

CS 관리자 2급

CS 개론

1. 다음 중 고객만족의 필요성으로 주변 환경 변화의 측면으로 가장 적절한 것은?

- ① 시장개방화 및 경쟁의 가속화
- ② 고객불만의 구전효과
- ③ 신규고객창출
- ④ 사내직원의 불만감소 및 일에 대한 자긍심 고취
- ⑤ 고객만족된 제품을 생산함으로써 궁극적으로 사회에 공헌

정답 1

2. 다음은 고객만족관리(customer satisfaction Management)의 개념의 시초가 되어 고객만족경영의 발전의 토대가 되었다. ()안에 적절한 것은?

고객만족의 역사는 1972년 미국 농산부에서 농산품에 대한 ()을(를) 측정 발표한 데로 거슬러 올라간다. 1975년부터 5년간에 걸쳐 미국 소비자 문제국이 실시한 '소비자 불만처리' 조사 결과를 기초로 만들어진 '굿맨(Goodman) 이론'에서 고객들의 정서적인 불만요소를 정량적으로 지수화해 발표하면서 미국과 유럽, 일본을 중심으로 고객만족 경영이 발전하였다.

- ① 소비자만족지수(Index of Consumer Satisfaction; CSI)
- ② 고객만족도(Customer Satisfaction Index)
- ③ 고객 충성도((Customer Loyalty)
- ④ 브랜드 옹호자(Brand Advocates)
- ⑤ 국가고객만족지수(National Customer Satisfaction Index ; NSCI)

정답 ①

3. 다음 중 () 안에 가장 적절한 것은?

서비스 프로세스는 조직 내 원재료, 정보, 사람 등 같은 Input을 ()등의 Output으로 변화 시키는 과업이나 활동들의 집합을 의미한다.

- ① 상품, 서비스
- ② 신제품, 경쟁우위
- ③ 제품, 서비스
- ④ 제품, 충성고객
- ⑤ 기업성과, 고객의 니즈

정답 : ③

4. 다음 중 서비스 프로세스에서 구매 전 대기관리의 한 방법인 서비스 생산관리에 해당하지 않는 것은?

- ① 예상 대기시간을 알려준다.(대기 정보제공으로 고객이 선택할 수 있는 기회를 제공한다.)
- ② 공정한 대기 시스템을 구축한다.(번호표, 단일 VS 복수 대기선 활용)
- ③ 커뮤니케이션을 활용한다.(혼잡시간 안내, SMS활동 등)
- ④ 예약 시스템을 활용한다.(병원, 기차, 극장 등)
- ⑤ 대안을 제시한다.(은행을 예로 들면, ARS, ATM, 인터넷 활용 등)

정답 : ①

5. 다음 중 기업의 생존과 성장을 결정짓는 핵심 경영 요소이다. 고객만족경영을 결정짓는 핵심 요소로 가장 적절한 것은?

- ① 기업 이미지, 서비스, 제품
- ② 기업 이미지, 고객, 제품
- ③ 제품, 서비스, 고객
- ④ 경영전략, 제품, 서비스
- ⑤ 경영전략, 고객, 서비스

정답 : ①

6. 다음은 노드스트롬(Nordstrom)의 경영방식을 잘 보여주는 일화이다. 다음 중 일화에서 볼 수 있는 가장 적절한 경영방식은 무엇인가?

세일이 끝난 다음날, 한 부인이 노드스트롬에 바지를 사러 왔다. 그녀는 세일 기간이 끝난 줄도 모르고 자기가 눈여겨두었던 고급 브랜드의 바지를 사고 싶어했다. 그런데 그녀에게 맞는 사이즈가 모두 팔리고 없었다. 판매사원은 그녀가 원하는 바지가 백화점 내에 있는지 연락해보았다. 유감스럽게도 노드스트롬 매장 내에는 그 바지가 없었다. 그러자 건너편 백화점에 알아보았다. 거기에는 고객이 찾는 바지가 있었다. 판매원은 고객이 원하는 바지를 정가에 사와서 세일 가격으로 고객에게 팔았다.

- ① 다양한 제품 구색
- ② 고객을 배려한 쇼핑환경의 제공
- ③ 서비스에 중점을 둔 특별한 가격 정책
- ④ 개인별고객수첩
- ⑤ 조건없는 반품 수용정책

정답 : ③

7. 마이클 해머 교수는 '리엔지니어링과 기업혁명'에서 고객만족경영의 새로운 패러다임으로 '3C의 시대'를 이야기하였다. 다음 중 3C를 바르게 나열한 것은?

가. Customer(고객)	나. Cost(비용)	다. Change(혁신)
라. Contents(컨텐츠)	마. Community(커뮤니티)	바. Competition(무한경쟁)

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

정답 : ②

8. 다음 중 ()에 들어갈 가장 적절한 답을 찾으시오.

기업경영환경의 변화는 (가)의 새로운 패러다임이 되었다. 많은 기업들이 성공적인 기업요건으로 "고객은 왕이다" 또는 "고객이 없으면 기업은 없다(No customer, no business)"라는 슬로건을 흔히 사용하고 있다. 이것은 (나)이 기업 생존 및 성장 경쟁력을 좌우하는 최우선 요인으로 부각되고 있음을 반영하는 것으로써 (가)은 바로 이러한 것을 가능케 하는 경영기법이라 할 수 있다.

- ① 가-고객만족 나-고객만족관리
- ② 가-고객만족경영 나-고객만족관리
- ③ 가-고객만족경영 나-고객
- ④ 가-고객 나-고객만족경영
- ⑤ 가-고객만족관리 나-고객

정답 : ③

9. 다음 중 구매량이 적거나 지리적으로 멀리 떨어져있어 방문 판매원을 판매촉진수단으로 이용하는 것이 기업의 생산성이나 원가관리 측면에서 바람직하지 못한 의미의 고객은?

- ① 충성고객
- ② 잠재고객
- ③ 등대고객
- ④ 한계고객
- ⑤ 기대고객

정답 4

10. 다음 중 고객의 계층에서 제품을 구매하는 정도가 가장 높은 순으로 나열된 것은?

- A. 가망고객
- B. 잠재고객
- C. 골수단골고객
- D. 단골고객(Client)
- E. 손님(Buyer)
- F. 고객(Customer)

- ① C.D.A.B.F.E
- ② D.F.E.A.C.B
- ③ C.D.F.E.A.B
- ④ C.D.F.E.B.A
- ⑤ D.F.E.A.B.C

정답 : 3

11. 다음은 고객의 특성을 이해하여 기업경영의 성공을 거둔 예시이다. 이 기업에서 경영에 적용한 고객의 특성은?

미국의 노드스트롬은 독특한 고객 제일의 경영 철학을 가지고 있다. 이 회사의 종업원 제1규칙은 "어떤 상황에서도 스스로 판단하되 고객에게 가장 좋다고 생각하는 것을 실행하십시오. 그 외 규칙은 없습니다."이다

- ① 고객의 민감한 변화 중시
- ② 고객의 감성 중시
- ③ 고객의 접촉 중시
- ④ 고객의 신뢰 중시
- ⑤ 고객의 가치 중시

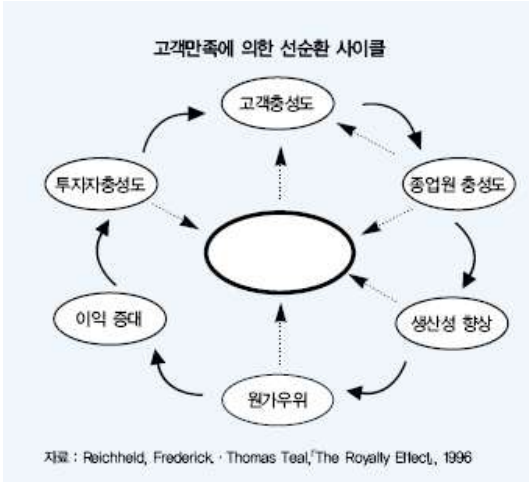
정답 3

12. MBIT의 활용에 대한 설명이다. 다음 중 적절하지 않는 것은?

- ① MBIT는 그 실시와 해석에 분명한 목적을 가져야 한다.
- ② MBIT는 실시방법과 절차가 자유롭고 쉬우며 일상생활에 유용하게 활용할 수 있다.
- ③ MBIT는 실시 후에는 반드시 전문적인 해석이 이루어져야 한다.
- ④ 유형에 대한 잘못된 인식과 선입견을 방지해 주어야 한다.
- ⑤ 성격유형을 진단하는 것이 아니라 자기의 타고난 성향을 찾는 것이다.

정답 : 2

13. 다음 그림에서 빈칸에 들어갈 가장 적절한 것은?



- ① 고객의 욕구
- ② 브랜드 충성도
- ③ 우월한 고객 가치와 고객만족
- ④ 로열티 고객
- ⑤ 고객의 기대 충족

정답 3

14. 다음 중 차별화된 서비스를 제공하려는 기업경영의 자세로 적절하지 않는 것은?

- ① 모든 고객을 만족시키기 위해서 모든 직원들이 모든 포지션에서 업무를 수행할 수 있도록 교육해야한다.
- ② 고객의 니즈가 다양화되는 근본적인 원인, 즉 '고객 니즈의 원동력(driver)'를 찾아야 한다.
- ③ 모든 고객의 모든 니즈를 만족하겠다는 생각은 버려야한다.
- ④ 발상의 전환이 필요하다.
- ⑤ 직원의 업무 분장이 보다 명확해져야만 그 미션에 따라 맞춤형 고객 서비스 제공이 가능해진다.

정답 1

15. 우수고객에 대한 그룹핑을 실시해서 고객의 구매시기, 최근구매한 시기와 구매횟수, 얼마만큼을 이용했는지가 관건이다 이를 의미하는 것은?

- ① RFM
- ② CIP
- ③ blackbox model
- ④ AIDA 모델
- ⑤ CPM

정답 1

16. 다음 Mass Marketing과 CRM을 비교한 것 중 가장 적절한 것은?

- ① 판매측면에서 매스마케팅은 거래를 기반으로 하지만, CRM은 가치를 기반으로 한다.
- ② 고객 접근방법으로 Mass Marketing은 특정 고객을 대상으로 하고 CRM은 불특정다수 고객을 대상으로 한다.
- ③ Mass Marketing의 주요 관심영역은 고객과의 일대일 관계에 있고, CRM의 주요 관심영역은 집단고객에 있다.
- ④ 고객과의 관계측면에서 매스마케팅은 고객과의 관계형성에 목표를 두고 있지만, CRM은 신규고객개발에 더 많은 의미를 둔다.
- ⑤ Mass Marketing은 고객 점유율(Customer share)제고를 통한 매출 증대를 CRM은 시장 점유율 제고를 통한 매출 증대를 목표로 한다.

정답 1

17. 다음 중 고객관계관리(CRM)의 도입 후 기대 효과이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 휴면고객 활성화 및 우량고객 유지
- ② 고객이탈 방지와 고객가치 증대
- ③ 고객의 이익기여도에 따른 전략수립 가능
- ④ 효과적인 마케팅전략의 설계
- ⑤ 부서간 데이터 독립 및 정보자산의 효율적 활용

정답 : 5

18. 메슬로우(Maslow)의 욕구 5단계 유형에서 가장 높은 부분에 해당되는 것은?

- ① 안전, 위험, 사고로부터의 보호
- ② 능력 기술 및 잠재적 성장이 최고조에 다다랐을 때 발생
- ③ 동료간의 친화감 대인간의 만족
- ④ 자기 존경 목적 달성 후의 안전 자신감 등
- ⑤ 인간의 가장 기본적인 욕구로 식사, 고통회피, 직장에서는 봉급 및 작업환경

정답 : 2

19. 쇼펜하우어의 '고슴도치 딜레마'가 직장에서의 인간관계에 주는 교훈은?

- ① 엄숙한 자세로 일을 해야 한다.
- ② 다른 사람이 접근하는 것을 금지해야 한다.
- ③ 적당한 거리를 유지해야 한다.
- ④ 개인은 전체의 한 부분이다.
- ⑤ 타인의 삶에 지나치게 간섭해야 한다.

정답 3

20. 유태인이라는 사실만으로 인식하고 빈틈이 없고 욕심이 많고 야심적이며 약삭빠르다고 판단하는 것은 대인 지각의 왜곡 오류 중 어디에 속하는 것인가?

- ① 후광효과 ② 대조효과 ③ 투영효과 ④ 스테레오타입 ⑤ 최신효과

정답 4

21. 다음은 CRM 성공요인을 설명한 것이다. ()에 알맞은 것은?

콜센터, 유선 인터넷, 무선 인터넷 등 고객과의 접촉 ()은(는) 다양화되고 있다. 이 ()들의 각 특성을 최대한 활용함과 동시에 여러 ()에 걸쳐있는 기능들을 통합적으로 관리, 운영하는 것도 중요하다. 고객들에게는 ()의 종류와는 관계없이 일관된 경험을 제공하고 고객과의 상호작용한다.

- ① 제품
- ② 데이터
- ③ 채널
- ④ 유통경로
- ⑤ 서비스

정답 3

22. 교류분석에서 대화란 어떤 사람의 하나의 자아 상태에서 보내지는 (a)에 다른 사람의 자아 상태에서 (b)이 되어 되돌아오는 것이다. 연결이 바른 것은?
- ① a-자극, b-작용
 - ② a-작용, b-반응
 - ③ a-자극, b-경청
 - ④ a-자극, b-반응
 - ⑤ a-경청, b-반응

정답 4

23. 서비스의 경영학적 정의에 관한 설명이다. 다음 중 활동론적 정의는?
- ① 판매를 목적으로 제공되거나 또는 상품 판매와 연계해 제공되는 모든 활동, 편익만족
 - ② 시장에서 판매되는 무형의 상품
 - ③ 인간의 인간에 대한 봉사
 - ④ 서비스는 무형적 성격을 띠는 일련의 활동으로서 고객과 서비스 종업원의 상호관계에서부터 발생해 고객의 문제를 해결해 주는 것
 - ⑤ 서비스는 무형재가 아니며 무형재로 판매되지도 않는다.

정답 : 1

24. 서비스의 특징으로 서비스는 저장이 불가능하다는 소멸 가능성을 일컫는다. 다음 중 소멸 가능성의 특징을 극복하기 위한 전략으로 수요측면에 속하지 않는 것은?
- ① 극장의 초저녁 할인가격이나 렌트카의 경우 주말 할인의 가격차별화 전략
 - ② 맥도널드의 아침식사 개발의 피크타임이 아닐 때 수요도 개발 전략
 - ③ 호텔의 경우 기다리는 고객들을 위한 칵테일 라운지 운영의 피크타임 때 보충서비스 개발 전략
 - ④ 고객이 물건을 구입할 때 직접 포장하도록 하는 고객참여 증대를 활성화하는 전략
 - ⑤ 수요의 수준을 관리하는 예약시스템 전략

정답 4

25. 사전서비스 중 서비스의 예약을 확보하기 위한 방안으로 적절하지 않는 것은?
- ① 예약을 권장하는 메일, 광고나 선전을 한다.
 - ② 회원제를 활용한다.
 - ③ 한 번 예약을 이용한 고객이 구두로 전하는 선전을 이용할 수도 있다.
 - ④ 서비스의 제공 단위를 일률화 시킨다.
 - ⑤ 사전 예약 가격을 우대한다

정답 : 4

26. 다음 중 관광서비스의 중요성이다. 적절하지 않는 것은?
- ① 최고급의 숙련 전문화된 서비스를 요구한다.
 - ② 차별화된 고품위 서비스를 요구한다.
 - ③ 철저한 준비를 요하는 서비스이다.
 - ④ 관광서비스는 모방이 쉽지 않다.
 - ⑤ 고객들은 빈틈없이 만족과 감동을 주는 서비스 보다 물리적인 서비스를 선호한다.

정답 : 5

27. 다음 말콤발드리지(Malcolm Baldrige)의 경영모델 중 가장 높게 책정한 평가 항목은?

- ① 정보와 분석
- ② 리더십
- ③ 고객에의 관심과 만족도
- ④ 인적자원 개발과 관리
- ⑤ Quality와 업적성과

정답 : 4

28. 다음 중 GE의 서비스 기업이 주는 10가지 교훈의 속하지 않는 것은?

- ① 고객의 욕구와 기대를 바탕으로 근본을 결정하라
- ② 고객의 총체적인 경험을 생각하고 행동하라
- ③ 종업원 감정을 통제할 수 있도록 교육시켜라
- ④ 관리자의 서비스 접점(MOT)을 활동을 제한 한다.
- ⑤ 모든 고객을 귀빈으로 대접하라

정답 : 4

29. 서비스에서 지속적인 경쟁 우위를 점하기 위해 만족시켜야 하는 조건에 적절하지 않는 것은?

- ① 고객으로부터 가치 있다고 평가 받지 못할 경우 추가적인 판매효과를 얻을 수 없다.
- ② 대체가능성은 경쟁자가 이와 유사한 이점을 활용할 수 있을 때 발생한다.
- ③ 기업이 우선적으로 갖추어야 할 능력이 부족하다면 지속적 경쟁 우위로 개발될 수 없다.
- ④ 차별화된 서비스는 경쟁자들이 쉽게 모방되기 때문에 경쟁의 목적으로 작용한다.
- ⑤ 서비스의 경험적 속성 때문에 구매자의 전환비용은 제품보다 서비스에서 더욱 높다.

정답: 4

30. 다음 중 업무상 요구되는 감성지능의 5가지 요소에 포함되지 않는 것은?

- ① 자아인식
- ② 자기조절
- ③ 동기부여
- ④ 감정이입
- ⑤ 사회적응기술

정답 5

cs 전략론

1. 다음은 서비스 청사진을 이용하여 과정을 설계 할 때의 장점이 아닌 것은?

- ① 종업원으로 하여금 자신이 하는 일과 전체 서비스와의 관계를 파악할 수 있어 자기의 직무는 물론 고객 지향적인 사고를 고취할 수 있다.
- ② 서비스 활동의 흐름에서 취약한 고객접점 서비스 및 병목현상을 파악하여 품질 개선의 자료로 활용할 수 있다.
- ③ 외부 고객과 종업원 사이의 상호 작용선을 통해 고객이 경험하는 서비스품질을 알게 하여 서비스설계에 공헌할 수 있다.
- ④ 서비스 전달과정 중 실수 가능점(potential failpoints)을 통하여 실수를 원천봉쇄 할 수 있는 서비스를 설계하는데 도움을 준다.
- ⑤ 서비스의 각 요소에 투자된 원가, 이익, 자본 등을 확인하고 평가하기 위한 기반을 제공한다.

정답 : 5

2. 다음 중 피자전문점의 서비스 청사진을 작성할 경우 서비스 청사진 구성요소의 성격이 다른 하나는?

- ①接客, 인사, 좌석안내
- ② 주문접수
- ③ 신용카드 및 포인트 카드 시스템
- ④ 메뉴판 전달
- ⑤ 식사준비

정답 3

3. 다음 중 서비스 모니터링의 궁극적인 목적으로 볼 수 없는 것은?

- ① 직원 잠재능력 개발을 통한 전문적 상담 스킬을 향상
- ② 고객응대의 질적 개선을 통한 고객만족도 향상
- ③ 고객 만족과 로열티, 수익성 향상을 위한 관리 수단
- ④ 서비스 직원의 평가 또는 통제 수단으로 활용
- ⑤ 기본 서비스 기준 사항을 정확히 준수하는지를 확인, 평가 수단

정답 4

4. 고객과의 접촉이 많은 서비스 접점에서 만족도 조사 설문으로 가장 적절하지 않는 것은?

- ① 서비스는 정시에 이루어졌는가?
- ② 요금은 예상금액 범위 내인가?
- ③ A/S 에 대한 불만 사항은 없는가?
- ④ 고객을 깎듯이 대했는가?
- ⑤ 설명은 이해되었는가?

정답 : 3

5. 서비스의 전달 시스템을 고객 입장에서 이해하는 방법으로 고객과의 접점들을 리스트화하여 고객이 서비스를 받는 시점부터 서비스의 완료시점까지를 정리하고 이 과정에서 서비스 접점의 불량 포인트를 고객입장에서 분석하는 방법을 무엇이라 하는가?

- ① 서비스 사이클 차트
- ② 프로세스 플로우 차트
- ③ 피시 본 차트
- ④ 포스트 필드 분석
- ⑤ 시간 분석

정답 1

6. 다음 내용은 무엇에 대한 개념인가?

20%의 핵심고객으로부터 80%의 매출이 나온다는 유명한 파레토 법칙과 반대되는 개념으로 '역(逆) 파레토 법칙'이라고도 한다. 무한대의 진열이 가능한 인터넷 서점 '아마존닷컴'에서 일 년에 몇 권 안팔리는 80%의 소외 받던 책들의 매출 합계가 20%의 베스트셀러들의 매출을 능가하는 의외의 결과를 두고 인터넷이 가져다준 유통혁명과 관련지어 미국의 인터넷 비즈니스 잡지 와이어드의 크리스 앤더슨 편집장이 만든 개념이다.

- ① 깨진유리창의 법칙
- ② 틈새시장
- ③ 롱테일 법칙
- ④ 코즈의 법칙
- ⑤ 경영의 황금률

정답 3

7. 다음 중 서비스 패러독스의 원인으로 적절하지 않는 것은?

- ① 서비스의 표준화
- ② 서비스의 차별화
- ③ 서비스 인간성 상실
- ④ 기술의 복잡화
- ⑤ 종업원 확보의 악순환

정답 : 2

8. 모든 품질차원의 요인들이 고객 불만해소에 영향을 주고 있으며 그 영향도가 서로 다를 수 있다. 애프터서비스품질차원의 요인들 중 영향도가 가장 높은 것은?

- ① 태도 및 행동
- ② 서비스 처리시간
- ③ 전문성/기술
- ④ 편의성
- ⑤ 정책

정답 3

9. 세계 어느 곳의 리츠칼튼을 방문하더라도 고객에게 만족스런 기억을 갖게 하는 비결은 '고객인지프로그램(Customer Recognition Program)'이다. 다음 예시는 이 서비스를 가능하게 하는 고객 정보관리 시스템을 갖추고 위한 기법이다. ()안에 가장 적절한 용어는?

리츠칼튼 서울에 투숙했던 고객이 알레르기가 있는 손님이라면 이 사실이 ()로 작성되어 제출된다. 이 자료는 컴퓨터시스템의 고객 이력파일에 입력되고, 매일 갱신된 고객 이력파일은 체인 전체의 데이터베이스에 저장된다. 이것을 바탕으로 호텔은 매일 예약자 명단을 확인하고 고객파일을 열어 고객의 정보를 미리 파악한다. 그리고 나서 고객이 도착하기 전에 어떤 서비스를 할 것인지를 준비한다.

- ① 고객기호카드
- ② 불편사항 처리 카드
- ③ 고객관리 코디네이터
- ④ 고객 인지 카드
- ⑤ 고객 경험 카드

정답 1

10. 성공한 서비스 회사들은 모두 일정한 형태의 순환 연결고리(체인)을 가지고 있다. 이들 서비스 기업의 공통점을 서비스 수익 모델(체인)이라 한다. 다음 중 공통점으로 보기 어려운 것은?

- ① 기업의 성장은 고객의 충성도에 연결된다.
- ② 고객의 만족은 고객이 느끼는 제품 가치에 연결된다.
- ③ 서비스 가치는 종업원의 생산성에 연결된다.
- ④ 종업원 충성도는 종업원의 만족에 연결된다.
- ⑤ 종업원의 만족은 업무생활의 내부 품질에 연결된다.

정답 : 2

11. 다음은 제품 차별화 전략의 한 예시이다. 이때 적용한 제품의 차별화 수단은?

- 제품 기능 자체 보다는 자아 이미지와 준거집단의 가치 표출에 의해 차별화를 꾀하는 경우
- 고급 골프웨어 브랜드나 고급 승용차 등은 그 기능상에는 큰 차이가 없지만 사회적 계층의식과 권위의식을 부각하는 경우
- 고가의 공공적 사치품(겉으로 드러나는 고가 제품)에 적용할 때 효과적임

- ① 기능요소 차별화
- ② 상징요소 차별화
- ③ 감성요소 차별화
- ④ 유형적 제품 차별화
- ⑤ 이성요소 차별화

정답 2

12. 다음 중 우리나라 의료시장의 환경변화에 대한 설명으로 적절하지 않는 것은?

- ① 의료시장의 개방으로 글로벌 경쟁체제에 돌입하게 되었다.
- ② 병원의 대형화, 전문화, 네트워크 등 다양한 형태의 의료기관이 나타나고 있다.
- ③ 기본 진료행위 외에 의료진의 태도와 친절, 시설, 접근성 등 부가적인 서비스의 중요성이 커지고 있다.
- ④ 의사인력의 공급이 크게 증대되어 공급자 중심의 시장이 형성되고 있다.
- ⑤ 의료정보에 대한 소비자들의 접근이 용이해지고 있다.

정답 4

13. Lovelock의 서비스의 품질관리 구현 시 유의할 사항으로 적절하지 않는 것은?

- ① 어려운 시기일수록 품질관리에 소요되는 비용의 증대를 회피하지 말아야한다.
- ② 종업원의 품질관리를 잘못 해석하지 않도록 해야 한다.
- ③ 조급한 권력이양을 피해야 한다.
- ④ 결과 위주보다는 과정 위주에 초점을 맞추어야한다
- ⑤ 품질관리에서 중요한 목적은 측정되어야 한다.

정답 4

14. 다음 중 지각된 서비스 품질의 결정요인의 상대대적 중요성을 결과적 측면에서 바르게 나열한 것은?

- ① 신뢰성 > 반응성 > 확실성 > 공감성 > 유형성
- ② 반응성 > 신뢰성 > 확실성 > 공감성 > 유형성
- ③ 신뢰성 > 반응성 > 공감성 > 확실성 > 유형성
- ④ 유형성 > 반응성 > 확실성 > 공감성 > 신뢰성
- ⑤ 신뢰성 > 공감성 > 확실성 > 반응성 > 유형성

정답 1

15. 다음 중 서비스 품질 개선 방안으로 보기 어려운 것은?

- ① 서비스 품질 결정 요소 파악
- ② 고객에게 서비스 내용 제공
- ③ 자동화 실천
- ④ 고객 기대관리
- ⑤ 서비스의 무형적 요소 관리

정답 5

16. 다음 중 서비스 종사원의 역할 모호성의 발생 원인으로 볼 수 없는 것은?

- ① 서비스 표준 부재
- ② 개인이 역할과 관련된 충분한 정보를 가지고 있지 못할 때
- ③ 우선순위가 없는 서비스 표준
- ④ 하향적 의사소통
- ⑤ 직무행위의 결과를 모를 때

정답 4

17. 다음 내용이 설명하는 마케팅 조사 기법은 무엇인가?

표적시장으로 예상되는 소비자를 일정한 자격기준에 따라 6~12명 정도 선발하여 한 장소에 모이게 한 후 면접자의 진행 아래 조사목적과 관련된 토론을 함으로써 자료를 수집하는 마케팅조사 기법이다. 토론을 통하여 소비자의 심리상태를 파악하는 정성적(qualitative) 조사방법이며, 면접법의 결과로 설문지 작성에 필요한 기본정보를 수집할 수 있고, 신제품에 대한 아이디어, 소비자의 제품 구매 및 사용실태에 대한 이해, 제품사용에서의 문제점 등을 파악할 수 있다.

- ① on-line survey
- ② FGI
- ③ in-depth interview
- ④ on-line focus group
- ⑤ ZMET

정답 2

18. 다음 중 고객만족도 측정의 3원칙을 맞게 나열한 것은?

가. 계속성
나. 정확성
다. 전문성
라. 독립성
마. 정량성
바. 신뢰성

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

정답 1

19. 다음 중 고객만족지수(Customer Satisfaction Index)에 대한 설명으로 적합하지 않는 것은 무엇인가?

- ① 고객의 마음속에 존재하는 만족과 불만족의 요소를 집중적으로 파악하는데 중점을 두는 고객만족도 조사를 통해 산출되는 지수이다
- ② CSI의 종류는 고객만족지수, 직원만족지수, 협력업체만족지수가 있다
- ③ 조사목적은 고객의 종합적, 분야별 만족도를 파악하여 고객만족도 개선을 위한 정책의 수립 및 조사결과를 회사 경영에 피드백 하는데 있다
- ④ 고객만족도 조사방법은 정성조사와 정량조사가 있다.
- ⑤ 정성조사 방법으로 FGI, 설문지조사 방법이나 전화조사, 이메일조사 등이 있다

정답 5

20. 다음 중 고객만족도 향상을 위한 요소로 하드웨어에 해당되는 것은?

- ① 기업의 이미지
- ② 기업의 상품
- ③ 조직문화
- ④ 고객관리시스템
- ⑤ 부가서비스

정답 1

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

- ① 고객의 요구사항이나 문제점을 명확히 규명함으로써 다수 고객의 차별화된 니즈를 파악할 수 있다.
- ② 능동적이며 적극적인 소비자들을 연구개발의 보조자로 활용하여 차별화된 제품 개발이나 제품/기술 혁신을 이끌어 낼 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 있게 됨으로써 고객을 Lock-in할 수도 있을 것이다.
- ⑤ 리스크의 원천을 미리 감지하여 이를 회피 또는 완화할 수 있다는 점이다.

정답 1

22. 다음은 고객 충성도 전략의 기법으로 1989년 CEO로 취임한 Rich Teerlink 가 이런 고객들의 커뮤니티를 지원하기 위하여 만든 프로그램은?

- ① HOG
- ② CRM
- ③ TQM
- ④ BSC
- ⑤ SEM

정답 1

23. 다음 중 서비스 회복 전략으로 보기 어려운 것은?

- ① 고객이 불만을 쉽게 토로할 수 있게 만든다.
- ② 불만족에 대한 적절한 대처방식을 디자인한다.
- ③ 불만처리에 대한 상황을 경영층에 전달하는 체계를 구축한다.
- ④ 재발의 방지를 위한 방안을 마련한다.
- ⑤ 서비스 담당자가 서비스 불만을 해결할 수 있도록 되도록 많은 권한을 위임해야한다.

정답 5

24. 다음 중 서비스 GAP 4의 원인으로 가장 적절한 것은?

- ① 역할 모호성 및 역할의 갈등
- ② Communication 부족 또는 부적합
- ③ 서비스 업무 표준화 결여
- ④ 업무에 적합하지 않는 감독 통제 시스템
- ⑤ 팀워크의 결여

정답 2

25. 기업이 성공하기 위해서는 소비자 트렌드를 파악해 상품 및 서비스 개발과 마케팅 전략에 적극 반영해야 한다. 다음은 IBM CX Forum에서 발표한 아시아의 소비자 태도 변화에 대한 7가지 추세로 볼 수 없는 것은?

- ① 산업의 변화에 따른 기업의 포커싱 변화
- ② 대형 유통 업체의 진출 및 생성
- ③ 시장의 구조조정
- ④ 정보에 대한 거부감 감소
- ⑤ 소비자의 가치 변화

정답 4

26. 다음 중 맥도날드의 기업목표는 100% 고객만족을 창출하고 다른 패스트푸드 음식점과의 차별화를 이루는 것으로 설정되어있으며 'QSVC'를 기업목표를 달성하기 위한 네 가지 방침으로 하고 있다. 다음 중 적절하지 않는 것은?

- ① 품질(Quality)
- ② 서비스(Service)
- ③ 가치(Value)
- ④ 청결함(Cleanliness)
- ⑤ 고객(Customer)

정답 5

27. 다음 중 고객 세분화 요건에 속하지 않는 것은?

- ① 구매행위와 태도
- ② 시장의 크기
- ③ 접근 가능성
- ④ 산업의 성숙도
- ⑤ 수익성

정답 5

28. 다음은 고객가치 모델에 대한 설명이다. 연결이 적절하지 못한 것은?

- ① 감각적 요인 - 고객이 오감으로 느낄 수 있는 감각적인 요인, 색조, 소리, 소음, 이웃의 소음, 청결, 분위기 등
- ② 절차적 요인 - 유통업의 경우 상품 구색의 풍부함과 품질의 신뢰성 등
- ③ 인간적 요인 - 종업원의接客태도, 다른 고객의 언동이나 복장, 고객 서비스 등
- ④ 정보 요인 - 고객이 서비스를 받는데 필요한 정보
- ⑤ 금전적 요인 - 지불하는 금액에 맞는 대우를 받는다는 느낌

정답 : 2

29. 기업이 행하는 소비자교육에 의해 그 기업에 대한 신뢰도가 높아지고 호의적인 구전의 파급효과가 기대될 뿐만 아니라 상품구입 의도가 강화되어 시장 확대에 공헌한다는 법칙은?

- ① 구드맨 제1법칙
- ② 구드맨 제2법칙
- ③ 구드맨 제3법칙
- ④ 구드맨 제4법칙
- ⑤ 구드맨 제5법칙

정답 : 3

30. 다음 경영마인드 중에서 경쟁조직과 비교하여 고객에게 상대적으로 더 큰 만족을 제공하고자 하는 것으로 주로 핵심역량이 그 원천이 되는 것은 무엇인가?

- ① 경영윤리마인드
- ② 고객중심 마인드
- ③ 경쟁우위 마인드
- ④ 고객 가치 극대화 마인드
- ⑤ 고객신뢰 마인드

정답 3

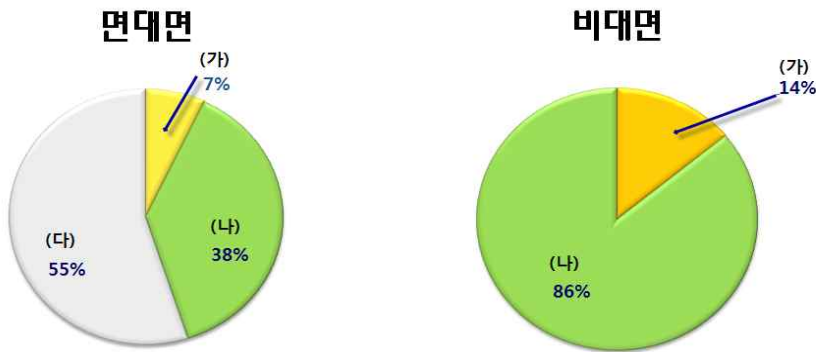
고객실무론

1. 다음 중 전화 응대의 중요성으로 적절하지 않는 것은?

- ① 업무처리에 중요한 위치를 차지하고 그 사용능력을 향상 시키는 것은 곧 업무능력 향상과 직결된다.
- ② 고객과의 유대를 강화시켜 고객유지율을 증가시킨다.
- ③ 전화는 서비스의 중요한 수단이 된다.
- ④ 전화 응대 서비스는 전화를 활용하여 시간과 노력의 효율을 증가된다.
- ⑤ 전화응대를 통한 대 고객 서비스의 폭을 확대된다.

정답 2

2. 전화응대 시 특징으로 얼굴을 맞대지 않고 행해지는 비대면 커뮤니케이션이다. 다음은 면대면과 비대면의 구성요소로 연결이 바른 것은?



알버트 메라비언(Albert Mehrabian)의 커뮤니케이션의 전달의 정도

- ① 가-언어적 요소 나-청각적 요소 다-시각적 요소
- ② 가-청각적 요소 나-언어적 요소 다-시각적 요소
- ③ 가-시각적 요소 나-청각적 요소 다-언어적 요소
- ④ 가-언어적 요소 나-시각적 요소 다-청각적 요소
- ⑤ 가-청각적 요소 나-시각적 요소 다-언어적 요소

정답 1

3. 다음 중 바른 호칭사용법으로 적절하지 않는 것은?

- ① 친구나 동료처럼 대등한 위치에 있는 사람이라면 자연스럽게 이름을 부른다.
- ② 본인 입석하에 지시를 전달할 때는 직위나 직명으로 호칭한다.
- ③ 상급자의 경우 상사의 성과 직위 다음에 님의 존칭을 붙인다.
- ④ 하급자 또는 동급자의 경우 성과 직위 또는 직명으로 호칭한다.
- ⑤ 사내에서는 직급과 직책 중에서 더 상위개념을 칭하는 것이 통상적인 예의이다.

정답 2

4. 다음 중 콜센터 업무 분류 중 아웃바운드 콜 서비스에 속하는 것은?

- ① A/S접수
- ② 텔레뱅킹
- ③ 해피콜
- ④ 전화 교환 서비스
- ⑤ 승인

정답 3

5. 콜센터 기획 구성 시 고려해야 할 점이 아닌 것은?

- ① 주요 대상고객의 데이터 확보와 관리방안이 필요
- ② 직원 채용방법과 관리방안 마련이 필요
- ③ 콜센터 구축에 따른 지속적 운영비용관리가 필요
- ④ 초기운영은 100% 전화 채널을 이용하는 것이 바람직
- ⑤ 전문 상담능력의 정착 및 자문 컨설팅 요청 등의 방법 고려

정답 4

6. 고객응대 시 질문 상황에서의 종류 중 선택형 질문(Closed Question)이 필요할 경우는?

- ① 고객이 적극적으로 이야기하게 함으로써, 고객의 니즈를 파악할 경우
- ② 고객들의 마음에 여유를 가지게 해야 할 경우
- ③ 고객의 니즈에 초점을 맞추어야 할 경우
- ④ 고객의 답변에 초점을 맞추어야 할 경우
- ⑤ 처리해야할 사항을 확인 받아야 할 경우

정답 3

7. 방문객 안내법 중 찾는 사람이 부재중인 경우 안내법으로 적절하지 않는 것은?

- ① 외출 장소, 사내 또는 사외에 있는지 여부, 귀사 예정 시간은 상세히 알려준다.
- ② 귀사 여부가 불명확한 경우 시간이 걸릴 때는 용건을 물어둔다.
- ③ 대리인이 업무를 대신 처리해도 되는지 여부를 확인한다.
- ④ 고객이 약속을 한 후 방문했는데 찾는 사람이 부득이 부재중이라면 본인을 대신하여 정중히 사과한다.
- ⑤ 고객의 연락처를 물어 본인이 귀사하면 연락하도록 전언한다.

정답 1

8. 다음 중 고객을 안내하는 방법으로 적절하지 않는 것은?

- ① 인사를 하고 목적지를 알려준다.
- ② 고객 보다 두 세 걸음 앞에서 안내한다.
- ③ 엘리베이터로 안내할 때는 고객을 먼저 태우고 필요한 층의 버튼을 누른다.
- ④ 목적지에 도착하면 노크를 하고 문을 연 다음 고객보다 먼저 입실하여 고객에게 상석을 권한다.
- ⑤ 방문객 안내 중 복도에서 마주치는 고객에게 가볍게 인사한다.

정답 4

9. 다음 중 에드워드 홀의 공간적 영역과 거리의 연결이 적절하지 않는 것은?

- ① 친밀한 거리 : 0Cm ~ 35Cm
- ② 개인적 거리 근접영역 : 40Cm ~ 1m
- ③ 사회적 거리 원접영역 : 3.5m ~ 6m
- ④ 대중적 거리 근접영역 : 6m
- ⑤ 대중적 거리 원접영역 : 10m

정답 1

10. 다음 중 기업에 대한 고객의 심리적 불만 원인에 해당되는 것은?

- ① 담당 직원의 업무지식 미숙
- ② 설명 불충분
- ③ 서비스 정신 결여
- ④ 자신이 서비스 전문가라는 우월감
- ⑤ 고객감정에 대한 배려 부족

정답 4

11. 다음 중 고객 기본응대 화법으로 고객이 한 말을 반복하여 이해와 공감을 얻으며, 고객이 거절하는 말을 그대로 솔직하게 받아주는 데 포인트가 있는 화법은?

- ① 간접부정법
- ② 직접부정법
- ③ 산울림법
- ④ 레이어드법
- ⑤ 자료전화제시법

정답 3

12. 다음 중 코칭을 위한 질문으로 문제해결을 위한 효과적인 질문으로 가장 적절한 것은?

- ① 이런 제안에 대해 어떻게 생각하는가?
- ② 이 방법의 장점은 무엇인가?
- ③ 이것과 저것의 차이점은 무엇인가?
- ④ 누가 이 일과 관련이 있는가?
- ⑤ 우리가 잘못하고 있는 것은 무엇인가?

정답 5

13. 고객에게 잘못된 서비스 제공으로 인해 실패를 회복해야 할 경우의 행동 수칙 중 권유사항이 아닌 것은?

- ① 문제를 인정한다.
- ② 규정 및 방침을 설명한다.
- ③ 원인을 규명한다.
- ④ 보상한다.
- ⑤ 해결대안을 제시한다.

정답 2

14. 어떤 사람을 좋아하면 그 사람이 행한 모든 것을 호의적으로 보는 경향을 의미하는 용어는?

- ① 관용효과
- ② 후광효과
- ③ 대비효과
- ④ 물결효과
- ⑤ 비교효과

정답 2

15. 자기 표현 방법 중 상대방의 문제를 지적하기보다는 그 행동을 전반적인 성격특성이나 인격으로 확대시켜 표현하는 말을 무엇이라 하는가?

- ① 나-전달법

- ② 너-전달법
- ③ Do 언어
- ④ Be 언어
- ⑤ 타인의 수용과 이해

정답 4

16. 다음 중 정중한 인사를 해야 할 상황으로 가장 적절한 것은?

- ① 상사의 외출과 귀가할 때
- ② 사람이 많은 공공장소에서 상사를 만났을 때
- ③ 복도나 계단에서 상사를 만났을 때
- ④ 지시 또는 보고 후
- ⑤ 예의를 갖춰 감사의 표현을 할 때

정답 5

17. 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 나누기 전 명함집에 넣는 것이 예의이다.
- ④ 혹시 모르는 한자가 있을 경우라도 질문하는 것은 실례가 된다.
- ⑤ 앉아서 대화를 나누다가도 명함을 교환할 때는 일어서서 건네는 것이 원칙이다.

정답 5

18. 다음은 악수하는 요령에 관련된 내용이다. 맞는 것은?

- ① 남자, 여자 모두 장갑을 착용한 경우 악수 시에는 장갑을 벗는다.
- ② 악수를 하면서 허리는 약간 굽힌다.
- ③ 여성이 자리에 앉아 있을 때 남성이 악수를 청할 경우 여성의 경우 앉아서 악수를 해도 무방하다.
- ④ 감정의 표현이 필요한 경우 악수를 하면서 상대방의 손을 계속해서 잡고 말을 걸어도 무방하다.
- ⑤ 남성이 상사인 경우에도 여성 직원에게 악수를 먼저 청하는 것은 실례가 된다.

정답 : 3

19. 다음 중 엘리베이터나 계단 이용 시 매너로 적절하지 않는 것은?

- ① 엘리베이터를 탈 때는 손님보다 나중에 타고, 내릴 때는 손님보다 먼저 내린다.
- ② 방향을 잘 알고 있는 뒷사람이나 여성과 함께 엘리베이터를 이용한다면, 뒷사람 또는 여성이 먼저 타고 내려야 한다.
- ③ 엘리베이터로 들어갈 때는 정중앙 자리가 상석이다.
- ④ 계단을 올라갈 때는 남성이 여성보다 먼저 내려갈 때는 여성이 앞서게 하는 것이 예의이다.
- ⑤ 계단 이용 시 연장자나 상급자가 중앙에 서게 한다.

정답 3

20. 기업의 상품이나 서비스를 구매하지 않고 기업이 제공하는 혜택을 누리는 소비자를 일컫는 용어는?

- ① 채리피커(chery picker)
- ② 프로슈밍 (Prosuming)
- ③ 프리터 족(freeter)
- ④ 매스티지(masstige)
- ⑤ 매스클루시버티(massclusivity)

정답 1

21. 다음은 얀 칼슨의 고객만족의 관한 이야기이다. ()에 들어갈 가장 알맞은 용어는?

얀 칼슨은 그의 저서 진실의 순간에서, 서비스 업무 개선의 중요성을 '소매업에서는 가격이 하루 만에 똑같아지고 상품 품목은 3일 만에 모방된다. 차이를 좁히기 힘들고 따라할 수 없는 것이 ()다' 라고 설명했다.

- ① 고객가치
- ② 고객충성도
- ③ 서비스 품질
- ④ 서비스
- ⑤ 고객응대

정답 4

22. 다음 중 청중의 속성을 파악하는 방법 중 청중들을 잘 아는 정보원을 통해 청중의 속성에 관해 질문하는 방법을 무엇이라 하는가?

- ① 직접적 정보수집
- ② 내부자원을 이용한 정보수집
- ③ 간접적 정보수집
- ④ 추론에 의한 정보수집
- ⑤ 외부자원을 이용한 정보수집

정답 3

23. 다음 중 프레젠테이션의 4P에 포함되지 않는 것은?

- ① Purpose
- ② People
- ③ Place
- ④ Preparation
- ⑤ Presenter

정답 5

24. 다음 중 정치인의 대중 연설, 토론이나 회의 참여자의 소견발표 등을 위한 스피치의 종류는?

- ① 설득 스피치
- ② 정보제공 스피치
- ③ 격려 스피치
- ④ 유희 스피치
- ⑤ 홍보 스피치

정답 1

25. 다음 중 코칭의 특징으로 적절하지 않는 것은?

- ① 미래지향적
- ② 행동변화에 중점
- ③ 스스로 문제를 발견하고 해결
- ④ 양방향적인 관계
- ⑤ What에 집중

정답 5

26. 고객이 추구하는 4가지 가치 유형에 해당되지 않는 것은 무엇인가?

- ① 추구가치
- ② 기대가치
- ③ 기본가치
- ④ 소망가치
- ⑤ 예상외 가치

정답 1

27. 주장행동에 관한 주의사항이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 주장적 행동은 상황에 따라서 구체적으로 하는 경우와 아닌 경우가 있다.
- ② 항상 주장적일 필요는 없다.
- ③ 주장적 행동이 완전한 해결책은 아니다.
- ④ 다른 사람의 권리도 인식해야 한다.
- ⑤ 갑자기 주장적 행동을 하게 되는 경우 타인에게는 공격적이라고 보여질수도 있다.

정답 1

28. 두 가지 이상의 색상이 자연스럽게 다른 색으로 변하는 효과는 무엇인가?

- ① 전경색 바꾸기
- ② 페더효과
- ③ 브러쉬
- ④ 그라디언트
- ⑤ 플로우

정답 4번

29. 슬라이드에 애니메이션 효과를 설정할 때 차트에서 적용할 수 없는 애니메이션은?

- ① 타자기 효과
- ② 시리즈로
- ③ 종류구성 요소별로
- ④ 한꺼번에
- ⑤ 나타내기

정답 1

30. 다음 중 전자상거래에서 보안을 유지하기 위한 대칭키 또는 공개키 암호기법의 기능과 가장 적절하지 않는 것은?

- ① 기밀성 (Privacy)
- ② 인증성 (Authentication)
- ③ 메시지 무결성 (Integrity of Messages)
- ④ 부인 봉쇄 (Non-Repudiation)
- ⑤ 정보의 제한적인 흐름 (Restricted Information Flow)

정답 5