은?

① 해당 상담원에서 수퍼바이저 또는 팀장으로 바꿔 응대한다.

② 환불을 요구하는 경우는 고객과 절충해서 적당한 선에서 해결한다.

③ 처음부터 변명하거나 대꾸하지 않고 경청을 하며 고객이 진정할 때까지 기다린다.

④ 방문고객의 경우 조용한 장소로 옮기고 편안하게 앉을 수 있도록 배려한다.

94. 인바운드 상담 중 고객의 욕구를 파악하기 위한 방법으로 가장 거리가 먼 것은?

① 고객정보 활용

② 적극적 경청

③ 이점 제안

④ 효과적인 질문 활용

95. 다음 설명에 해당하는 의사소통 모델의 구성요소는?

> 전달자가 이미 보낸 메시지에 대한 수신자의 반응을 전달자가 받게 되는 정보

① 채 널

② 피드백

③ 내 용

④ 해 독

96. 다음의 설명에 해당하는 고객유형은?

> - 낙관적이며 표현력이 좋다.
> - 외향적이며 다른 사람을 잘 사귄다.
> - 열정적이며 감정이 풍부하다.

① 주도형

② 사교형

③ 온화형

④ 분석형

97. 다음 중 안정형의 고객 행동경향에 대한 설명으로 바람직하지 않은 것은?

① 대체적으로 인내심이 강하다.

② 자신의 의견을 말하기보다는 듣고자 한다.

③ 상품 구매 결정이 신속히 이루어진다.

④ 질문에 대한 답변이 바로 나오지 않는다.

98. 다음 중 경청의 방해요인이 상담원 개인적 요인인 것은?

① 편 견

② 전화벨

③ 무더위

④ 소음공해

99. 커뮤니케이션에서 나타날 수 있는 문제점으로써 전달자 측면의 요인에 대한 설명이 아닌 것은?

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

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

③ 전달능력 - 자신의 메시지를 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 또는 외향성인가, 지배성향이 강한가 또는 약한가 등에 따라 커뮤니케이션의 효과는 달라질 수 있다.

100. CRM에서 현실적인 관계형성을 위해 고객이 기업에게 기대하는 관계 구축의 요소로 틀린 것은?

① 상호 간의 신뢰

② 공정한 대우

③ 단기적인 관계

④ 열린 대화 창구