

CS 개론

1. 다음 중 기업문화 창달이 된 방법으로 비전과 이념의 실천이 생활화되어 한 행동을 나타내는 것을 의미하는 것은?

- ① MI
- ② PI
- ③ BI
- ④ CI
- ⑤ VI

2. 다음 중 경영이론의 대가인 피터 드러커(Peter Ferdinand Drucker)의 경영에 대한 견해가 아닌 것은?

- ① 경영은 사람에 관한 것이다.
- ② 경영은 그 나라의 문화가 깊이 뿌리내리고 있다.
- ③ 모든 기업들은 목표와 가치관에 몰입할 것을 요구한다.
- ④ 조직의 성과는 생산수량으로 측정하는 것이 바람직하다.
- ⑤ 경영은 기업과 구성원들이 성장하고 개발하도록 만들어 주어야 한다.

3. 다음은 MOT 이론에 관한 설명이다. ()안에 가장 적절한 사람은?

진실의 순간이란 스페인의 투우 용어인 'Moment De La Verdad'를 영어로 옮긴 것으로, 스웨덴의 마케팅 이론가 ()에 의해 개발된 이론으로 '고객이 종업원이나 기업의 특정 자원과 접촉할 때, 서비스 품질에 대한 고객의 인식에 결정적인 영향을 끼치는 상황'을 말하는 것이다. 원래 이 말은 투우사가 소의 급소를 찌르는 순간을 말하는 것인데, '피하려 해도 피할 수 없는 순간', 또는 '실패가 허용되지 않는 매우 중요한 순간'을 의미한다.

- ① 톰 피터스(Tom Peters)
- ② 얀칼슨((Jan Carlzon)
- ③ 마이클 해머((Michael Hammer)
- ④ 리처드 노먼(Richard Norman)
- ⑤ 마이클 포터(Michael Porter)

4. 비즈니스 프로세스(Business Process)의 분류 중 조직을 영위하는 사업 영역에서 경쟁자보다 뛰어나게 고객 가치를 제공하는 프로세스로 프로세스의 초점이 고객의 니즈를 만족시키는 데 있는 것은?

- ① 경쟁 프로세스
- ② 변혁 프로세스
- ③ 기반 프로세스
- ④ 지원 프로세스
- ⑤ 핵심 프로세스

5. 대기관리를 위한 서비스 생산관리 기법 중 다소 한가한 시간에 고객에게 인센티브를 제공하는 기법으로 손님이 많지 않는 시간에 할인가격을 설정한 패밀리 레스토랑 아웃백이나, 극장에서 심야영화 할인혜택을 주는 방법으로 가장 적절한 것은?

- ① 예약을 활용하라
- ② 대안을 제시하라
- ③ 공정한 대기 시스템을 구축하라
- ④ 커뮤니케이션을 활용하라
- ⑤ 고객을 유형별로 응대하라

6. 고객의 참 요구 사항을 알아내어 이를 만족시키는 서비스 프로세스 개선기법으로 고객의 요구사항을 기업의 연구 개발, 생산, 제조, 상품기획, 판매 등 모든 단계에서 적절히 반영하기 위한 시스템은?

- ① 품질기능전개 기법
- ② 서비스 청사진
- ③ 파레토 차트 기법
- ④ 특성요인분석 기법
- ⑤ 인과관계도표

7. 다음 중 변혁적 리더에 관한 설명으로 적절하지 않는 것은?

- ① 위기나 불확실한 상태에서 돋보이며 비범한 성과를 이끌어 낸다.
- ② 개개인이 자아를 개발하도록 필요한 것을 지원하고 개인별로 관심을 기울이고 격려해 준다.
- ③ 분명하고 구체적인 목표를 개발하고 부하들이 그 목표를 달성할 때 보상이 주어진다는 점을 분명히 한다.
- ④ 부하들에게 높은 기대를 가지고 의사소통하여 폭넓게 동기부여하는 고취능력을 가진다.
- ⑤ 조직에 대한 자부심과 신념을 갖도록 하는 카리스마를 가진다.

8. 다음 중 프로세스가 조직에 정착되고 효과를 발휘하기 위한 필요 요소가 아닌 것은?

- ① 인프라
- ② 정보 기술의 효과적 활용
- ③ 조직문화의 변화
- ④ 기능위주의 사고
- ⑤ 리더십

9. 다음 보기에서 고객만족경영 구축의 3원칙을 선택하여라.

- 가. 고객접점(MOT) 최우선
- 나. 만족도의 정기, 정량, 완전측정
- 다. 고객 불만족도 조사
- 라. 경영자 주도
- 마. 종업원 주도

- ① 가, 나, 다
- ② 가, 나, 라
- ③ 가, 다, 라
- ④ 나, 다, 마
- ⑤ 나, 다, 라

10. 교류분석 이론 중 성인자아(P)가 아동자아(A)에 의해 오염(contamination)이 되는 경우의 예로 가장 적절한 것은?

- ① 자기 자신이나 타인을 통제하고 지나치게 일을 한다.
- ② 일을 처리할 때 충동적이고 부적절한 결정을 내린다.
- ③ 부모나 사회가 요구하고 기대하는 바를 수행하지 않으려 한다.
- ④ 자신의 생활에 기쁨을 느끼지 못한다.
- ⑤ 편중된 사고를 한다.

11. 다음 중 21세기 한국기업의 패러다임에 포함 되지 않는 것은?

- ① 핵심능력 위주
- ② 서비스 경쟁
- ③ 창의적 모방
- ④ 학습의 조직
- ⑤ 역동적 인사관리

12. 아래의 보기 내용들이 설명하는 경영마인드 요소는?

- 가치활동, 핵심역량이 그 원천이 된다.
- 전략적 사고에 의한 전략적 선택이 필요하다.
- 환경이 주는 기회가 많아도 내부여건상 장점이 없다면 좋은 전략적 선택을 하기가 어렵다.

- ① 고객중심 마인드

- ② 가치극대화 마인드
- ③ 경쟁우위 마인드
- ④ 고객가치 마인드
- ⑤ 경영우위 마인드

13. 보기는 참여관점에 따른 고객 분류이다. 다음 중 고객 분류와 설명이 적절하지 않는 것은? (문제오류)

- ① 직접고객 - 소비자보호나 관련 조직의 운영에 적용되는 법률을 만드는 의회나 정부
- ② 간접고객 - 제공자로부터 제품 또는 서비스를 구입하는 사람
- ③ 의견선도고객 - 직접적으로 제품이나 서비스를 구입하거나 돈을 지불하지는 않지만 1차 고객의 선택에 커다란 영향을 미치는 개인 또는 집단
- ④ 경쟁자 - 전략이나 고객관리 등에 중요한 인식을 심어주는 고객을 말한다.
- ⑤ 한계고객 - 최종 소비자 또는 2차 소비자

14. 다음 중 고객특성 파악의 기준 중 고객 니즈, 성향 정보의 요소로 가장 적절한 것은?

- ① 가입 커뮤니티
- ② 선호하는 브랜드
- ③ 구입상품명
- ④ 상품구매빈도
- ⑤ 고객의 분류 등급

15. MBTI의 4가지 차원 중 하나로 머리형과 심장형이라고도 부르는데 정보가 수집된 뒤 의사결정을 어떻게 하는가를 규명하는 차원은?

- ① 외향과 내향
- ② 사고와 감정
- ③ 감각과 직관
- ④ 판단과 인식
- ⑤ 유보와 결정

16. 다음 중 고객만족경영에서 고객만족 효과를 저해하는 장애요인으로 적절하지 않는 것은?

- ① 최고경영자의 몰이해
- ② 단순한 논리에 대한 불신
- ③ 선투자와 성급한 기대
- ④ 무형적 하부구조의 낙후
- ⑤ 획기적인 경영기법으로 의식

17. CRM은 고객데이터 세분화를 실시하여 고객을 적극적으로 관리하고 유도하며 고객의 가치를 극대화시킬 수 있는 전략이다. 다음 중 CRM의 활용 분야에 속하지 않는 것은?

- ① 고객과의 관계회복
- ② 잠재고객 발굴
- ③ 교차판매와 업셀링을 통한 수익성 증대
- ④ 해피콜
- ⑤ 고객확보를 위한 TV광고

18. 소비자에게 신제품과 고급화된 상품으로의 구매를 유도함으로써 자연스럽게 매출액의 증가와 주력 및 신제품의 홍보와 판매효과를 가져다주는 판매 전략은?

- ① 고객활성화 전략(customer activation)
- ② 업셀링 전략(Up Selling)
- ③ 고객유지 전략(cognitive dissonance)
- ④ 교차판매 전략(cross-selling)
- ⑤ 다단계판매 전략(Network-selling)

19. 다음 중 고객구매행동 분석에 필요한 마케팅 내지는 고객기여도 평가에 영향을 미치는 요소에 속하지 않는 것은?

- ① 최근성(Recency)
- ② 반품품목(item)
- ③ 최빈성(Ferquency)
- ④ 소비성(Monetary)
- ⑤ 판매촉진 수단(Promotion)

20. 다음 중 고객관계관리(CRM)의 도입 효과로 기업의 비용 절감 부분에 속하는 것은?

- ① 기존고객유지
- ② 마케팅 캠페인으로부터 오는 반응을 증가
- ③ 신규고객확보
- ④ 충성고객확보
- ⑤ 고객로열티 증가

21. 다음 중 조 해리의 창의 영역에 속하지 않는 것은?

- ① 공개된 영역(open area)
- ② 맹인영역(blind area)
- ③ 숨겨진 영역(hidden area)
- ④ 미지영역(unknown area)
- ⑤ 미공개영역(close area)

22. 다음 중 한 사람이 모든 능력을 갖추었으나 인간관계가 원만하지 못하면, 그 사람의 능력 활용의 정도는 가장 문제가 되는 인간관계 능력이라는 요소에 의해 결정되는 법칙은?

- ① 과노출효과
- ② 후광효과
- ③ 최소량의 법칙
- ④ 호혜성의 원칙
- ⑤ 상호성의 원칙

23. 다음은 CRM 성공요인을 설명한 것이다. 다음 중 예시에서 나타내는 성공요인으로 가장 적절한 것은?

임직원들이 CRM이 무엇인지를 이해하고 우리 회사에 CRM이 왜 필요한지를 충분히 인식하고 있어야 한다. CRM을 어떻게 적용하고 활용해야 하는지 경영층부터 실무진까지 형성되어 있어야 고객 중심의 조직 문화의 기반이 된다.

- ① CEO의 강력한 의지
- ② 전사적 CRM 전략 기획
- ③ 업무 프로세스와 고객에 대한 이해가 선행
- ④ 전사적 공감대 형성
- ⑤ 통합 채널을 통한 고객과의 상호작용

24. 다음 중 프로세스 조직의 단점으로 적절하지 않는 것은?

- ① 기능부분 활동들이 관련 프로세스로 분산되어 기능별 전문성의 개발 및 축적이 어렵다.
- ② 고객의 욕구에 신속한 반응을 강조하여 장기적 관점에서의 역량개발이 저해된다.
- ③ 단기적인 환경적응에는 좋지만 장기적 기업 성장에는 부정적인 영향을 미칠 수 있다.
- ④ 일 자체보다는 성과에 초점을 두기 때문에 개인, 단위조직의 평가가 주관적

이게 된다.

⑤ 기능조직에서 업무가 분산되어 단절되므로 부서 이기주의가 만연하게 된다.

25. 다음 중 스트로크를 극대화 시킬 수 있는 시간구조화 방법은?

- ① 철회
- ② 친교
- ③ 게임
- ④ 잡담
- ⑤ 의식

26. 다음 중 서비스의 경영학적 정의에 대한 측면 중 속성론적 정의에 해당되는 것은?

- ① 상품 판매와 연계해 제공되는 모든 활동, 편의 만족
- ② 인간의 인간에 대한 봉사
- ③ 시장에서 판매되는 무형의 상품
- ④ 고객과 종업원의 상호 관계에서부터 발생해 고객의 문제를 해결해 주는 것
- ⑤ 인간의 노동을 기계로 대체하는 서비스의 공업화를 통해 효율성을 향상시킨 것

27. 메슬로우의 욕구단계설이 직면한 문제점들을 극복하고자 실증적인 연구에 기반하여 제시한 수정이론이며, 알더퍼는 인간의 욕구를 생존욕구, 대인관계욕구, 성장욕구 등 3가지로 구분한 이론은?

- ① ERG이론
- ② 성취욕구이론
- ③ 기대이론
- ④ 2요인 이론
- ⑤ 강화이론

28. 다음은 감성경영의 도입효과에 관한 설명이다. ()안에 가장 적절한 것은?

사람들은 누군가 관심을 가지고 지켜보면 더 분발한다. 그런 현상은 할 수 있다고 믿으면 잘하는 효과로 여러명이 함께 일하면 생산성이 올라가는 사회적 촉진 현상과도 관련 있다.

- ① 피그말리온 효과(Pygmalion effect)
- ② 자이가르닉 효과(Zeigarnik Effect)
- ③ 호손 효과(Hawthorne Effect)

- ④ 낙인효과(stigma Effect)
- ⑤ 잔물결 효과(Ripple Effect)

29. 다음은 서비스의 특성 중 무엇을 설명한 것인가?

서비스는 일반적으로 동시에 생산되고 소비된다. 그러나 서비스는 제조되고 창고에 보관되고 혹은 수많은 다양한 재판매업자를 통해 판매된 후에 소비되는 유형적인 재화와는 다르다. 만일 서비스가 어떤 사람에 의해 제공된다면 그 제공자는 바로 그 서비스의 일부이다. 서비스가 생산되는 시점에 고객이 현존해야 하기 때문에 제공자-고객의 상호작용은 서비스 마케팅의 독특한 특징이다.

- ① 무형성
- ② 비분리성
- ③ 개별성
- ④ 소멸성
- ⑤ 즉흥성

30. 고가의 상품구매 시 무이자 할부 서비스가 제공된다든지, 아니면 상품 사용설명서가 동영상으로 제공된다거나하는 소비자의 입장에서 구매 시의 장벽을 낮춰주는 전략은 4C 중 어느 부분에 속하는가?

- ① Customer
- ② Cost
- ③ Communications
- ④ Convenience
- ⑤ Community

CS 전략론

1. 다음 중 서비스 청사진을 사용함으로써 유익한 점으로 적절하지 않는 것은?

- ① 종업원으로 하여금 ‘자신이 하는 일’ 과 전체 서비스와의 관계를 파악할 수 있게 한다.
- ② 가시선은 고객이 볼 수 있는 영역으로 고객 접촉 종업원 파악이 가능하다.
- ③ 서비스의 각 요소에 투자된 원가, 이익, 자본 등을 확인하고 평가하기 위한 기반을 제공한다.
- ④ 기업이 고객의 불만을 직접 추적하는데 도움을 준다.
- ⑤ 서비스를 구성하는 요소와 연결고리들을 알려줌으로써 전략적 토론을 자극한다.

2. 서비스 보증제도는 마케팅 도구일 뿐만 아니라 서비스의 질을 향상시키고 조직의 자극을 줄 수 있다. 다음 중 서비스 보증이 필요한 상황으로 보기 어려운 것은?

- ① 상품 자체의 가격이 높은 경우
- ② 문제 발생 시 그 피해가 심각한 경우
- ③ 고객에게서 즉각적이고 적절한 반응을 얻어야 할 경우
- ④ 고객의 자아 이미지가 관계된 경우
- ⑤ 사업이 구전에 의해 영향을 많이 받는 경우

3. 다음 중 서비스 모니터링에서 효과적인 피드백을 하기 위한 방법으로 강화 피드백에 해당되지 않는 것은?

- ① 즉각적이어야 한다.
- ② 일관성이 있어야 한다.
- ③ 개인에 따른 편차를 고려한다.
- ④ 성과에 미치는 결과를 명확하게 설명한다.
- ⑤ 작은 것이라도 여러 번 자주해야 한다.

4. 서비스 모니터링의 요소 중 고객들이 실제로 어떻게 대우를 받았는지에 대한 고객의 평가와 모니터링 점수가 일치해야 하고 이를 반영해야 한다는 것을 의미하는 것으로 모니터링 계획 수립 시 고려해야 할 요소는?

- ① 대표성
- ② 객관성
- ③ 타당성
- ④ 신뢰성

⑤ 차별성

5. 다음 중 고객 접점 관리 방법 중 고객의 가시적인 부분인 비인간적 접촉의 효과적인 관리의 예가 아닌 것은?

- ① 백화점에서 다양한 제품의 구색을 갖춘다.
- ② 점포의 고급스런 분위기를 위해 피아노 연주자를 고용하였다.
- ③ 무조건적 서비스 보증제도를 실시하였다.
- ④ 효과를 높이기 위한 주제가 있는 광고를 하였다.
- ⑤ 은행의 고객대기시간을 줄이기 위한 ATM기를 설치하여 운영하였다.

6. 시장의 비어있는 공간을 의미하는 용어로, '남이 모르는 좋은 낚시터'라는 은유적인 뜻도 가지고 있는 소규모의 시장에 대한 특화된 상품을 가지고 시장 영역을 만드는 전략으로 가장 적절한 용어는?

- ① 포지셔닝
- ② 틈새시장
- ③ 제품 차별화
- ④ 타겟 마케팅
- ⑤ 시장 세분화

7. 다음 중 롱테일 법칙 또는 '역파레토 법칙'의 설명으로 가장 적절한 것은?

- ① 결과의 80%가 전체 원인의 20%에서 일어나는 현상이다.
- ② 비주류 틈새시장의 규모가 기존 주류시장의 규모만큼 커지는 현상이다.
- ③ 이탈리아의 경제학자 빌프레도 파레토의 이름에서 따왔다.
- ④ 80%의 '핵심 소수'가 20%의 '사소한 다수'보다 우수한 가치를 만든다는 이론이다.
- ⑤ 역파레토 법칙은 '배제의 법칙'이 적용된다.

8. 기업에 있어서 4C분석 등의 환경분석을 통해 SWOT요인을 찾아내고 이를 토대로 마케팅 전략을 수립하는 SWOT전략의 설명으로 가장 적절한 것은?

- ① SO전략 - 시장의 위협을 회피하기 위해 강점을 사용하는 전략
- ② ST전략 - 시장의 기회를 활용하기 위해 강점을 적극 활용하는 전략
- ③ WO전략 - 약점을 극복하거나 제거함으로써 시장의 기회를 활용하는 전략
- ④ WT전략 - 약점을 최소화하여 시장의 위협을 극복하는 전략
- ⑤ SW전략 - 시장의 약점을 극복하기 위해 강점을 사용하는 전략

9. 다음 중 사후 서비스의 강화를 통해 얻을 수 있는 기업 이미지에 미치는 영향으로 적절하지 않는 것은?

- ① 안정적인 수익 창출
- ② 고성장 가능성
- ③ 마케팅 비용 증가로 기업의 수익 감소 가능성
- ④ 최적화된 비즈니스 프로세스의 달성
- ⑤ 고객의 니즈를 보다 효율적으로 파악

10. 고객 정보를 수집, 집적하여 하나의 고객 정보 시스템을 구축하여 각각의 고객 wants, needs에 맞게 서비스를 이루어 고객 충성도를 높이고 기업을 성공으로 이끌어주는 고객 정보관리시스템을 일컫는 용어는?

- ① Database Marketing System
- ② Customer Relationship Management
- ③ Hanatour Contact System
- ④ Customer recognition program
- ⑤ Customer Service Representative

11. 다음 중 서비스 수익 체인에 직접적인 관계가 있는 요소에 포함되지 않는 것은?

- ① 직원의 역량
- ② 고객의 가치
- ③ 고객만족도
- ④ 생산성
- ⑤ 고객충성도

12. 기업에서 효과적인 포지션을 개발하기 위해 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성, 유형성과 같은 5가지 서비스 품질 차원에 따른 포지셔닝을 한다. 다음 예시 중 유형성에 관한 포지셔닝에 속하는 것은?

- ① “절대로, 확실히, 하루내에”
- ② “우리는 신속하게 고객을 도와줄 준비가 되어있습니다.”
- ③ “여러분이 알고 있는 이름에 건강을 맡기십시오”
- ④ “오랫동안 세계 곳곳에서 온 여행자들을 대하며 쌓은 경험이 우리가 손님을 이해하는데 도움을 줍니다.”
- ⑤ “다양함을 즐길 수 있는 문화공간 “

13. 자사제품이 경쟁제품과 다른 차별적 경쟁우위요인을 확보하여 고객의 니즈를 보다 잘 충족시켜 줄 수 있다는 인식을 주는 과정을 무엇이라 하는가?

- ① 시장 세분화
- ② 마케팅 조사
- ③ 시장 표적화
- ④ 제품 포지셔닝
- ⑤ 시장 분석

14. 다음 중 제품 차별화의 중요한 요소 중 고객이 눈으로 관찰할 수 있는 제품이나 서비스의 특성 등 유형적인 요소에 포함되지 않는 것은?

- ① 성능
- ② 크기
- ③ 색상
- ④ 디자인
- ⑤ 중량

15. 다음 중 미래지향적 서비스를 제공하는 서비스 요원의 태도로 가장 적절하지 않는 것은?

- ① 빈틈없는 바른 자세와 태도로 정성스럽고 정중한 서비스를 한다.
- ② 자신의 직무를 경제논리에 의거한 대등한 용역의 거래를 한다는 자세로 임한다.
- ③ 매사에 적극적이며 진취적이며 개발적 자세를 취한다.
- ④ 실수를 부끄럽게 생각하고 고객을 왕으로 생각하는데 거리낌이 없다.
- ⑤ 마음속으로부터 우러나오는 서비스를 제공한다.

16. 다음 기업 가치활동 중 본원적 활동에 속하는 것은?

- ① 인적자원관리
- ② 애프터서비스
- ③ 기술개발
- ④ 자재확보
- ⑤ 홍보활동

17. 서비스의 품질관리는 제조의 품질관리와 현격한 차이가 있다. 다음 중 서비스 품질 고유의 특징으로 적절하지 않는 것은?

- ① 서비스 생산자가 서비스 전달자 역할을 겸하고 있는 경우가 많다.
- ② 서비스 전달자의 태도는 그날의 서비스의 품질에 영향을 미친다.
- ③ 서비스의 품질을 측정하기 어렵다.
- ④ 서비스 구입 후 평가에 제품의 경우보다 더 신경 쓴다.

⑤ 고객의 서비스와 제품에 대한 견해의 차이가 없다.

18. 다음 중 생산자뿐만 아니라 사용자의 관점을 동시에 고려하여 8가지 범주로 서비스 품질을 측정하는 모델은?

- ① SERVQUAL
- ② GARVIN
- ③ PSQ
- ④ SERVPERF
- ⑤ CSI

19. 서비스 품질이 기업성과에 미치는 방어적 영향으로 가장 적절한 것은?

- ① 시장점유율 증가
- ② 기업이미지 상승
- ③ 고객 충성도 상승
- ④ 서비스 프리미엄
- ⑤ 가입고객증가

20. “조직외부에 양질의 서비스를 제공하려면 먼저 조직내부에 양질의 서비스를 제공할 수 있는 체제를 구축해야한다.” 라며 서비스업에서 공통적으로 발견되는 중업원의 응대태도 불량을 서비스 칠거지악(七去之惡)이라 명명한 사람은?

- ① 피터 드러커
- ② 아담 스미스
- ③ 안 칼슨
- ④ 칼 알브레히트
- ⑤ 잭웰치

21. 다음은 할리 데이비슨의 고객만족 전략 사례에 관한 설명이다. 이때 회사에서 취했던 고객만족전략은?

한때 파산 직전까지 갔던 할리 데이비슨이 1980년대 재기에 성공할 수 있었던 것은 잘 알려진 대로 H.O.G.라는 커뮤니티를 통해 자부심과 소속감을 느끼던 충성고객의 역할이 컸다. 그런데 1990년대 말에 이르자 회사는 H.O.G.의 거칠고 배타적인 이미지로 인해 오토바이 초보자들에게 불만이 생겨나고, 커뮤니티의 부정적인 이미지가 초보자들을 쫓아버린다는 불만이 제기되었다. 회사는 이것이 떨어지는 시장점유율 하락의 원인일 수도 있다는 사실을 간파하여 초보용 강습 코스를 개발하였다. 초보자들에게 이방인이 아닌 핵심 멤버의 기분을 느낄 수 있도록 함으로써 고객의 마음을 다시 잡을 수 있었다.

- ① Rider's Edge
- ② CSAA
- ③ TiVo Community Forum
- ④ You cafe

⑤ SLRCLUB

22. 다음은 어떤 고객만족도 측정의 원칙을 설명한 것인가?

보통 만족도 조사는 설문을 통해 이루어지는 경우에 설문조사 시 설문지의 설계와 설문내용의 해석은 설문조사에서 뿐만이 아니라 인터뷰 조사 또는 데이터 조사 등 모든 분석 프로세스에 있어서 매우 중요한 요소이다. 설문조사의 경우 조사 목적에 맞게 답변이 나올 수 있도록 설계해야 하며 해석에 있어서도 주관적인 생각은 배제하여야 한다.

- ① 계속성의 원칙
- ② 정확성의 원칙
- ③ 공감성의 원칙
- ④ 독립성의 원칙
- ⑤ 정량성의 원칙

23. 다음 중 고객 커뮤니티가 기업에 미치는 영향으로 적절하지 않는 것은?

- ① 다수 고객의 차별화된 니즈를 파악할 수 있다.
- ② 차별화된 제품 개발이나 제품/기술 혁신을 이끌어낼 수 있다.
- ③ 해당 제품/서비스 또는 기업을 프로모션하는 수단으로 활용할 수도 있다.
- ④ 커뮤니티를 통해 연결된 기업과 고객 간에 신뢰 및 감성적인 유대관계를 형성할 수 있다.
- ⑤ 리스크의 원천을 미리 감지하여 이를 회피 또는 완화할 수 있다.

24. 동네 주유소와 같이 낮은 수준의 애착과 높은 반복구매의 특성을 가진 습관적 구매를 하는 고객의 충성도의 유형은?

- ① 비충성(No Loyalty)
- ② 타성적 충성(Inertia Loyalty)
- ③ 잠재적 충성(Latent Loyalty)④
- ④ 최우량 충성(Premium Loyalty)
- ⑤ 충성(Loyalty)

25. 품질경영 모델은 지금까지 전 세계적으로 개발된 혁신을 추구하는 경영방식, 제도·기법 중에서 가장 종합적이고, 탁월한 경영혁신 모델이다. 다음 중 품질경영 모델의 핵심가치에 포함되지 않는 것은?

- ① 설계 품질의 향상과 예방
- ② 전종업원의 리더십
- ③ 고객주도형 품질
- ④ 사실에 입각한 경영
- ⑤ 장기적 관점 중시

26. 다음 중 서비스 기대 영향 요인 중 내적 요인에 속하는 것은?

- ① 사회적 상황
- ② 경쟁적 대안
- ③ 과거경험
- ④ 구전
- ⑤ 가격

27. 다음 중 불량서비스 회복은 기업에서 전사적, 조직적으로 수행해야할 과제이다. 다음 중 서비스 회복을 위한 서비스 담당자에게 필요한 전략으로 적절하지 않는 것은?

- ① 고객에게 불만을 토로할 수 있게 장려한다.
- ② 고객과의 논쟁을 피한다.
- ③ 빠른 행동을 취하면서 고객에게 향후의 정보를 제공한다.
- ④ 고객의 호의를 유지할 수 있는 추후 행동을 시도한다.
- ⑤ 수신자 부담 전화와 같은 창구를 통하여 고객의 불만표현을 유도한다.

28. 고객의 행동 및 심리적 세분화 방법이 많이 사용되는 소비재 시장에서 가능한 시장 세분화 방법으로 가장 적절한 것은?

- ① 산업의 종류
- ② 제품구매빈도
- ③ 구매기준
- ④ 구매긴급도
- ⑤ 채용한 기술

29. 다음 중 가치이론에서 가치동인에 해당되지 않는 것은?

- ① 문화 가치
- ② 고객 가치
- ③ 종업원 가치
- ④ 조직 가치
- ⑤ 경쟁자 가치

30. 소비자의 무의식 세계를 탐사할 수 있는 조사 방법론으로 인간의 95%의 인지 과정이 지각되지 않는 심층의식 차원에서 이루어지고, 5% 정도만 고차원적인 인식 차원에서 발생한다는 원리에 근거한 소비자 내면심리파악기법은?

- ① Peer Shadowing
- ② Shadow Tracking
- ③ Zaltman Metaphor Elicitation Technique

④ Focus Group Interview

⑤ Town Watching

고객관리실무론

1. 다음 중 전화응대의 기본자세로 적절하지 않는 것은?

- ① 웃는 얼굴로 전화응대에 임한다.
- ② 명확한 발음과 적당한 속도로 말한다.
- ③ 의뢰형, 권유형은 명령형, 지시형으로 말한다.
- ④ 플러스 화법을 사용한다.
- ⑤ 부정적인 말은 우회적, 긍정적으로 표현한다.

2. 다음 중 바람직한 호칭 사용법으로 가장 적절한 것은?

- ① 상사에 대한 존칭은 호칭에만 사용한다.
- ② 문서상이라도 상사의 지시를 전달할 때는 존칭을 사용한다.
- ③ 다른 사람에게 자신을 소개할 때는 정확한 전달을 위해 이름을 “성, 0자, 0자입니다.” 라고 한다.
- ④ 자신의 상사보다 더 윗사람 앞에서 자기 상사를 칭할 땐 을 '님'자를 붙인다.
- ⑤ 사내에서는 직급과 직책 중에서 편한 호칭을 사용한다.

3. 다음 중 상호교류가 개인적인 수준까지 발전하며, 호혜성의 원칙이 초월되는 인간관계 형성단계는?

- ① 첫인상 형성단계
- ② 피상적 역할단계
- ③ 논리적 오류단계
- ④ 친밀한 사적 단계
- ⑤ 접근 단계

4. 다음 중 수신자와 관련된 의사소통과정의 장애요인을 모두 선택하시오.

가. 평가하려는 경향 나. 선택적인 경청 다. 선입견 및 편견 라. 상급자들의 자기보호 의식 마. 무반응 또는 부적절한 반응

- ① 이상모두
- ② 나, 다, 라
- ③ 가, 나, 다, 라
- ④ 가, 나, 다, 마

⑤ 나, 다, 라, 마

5. 다음 중 Script의 필요성 및 목적으로 적절하지 않는 것은?

- ① 표준화된 언어표현과 상담방법으로 상담원 중심 응대가 용이해 진다.
- ② 고객에게 전화목적에 대한 효율적인 전달이 용이해 진다.
- ③ 콜 센터의 생산성 관리를 도와준다.
- ④ 상담원들의 평균 통화시간을 조절할 수 있다.
- ⑤ 상담원들의 생산성 관리 및 통화 관리가 용이해 진다.

6. 다음 중 콜센터 업무 분류 중 인바운드 콜 서비스에 속하는 것은?

- ① 해피콜
- ② 텔레뱅킹
- ③ 연체고객관리
- ④ 클레임
- ⑤ 시장조사

7. 다음 중 미국 심리학자 아론스가 개발한 아론슨 화법의 예로 가장 적절한 것은?

- ① 이쪽에서 도와드리겠습니다.
- ② 이쪽 자리 괜찮으십니까?
- ③ 오늘 입으신 옷이 매우 아름답습니다.
- ④ 네, 가격은 비싸지만 품질은 최고입니다.
- ⑤ 죄송합니다만, 잠시만 기다려 주십시오.

8. 다음 중 고객에게 반감지 않는 정보를 제공하는 기법으로 적절하지 않는 것은?

- ① 고객에게 명확하고 정확한 정보를 알려준다.
- ② 고객의 감정을 존중하고 있다는 것을 표현한다.
- ③ 대안제시 또는 제안을 한다.
- ④ 고객이 이해하고 있는지 확인한다.
- ⑤ 고객에게 전문적인 지식을 알려준다.

9. 다음 중 코칭이 필요한 시기로 적절하지 않는 경우는?

- ① 조직 또는 부서의 목표나 비즈니스 상황이 변화되었을 때
- ② 최고의 실적을 내기를 원하는 팀원
- ③ 업무를 수행하는 기술 또는 능력에 대해 불안을 느끼는 팀원

- ④ 업무에 관한 자신감의 개발이 필요한 팀원
- ⑤ 문제의 팀원을 발견하였을 때

10. 다음 중 고객 유형이 우유부단한 고객일 경우 응대 기법으로 가장 적절한 것은?

- ① 대화중에 반론을 제기하거나 자존심을 건드리는 행위 금지
- ② 시기 적절히 질문을 해 상대가 자신의 생각을 솔직히 드러낼 수 있도록 도와준다.
- ③ 정중함을 잃지 않고 냉정하고 의연하게 대처한다.
- ④ 우회화법을 사용하여 고객으로 하여금 사실을 말하도록 유도한다.
- ⑤ 합의를 지원하고자 하는 고객의 의도를 경계한다.

11. 다음 중 방문객을 안내하는 매너로 적절하지 않는 것은?

- ① 목적지를 확인 후 방문객의 2-3보 앞에 서서 한쪽으로 비켜선 자세로 안내한다.
- ② 모퉁이를 돌 때 거리를 확인하고 가야할 방향을 손으로 안내한다.
- ③ 여성 방문객을 계단으로 안내할 경우 올라가거나 내려올 때 안내자가 뒤에서 안내한다.
- ④ 방문객을 응접실로 안내할 경우 입구쪽에서 가장 먼 자리 또는 경치가 좋은 자리로 안내한다.
- ⑤ 적절한 인사말과 함께 “ooo고객님, 저는 ooo입니다.” 라고 한 후 목적지를 여쭙는다.

12. 다음 중 I-Message의 대화표현을 사용할 때 주의할 점으로 적절하지 않는 것은?

- ① I - message를 사용한 다음에는 다시 적극적 경청의 자세를 취하도록 한다.
- ② 상대방의 행동이 자신에게 미친 영향을 반복해서 구체적으로 이야기한다.
- ③ 상대방의 행동으로 인해 일어나는 표면적 감정을 표현하기보다 본원적인 마음을 표현하도록 한다.
- ④ 상대방의 습관적 행동이 문제가 되는 경우에는 구체적인 문제해결 방안을 함께 모색한다.
- ⑤ 상대방의 행동으로 인해 생긴 부정적인 감정만 강조하지 않는다.

13. 다음 중 불만고객이 기업에 중요한 이유로 적절하지 않는 것은?

- ① 문제점 조기 파악 및 해결
- ② 고객과의 유대를 강화하여 충성고객으로 전환할 수 있는 기회
- ③ 부정적인 구전효과 최소화
- ④ 재확신 유도
- ⑤ 유용한 정보 제공

14. 다음 중 기업에 대한 고객의 불만원인으로 기업의 업무적 불만 원인으로 가장 적절한 것은?

- ① 서비스 정신 결여
- ② 회사의 규정을 어길 수 없다.
- ③ 특별대우를 할 수 없다.
- ④ 자신이 전문가라는 우월감
- ⑤ 회사에 대한 업무지식 부족

15. 다음 중 성과관리의 필요성으로 개인의 Benefit에 해당되는 것은?

- ① 성과에 대한 명확한 보상
- ② 역량 개발의 책임
- ③ 코칭 의무
- ④ 커뮤니케이션 및 방향성
- ⑤ 업무 목표 및 역량개발의 체계화

16. 다음 중 불만고객응대의 다섯 가지 기본 원칙에 해당되지 않는 것은?

- ① 피뢰침의 원칙
- ② 책임 공감의 원칙
- ③ 행동통제의 원칙
- ④ 언어절제의 원칙
- ⑤ 역지사지의 원칙

17. 직원들이 자신의 업무를 효과적으로 수행할 수 있도록 업무상 비전, 가치, 전략, 서비스 및 제품, 고객 등에 관한 정보를 제공하는 코치의 역할로 가장 적절한 것은 ?

- ① 후원자
- ② 교사
- ③ 멘토
- ④ 역할 모델
- ⑤ 평가자

18. 다음 중 상대에 대한 호감도에 결정적인 영향을 미치는 '대인매력'의 요인으로

적절하지 않는 것은?

- ① 근접성
- ② 친숙성
- ③ 호혜성
- ④ 상보성
- ⑤ **정신적 매력**

19. 다음은 무엇을 설명한 것인가?

- 다른 사람과 싸웠을 때보다 둘도 없이 절친했던 친구와 싸우면 불구대천의 원수가 된다.
- 서로 열렬히 사랑했던 부부일수록 이혼할 때는 서로를 더욱 증오하게 되는 것.

- ① **호감득실이론**
- ② 기대이론
- ③ 강화이론
- ④ 사회교환이론
- ⑤ 인지부조화이론

20. 15도 이내의 목례는 말 그대로 눈인사(eye contact)를 의미한다. 다음 중 목례를 해야 할 사항으로 적절하지 않는 것은?

- ① 계단이나 엘리베이터와 같은 좁은 장소
- ② 화장실이나 식당
- ③ **일상생활에서 직원과 인사할 때**
- ④ 전화 통화 중
- ⑤ 한번 만난 사람을 또 만났을 경우

21. 다음 중 올바른 명함 수수법으로 가장 적절한 것은?

- ① 아랫사람이나 용건이 있는 사람이 자기를 소개한다는 차원에서 먼저 건네는 것은 실례가 된다.
- ② 명함은 만나자마자 교환하는 것이 원칙이다.
- ③ 받은 명함은 앉아서 대화를 나누는 동안 테이블 위에 놓고 이야기 하는 것은 실례가 된다.
- ④ **혹시 모르는 한자가 있을 경우라도 질문하는 것은 실례가 아니다.**
- ⑤ 앉아서 대화를 나누다가도 명함을 교환할 때는 그대로 건네는 것이 원칙이다.

22. 다음은 악수의 기본원칙으로 적절하지 않는 것은?

- ① 여성이 남성에게 악수를 먼저 청한다.
- ② 연장자가 연소자에게 악수를 먼저 청한다.
- ③ 기혼자가 미혼자에게 악수를 먼저 청한다.
- ④ 지위가 낮은 사람이 높은 사람에게 악수를 먼저 청한다.
- ⑤ 남성이 상사인 경우에도 여성 직원에게 악수를 먼저 청한다.

23. 다음 중 원스톱 서비스의 전략계획(Strategic Planning)의 실효성을 높이기 위한 요소로 보기 어려운 것은?

- ① 직원
- ② 교육/훈련
- ③ 고객
- ④ 기술
- ⑤ 책임

24. 서비스는 이질성이 높고 인적 접촉이 많은 상품이므로 각 MOT마다 실패의 가능성이 얼마든지 내재되어 있다. 고객-기업간 관계를 위기에서 기회로 만들 수 있는 효과적인 서비스 회복 방법으로 적절하지 않는 것은?

- ① 서비스 회복 기회 추적
- ② 문제는 발생 후 기업차원에서 처리
- ③ 권한 위임
- ④ 종업원 훈련과 보상
- ⑤ 경험으로부터 학습

25. 다음 중 고객만족의 구성 요소로 간접적인 요소에 해당되는 것은?

- ① 점포분위기
- ② 상품이용의 편리성
- ③ 직원의 서비스
- ④ 사회공헌도
- ⑤ A/S 및 정보

26. 다음 중 프레젠테이션의 4P 중 청중(People)의 분석 요소로 적절하지 않는 것은?

- ① 성별
- ② 좌석배치
- ③ 연령대
- ④ 소득수준
- ⑤ 학력

27. 주장행동을 통해 얻을 수 있는 이점을 모두 고르시오.

- 가. 인간관계의 개선
- 나. 업무능력의 향상
- 다. 자기능력의 신장
- 라. 정신건강의 예방과 증진
- 마. 타인의 행복 추구

- ① 이상모두
- ② 가, 나, 다, 라
- ③ 나, 다, 라
- ④ 가, 다, 라
- ⑤ 가, 라, 마

28. 인터넷 광고의 효과로 옳지 않은 것은?

- ① 전달되는 정보량에 대한 제한이 적어서 소비자에게 풍부한 정보를 제공할 수 있다.
- ② 특정 연령층이나 특정 직업군에 한정되는 제약이 없다.
- ③ 고객과 시장 세분화를 통한 광고가 쉽다.
- ④ 고객과의 상호 작용 능력이 뛰어나다.
- ⑤ 다른 매체에 비해 광고비용이 비교적 저렴하다.

29. 다음중 와 함께 복제할 부분을 지정할 때 사용하는 키는 무엇인가?

- ① Shift
- ② Alt
- ③ Ctrl
- ④ CapsLock
- ⑤ Ins

30. A4용지에 인쇄 작업 시 6장의 슬라이드를 1장에 모두 인쇄하려 할 때 인쇄 대상은?

- ① 슬라이드
- ② 유인물
- ③ 슬라이드 노트
- ④ 개요보기
- ⑤ 슬라이드 마스터