

CS 관리사 2급

1. 다음 중 고객만족관리(customer satisfaction Management)에 대한 설명으로 바르지 못한 것은?
- ① 1980년대 유럽의 스칸디나비아 에어라인즈 시스템(SAS)사의 안 칼슨에 의해 주창된 새로운 경영 혁신운동이다.
 - ② 고객은 접점(MOT: Moment of Truth)으로 그 기업을 평가하므로 MOT만을 최우선시 하여 관리를 하는 것을 말한다.
 - ③ 고객만족관리는 고정고객을 확보하여 반복구매 뿐만 아니라 기업과 상품에 대한 호의적인 구전 광고를 통해 새로운 고객을 창출하고 기업의 판촉비용을 경감시켜 줌으로써 기업이익을 크게 늘려준다.
 - ④ 고객이 상품 또는 서비스에서 원하는 것을 기대이상으로 충족시켜 감동시킴으로써 고객의 재 구매율을 높이고 그 상품 또는 서비스에 대한 우호도가 지속되도록 하는 것을 말한다.
 - ⑤ 고객의 만족도를 높여 고정 고객층의 이탈방지를 통해 기업의 이익을 안정적으로 확보하는 것이다.

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

고객만족의 역사는 1972년 미국 농산부에서 농산품에 대한 ()를 측정 발표한 데로 거슬러 올라간다. 1975년부터 5년간에 걸쳐 미국 소비자문제국이 실시한 '소비자 불만처리' 조사결과를 기초로 만들어진 '굿맨(Goodman) 이론'에서 고객들의 정서적인 불만요소를 정량적으로 지수화하여 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)
3. 다음은 CS 프로세스에 대한 설명이다. 바르지 못한 것은 무엇인가?
- ① 기업/기관 내의 원재료, 정보, 사람 등과 같은 Input을 제품과 서비스 등의 Output으로 변환시키는 작업이나 활동을 의미한다.
 - ② 모든 프로세스는 고객에게 초점을 맞추며 고객입장에서 관찰하고 계획해야 한다.
 - ③ 프로세스의 목적론이며 이상적인 과업 추구를 중시해야 한다.
 - ④ 프로세스란 일반적으로 핵심 프로세스와 내부 지원 프로세스로 구분한다.
 - ⑤ 서비스 프로세스란 고객에 의해 경험되어지는 서비스 절차, 과정, 흐름을 의미한다.
4. 다음 중 서비스 프로세스 구매 후 고객에게 해피콜, 메일발송 등 만족 확인 및 사후 관리를 실시한다. 이는 서비스 제공 업체 자체에서 문제점을 확인하고 시정하기 위한 방법으로 물고기의 가시(뼈)의 모양을 연상하여 만든 이 기법에 해당하는 것은?
- ① 파레토 차트 기법
 - ② 역장 분석(Force Filed Alalysis)
 - ③ 의사결정 매트릭스 기법
 - ④ 피쉬본 다이어그램(Fishbon Diagram)

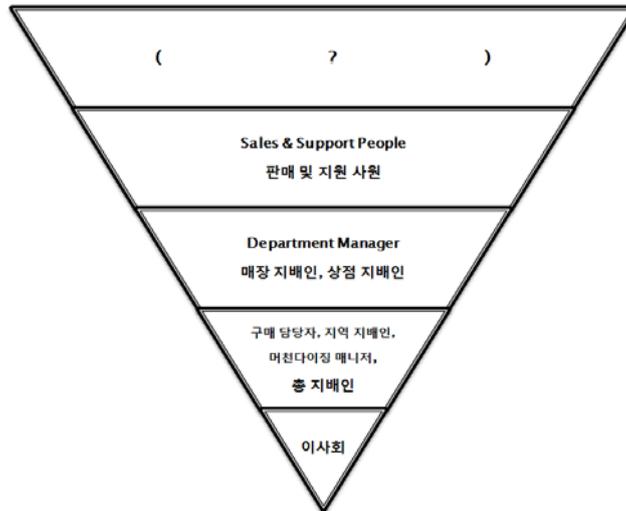
⑤ 연관도 기법

5. 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(가) 기업 생존 및 성장 경쟁력을 좌우하는 최우선 요인으로 부각되고 있음을 반영하는 것으로써 (가)은(는) 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

6. 다음은 노드스트롬(Nordstrom)의 기업 구조이다. 빈칸에 가장 적절한 것은?



- ① CEO ② 고객 ③ 경쟁사 ④ 기업 ⑤ 협력사

7. 국내에 고객만족경영이 본격 도입된 90년대 초반 하더라도 고객접점 중심의 친절 서비스가 고객만족의 주를 이루었다. 일반화된 시점에서 한 차원 높은 고객만족경영 추진을 통한 경영효율성 제고와 차별화된 경쟁우위를 창출하고자 제시된 혁신을 무엇이라 하는가?

- ① 수직적 고객만족
- ② 차별화된 고객 만족
- ③ 고품위 고객만족
- ④ 수평적 고객만족
- ⑤ 총체적 고객만족

8. 고객의 정의에 대한 설명이다. 적절하지 않은 것은?

- ① 기업이 생산하는 제품과 서비스를 구매하거나 또는 그것들에 의해서 영향을 받는 모든 사람들이다.
- ② 기업 상품을 습관적으로 구매하는 소비자로부터 기업과 직·간접적으로 거래하고 관계를 맺는 모든 주변인을 말한다.

- ③ 경제에서 창출된 재화와 용역을 구매하는 개인이나 가구를 일컫는다. 상점에서 물건을 사러 오는 손님을 말하는 것이 보통이다.
- ④ 고객은 비즈니스(Business)의 대상으로 고객의 만족도에 따라 비즈니스(Business) 성패에 영향을 미치지 않는다.
- ⑤ 상품을 생산하고 이용하며 서비스를 제공하는 일련의 과정에서 관계된 모든 사람들이다.

9. 다음 중 그레고리스톤의 고객 분류에 해당되지 않는 것은?

- ① 개인적 고객
- ② 윤리적 고객
- ③ 경제적 고객
- ④ 관계적 고객
- ⑤ 편의적 고객

10. 다음은 고객의 특성에 대한 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 고객은 요구사항이 적고 권리 주장이 약하다.
- ② 고객은 집단이 아니라 개인이다.
- ③ 고객은 언제든지 구입처를 바꿀 수 있다.
- ④ 1,000명 중의 1명의 실수일지라도 고객의 입장에서는 100%의 실수를 받는 것이다.
- ⑤ 고객은 천태만상, 다양각색이다.

11. 다음 중 융(C.G. Jung)의 심리유형론을 근거로 하는 심리검사로 마이어브릭스 성격진단 또는 성격 유형지표라고 불리는 것으로 1921~1975년에 브릭스(Katharine Cook Briggs)와 마이어(Isabel Briggs Myers) 모녀에 의해 개발된 것은 무엇인가?

- ① 에니어그램
- ② 유형별 기질테스트
- ③ MBTI
- ④ DISC 검사
- ⑤ 홀랜드 유형 검사

12. 다음 중 고객만족의 효과를 설명한 것이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 판매와 이윤 증대
- ② 고객 충성도
- ③ 신규고객창출
- ④ 광고비용 증가
- ⑤ 구전효과

13. 다음은 세계적인 유명 호텔 체인인 메리어트 호텔의 서비스 전략의 사례들이다. 다음 중 이 호텔의 서비스 전략으로 가장 적절한 것은?

- 최상의 서비스를 제공하는 메리어트 스위트
- 비즈니스맨을 위한 리츠칼튼, 르네상스
- 장기투숙 고객을 위한 페어필드 인, 레지던스 등
- 이용 목적(비즈니스 또는 여행), 이용 빈도(수시 방문 또는 1년 1~2회, 최초 방문), 체류기간 등에 따라 고객군을 분류

- ① 고품위 서비스 전략
- ② 차별화된 서비스 전략

- ③ 감성서비스 전략
- ④ 고객만족 서비스 전략
- ⑤ 표준화된 서비스 전략

14. CRM을 도입하여 얻을 수 있는 기대 효과이다. 가장 적절하지 않은 것은?

- ① 고객 이탈 방지
- ② 우수 고객 유지
- ③ 잠재 고객 유지
- ④ 신규 고객 획득
- ⑤ 불만 고객 감소

15. 다음은 CRM의 개념에 대한 설명이다. 바르지 못한 것은 무엇인가?

- ① CRM은 고객의 편익과 기업의 수익성을 제고시키는 프로세스이다.
- ② CRM은 고객점유율보다 시장점유율을 중시하고 있다.
- ③ CRM이란 고객이 원하는 것이 무엇인지를 발견하고 원하는 것을 원하는 시간에 원하는 방법으로 제공하는 경영 툴이다.
- ④ CRM은 신규 고객 창출보다 고정 고객 확보에 중점을 둔다.
- ⑤ CRM은 단발적인 마케팅보다는 고객의 평생가치를 중요시하게 된다.

16. 대인지각에 있어서 중요한 원리의 하나는 첫인상이다. 이때 먼저 제시된 정보가 나중에 제시된 정보보다 더 큰 영향력을 행사하는 것을 무엇이라 하는가?

- ① 최신효과
- ② 후광효과
- ③ 초두효과
- ④ 고정관념
- ⑤ 가면효과

17. 다음 중 고객관계관리(CRM)의 성공 전략으로 적절하지 않는 것은?

- ① 고객 유지 전략
- ② 교차판매 전략
- ③ 시장세분화 전략
- ④ 고객 애호도 제고 전략
- ⑤ 경쟁사 우위 전략

18. 다음 중 교류분석(TA)의 설명으로 적절한 것은?

- ① 개인과 조직의 변화, 의사소통 활성화, 조직 활성화, 개개인의 능력을 구사할 수 있는 방법을 제시했다.
- ② 1928년 미국의 콜롬비아 대학 심리 교수인 William Mouston Marston 박사에 의해 만들어 졌다.
- ③ 외향, 내향, 감각, 직관, 사고, 감정, 판단, 인식 중 4개의 조합으로 이루어진다.
- ④ 기본적으로 인간 성격의 근간을 장(배 본능), 가슴(감성)중심, 머리(사고)중심으로 대별하고 있다.
- ⑤ 인간행동유형을 4요소로 분류하고 있다.

19. 다음은 서비스의 정의에 대한 설명이다. 적절하지 않은 것은?

- ① 판매를 위해 제공되거나 제품판매를 수반하여 제공되는 행위, 편익
- ② 본질적으로 무형성을 지니고 어느 한쪽으로 다른 쪽에게 제공하지만 어느 쪽을 소유로도 귀결되지 않는 행위

- ③ 소비자나 산업구매자의 욕구를 충족시키는 무형의 활동
- ④ 제품이나 다른 서비스의 판매와 반드시 연계될 필요가 없이 개별적으로 가능한 것
- ⑤ 소비자가 스스로 수행하거나, 스스로 수행하기로 한 행위

20. 다음 중 서비스 환경의 변화가 과거에서 현재로 바르게 연결되지 않은 것은?

- ① 생산자 중심 -> 소비자 중심
- ② 대량생산 -> 고객 요구에 따른 생산
- ③ 대량소비 -> 맞춤 상품/서비스 정보
- ④ 생산성 -> 생산성과 고객만족
- ⑤ 과잉공급 -> 독점공급

21. 서비스의 3단계 중 사후 서비스(After Service)는 기업이 단순히 물건이나 서비스를 고객에게 제공하는 것 외에 A/S를 제공하는 것이 매우 중요하다. 현장서비스가 종료된 시점 이후의 유지서비스로 충성고객 확보를 위한 방법으로 가장 적절한 것은?

- ① 주차 유도원
- ② 상품게시판
- ③ 예약서비스
- ④ 고개 불평 처리부서
- ⑤ 고객이 매장에 들어서는 순간

22. 다음 중 서비스의 특징으로 적절하지 않는 것은?

- ① 무형성 ② 항상성 ③ 소멸성 ④ 이질성 ⑤ 동시성

23. 다음 고객 서비스의 유형 중 서비스기업 주관의 서비스에 대한 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 서비스기업 주관 서비스에서는 접점직원은 자율성이 거의 없다.
- ② 서비스가 극도로 표준화되어 있어서 접점직원이 필요 없는 경우이다.
- ③ 신속성, 경제성이 보장된다는 인식을 심어주어야 한다.
- ④ 창고형 할인매장에서 물건 봉투를 제공하지 않거나 신용카드를 받지 않는 것이 이러한 서비스의 예이다.
- ⑤ 표준이나 매뉴얼에 의해 서비스가 제공된다.

24. 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.

25. 기업의 공동의 목표를 설정하고 이를 달성하기 위해 구성원들의 협력을 가져오는 영향력을 무엇이라 하는가?

- ① 목적의식
- ② 허영심
- ③ 일탈
- ④ 리더십
- ⑤ 미션

26. 서비스 리더십을 구성하는 요소의 설명이다. 다음 중 가장 적절한 것은?

서비스 리더십의 핵심요소 중에 하나로 ()는(은) 파트너십을 형성하고 만족을 주고 싶은 마음 상태나 자세를 말한다. 이러한 마음이 형성될 때 리더의 행동은 자연스럽게 고객의 만족을 유도한다.

- ① 서비스 태도
- ② 서비스 능력
- ③ 서비스 만족
- ④ 서비스 창조
- ⑤ 서비스 신념

27. 다음은 리더십의 행동 덕목이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 리더는 겸허하고 감사할 줄 아는 사람이어야 한다.
- ② 리더는 자신에 대한 비판을 참고하고 획일적인 정보통로를 가져야 한다.
- ③ 리더는 복잡한 상황을 견딜 수 있는 능력을 길러야 한다.
- ④ 리더는 최신 지식에 뒤지지 말아야 한다.
- ⑤ 리더는 타의 모범이 되고 희생을 치러야 한다.

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 관리자는 서비스 접점(MOT)을 경험하지 않도록 한다.
- ⑤ 모든 고객을 귀빈으로 대접하라

29. 다음 중 21세기 서비스의 변화가 아닌 것은?

- ① 고객 중심 경영
- ② 인터넷 중심 경영
- ③ 기업 중심의 경영
- ④ 경제의 세계화
- ⑤ 혁신경영

30. 다음은 감성경영 도입 효과를 설명한 것이다. 이 효과는 감성경영에서 '긍정적인 감정이 긍정적인 결과를 가져다준다.'라는 의미이다. ()안에 가장 적절한 것은?

감성경영의 도입 대외적으로 '감성마케팅'을 통해 기업의 매출액증가 브랜드 가치의 상승의 효과를 대내적으로는 '감성리더십'을 통해 () 효과를 극대화시킴으로써 임직원들의 기업 충성도 강화와 핵심인재양성 촉진 효과를 가져다준다.

- ① 호손 효과(Hawthorne Effect)
- ② 피그말리온 효과(Pygmalion effect)
- ③ 자이가르닉 효과(Zeigarnik Effect)
- ④ 낙인효과(stigma Effect)
- ⑤ 잔물결 효과(Ripple Effect)

31. 고객과 서비스 시스템과의 상호작용을 구체적으로 표현하며 실패 가능점을 미리 식별하여 미연에 방지책이나 복구 대안을 강구하도록 서비스 제공자가 제공하는 무형의 서비스 프로세스를 설계하

여 묘사한 것을 무엇이라 하는가?

- ① 서비스 흐름도(Flow Chart),
- ② 인간-기계 도표(Man-Machine Chart)
- ③ 피쉬본 다이어그램(Fishbone Diagram)
- ④ 서비스 청사진(Service blueprinting)
- ⑤ 프로세스 도표(Process Chart)

32. 서비스 청사진의 가치는 고객과 서로 접촉할 때 발생할 수 있는 문제점을 미리 알아낼 수 있다는 것이다. 다음 중 서비스 청사진을 통해서 얻을 수 있는 이점으로 적절하지 않는 것은?

- ① 서비스가 유형화된다.
- ② 직접 고객을 상대하는 직원에게 적절한 서비스 교육을 해줄 수 있다.
- ③ 각 서비스 기능간의 상호연계로 기업지향성을 강화할 수 있다.
- ④ 서비스 제공시 부족한 점을 포착할 수 있게 해준다.
- ⑤ 서비스 실패점을 파악하여 품질개선을 위해 노력하게 한다.

33. 다음 중 서비스 청사진의 구성요소에 해당되지 않는 것은?

- ① 고객 행동
- ② 일선 종업원 행동
- ③ CEO 행동
- ④ 후방 종업원 행동
- ⑤ 지원 프로세스

34. 서비스 모니터링의 한 방법론으로 서비스 접점 현장의 서비스 품질을 측정하기 위해 고객으로 가 장하여 암행감사 방식으로 서비스 현장의 품질을 측정하는 방법을 무엇이라 하는가?

- ① 고객의 소리(VOC)
- ② 고객 만족도 조사
- ③ 미스터리 샤퍼(Mystery shopper)
- ④ SERVQUAL 모형
- ⑤ 서비스 플로우 차트(Service flow chart)

35. 다음 중 서비스 모니터링 제도에 대한 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 접점 종업원의接客태도, 직무능력 평가 및 고객서비스 수준 평가를 위한 측정 수단
- ② 고객 서비스에 대한 과학적인 평가 활동으로 고객만족과 고객충성도 확보
- ③ 고객접점의 서비스 품질을 유지하기 위한 활동
- ④ 고객만족으로 기업의 수익성 향상을 위한 효과적인 관리 수단
- ⑤ 모니터링 제도는 단순히 접점종업원의 평가 또는 통제수단으로만 활용

36. 다음은 무엇을 설명한 내용인가?

서비스 프로세스 상에 나타나는 시계모양의 도표로서 '서비스 사이클 차트'라고도 하며, 서비스 전달 시스템을 고객의 입장에서 이해하기 위한 방법으로 사용된다.

- ① MOT 사이클 차트
- ② 인과관계도표
- ③ 특성요인분석
- ④ 서비스 모니터링

⑤ 마인드맵핑 기법

37. 다음 중 고객을 위한 서비스 차별화의 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 제품의 품질보다 고객이 무엇을 요구하는지를 알아본다.
- ② 고객들에게 통일된 서비스를 제공한다.
- ③ 고객에게 알맞은 제품을 선택하도록 요구한다.
- ④ 고객 중심적 조직문화를 만든다.
- ⑤ 다른 고객과 차별화된 서비스를 제공한다.

38. 사우스웨스트 항공이 만들어 낸 단거리 여행 시장은 전체 항공기 시장보다 더 큰 성장률을 보였다. 항공요금이 비싸다고 생각했던 사람들, 전에 자동차를 이용했던 사람들을 고객으로 만들어 새로운 시장을 개척하였다. 다음 중 사우스웨스트 항공에서 새로운 시장 개척기법으로 가장 적절한 것은?

- ① 일 대 일 마케팅(one to one Marketing)
- ② 데이터베이스 마케팅(Database Marketing))
- ③ 세분화마케팅(Segmentation Marketing))
- ④ 포지셔닝((Positioning)
- ⑤ 틈새시장(Niche Marketing)

39. 다음 중 ()에 들어갈 가장 적절한 것을 고르시오.

현대 사회는 과거에 비해 풍요롭고 경제적인 호황을 누리고 더 많은 자유 시간을 가지며, 과거에 비해서 서비스가 다양해지고 좋아졌는데도 오히려 소비자의 불만의 소리가 높아지는 현상을 말하며, 소비자들은 서비스와 관련된 불평과 불만을 매스컴이나 현장에서 이를 대변하게 되는데 이러한 현상을 () 한다.

- ① Service Paradox
- ② Service industrialization
- ③ Service Valuable
- ④ Service Marketing
- ⑤ Service terror

40. 다음 예시는 서비스의 무엇에 대한 중요성을 나타낸 말인가?

연애할 때에는 죽자 살자 따라 다니면서 그 여자에게 뭐든지 다 해줄 것처럼, 좋아하는 음식이나 취향에 전폭적으로 지지하지만 결혼 후에는 180도로 바뀌는 태도

- ① 사전 서비스
- ② 구매 중 서비스
- ③ 사후 서비스
- ④ 고객만족 서비스
- ⑤ 접점 서비스

41. 리츠칼튼 호텔은 모든 고객에게 규격화되고 획일화된 서비스를 제공하는 것이 아니라 고도로 차별화된 개별적 서비스(Personalized service)를 제공으로 이 호텔을 찾는 고객의 95% 정도가 “추억의 남은 만한 방문”이었다는 강한 인상의 서비스로 기억한다. 리츠칼튼 호텔에서 고도의 개별적 서비스를 가능하게 해주는 독특한 고객 정보관리 시스템으로 불리는 이 방식을 무엇이라 하는가?

- ① 고객 코디네이터

- ② 고객 인지 프로그램
- ③ 개인별 고객 수첩
- ④ 고객 경험 관리
- ⑤ 토털 서비스

42. 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 이윤과 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.

43. 대한항공의 토털 서비스는 “고객은 단순히 비행기를 타고 내리는데 만족하지 않는다.”라며 각각 고객에게 개별 서비스를 제공해주는 마케팅으로 고객의 감동을 이끌어 내었다. 다음 중 대한항공에서 실시한 서비스는?

- ① 중대형차량 유료의전 서비스
- ② One-To-One 서비스
- ③ 유명인사 경호 서비스
- ④ 대중교통 대신 고급세단이용
- ⑤ 외국승객 전문통역인 서비스

44. 다음 중 서비스 품질이 관심의 대상이 되는 주된 이유로 적절하지 않는 것은?

- ① 실패비용의 절감
- ② 반복구매 촉진
- ③ 기존고객유지
- ④ 고객만족을 유발
- ⑤ 시장점유율 증대

45. 다음은 서비스 품질에 대한 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 서비스의 품질은 인도된 서비스 수준이 고객의 기대와 얼마나 일치하는 척도이다
- ② 소비자의 지각된 서비스와 기대 서비스의 비교평가의 결과이다.
- ③ 소비자들이 인식한 서비스 품질은 서비스 기업이 제공해만 한다고 느끼는 소비자의 기대와 제공한 서비스 기업의 성과에 대한 소비자들의 인식을 비교하는 것이다.
- ④ 소비자들이 서비스 품질을 기대와 성과의 비교를 통해서 지각한다.
- ⑤ 서비스 품질은 서비스를 제공하는 사람의 의해 결정된다.

45. 다음은 서비스 품질에 대한 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 서비스의 품질은 인도된 서비스 수준이 고객의 기대와 얼마나 일치하는 척도이다
- ② 소비자의 지각된 서비스와 기대 서비스의 비교평가의 결과이다.
- ③ 소비자들이 인식한 서비스 품질은 서비스 기업이 제공해만 한다고 느끼는 소비자의 기대와 제공한 서비스 기업의 성과에 대한 소비자들의 인식을 비교하는 것이다.
- ④ 소비자들이 서비스 품질을 기대와 성과의 비교를 통해서 지각한다.
- ⑤ 서비스 품질은 서비스를 제공하는 사람의 의해 결정된다.

46. 1980년대 PZB에 의해 서비스 품질 평가를 위해 고객이 사용하는 공통적이고 일반적인 준거 기준

을 10가지 차원으로 구성하였다. 다음 중 서비스 품질의 10가지 차원의 요소에 해당하지 않는 것은?

- ① 대응성
- ② 신뢰성
- ③ 고객이해
- ④ 소멸성
- ⑤ 의사소통

47. 다음 중 ()에 가장 적절한 것은?

()는(은) 현재 생산 판매되고 있는 제품 및 서비스 품질에 대해 해당 제품을 직접 사용해보고 이 제품과 관련된 서비스를 받아 본 고객이 직접 평가한 수준을 모델링에 근거하여 측정, 계량화한 지표를 의미한다.

- ① 고객의 기대
- ② 고객의 니즈
- ③ 고객 만족도
- ④ 브랜드 충성도
- ⑤ 고객 충성도

48. 어떤 기업의 충성도 높은 고객을 얼마나 보유하고 있는지를 측정하는 지표로 소비자에게 “우리 기업 또는 브랜드를 친구나 동료에게 추천하겠습니다.”라는 질문에서 출발하는 이 측정 지표를 무엇이라 하는가?

- ① CSI
- ② NPS
- ③ HOG
- ④ MOT
- ⑤ CRM

49. 회사입장에서 고객 만족도를 향상시키는 방법으로 문화를 서비스하는 우수고객 사은 초청행사, 거래처 문화접대, 저소득층과 불우 청소년을 위한 공연 등 문화를 서비스하는 마케팅을 무엇이라 하는가?

- ① 고객 창조 마케팅
- ② 고객 가치 마케팅
- ③ 컬비스 마케팅
- ④ 고객 커뮤니티
- ⑤ 지역 마케팅

50. 다음 중 고객만족도 향상을 위한 요소에서 소프트웨어적인 요소에 해당되는 것은 어느 것인가?

- ① 기업의 상품, 서비스 프로그램
- ② 기업의 이미지, 브랜드 파워
- ③ 서비스 마인드,接客 서비스 행동
- ④ 매너, 조직문화
- ⑤ 매장의 편의시설, 고객지원센터, 인테리어, 분위기 연출

51. 다음 중 충성고객에 관한 설명으로 적절하지 않는 것은?

- ① 1명의 고객을 유치하는데 100이라는 비용이 발생하지만, 고객의 충성도를 강화하면 큰 비용 없

이 고객이 이탈하지 않고 지속적으로 거래할 수 있다.

- ② 충성고객은 특정 회사의 상품과 서비스에 대하여 추가 구매를 하거나 다른 상품을 반드시 구매한다.
- ③ 기업의 고객 유치 비용을 절감할 수 있다.
- ④ 충성고객의 추천으로 신규 고객의 확보로 수익이 발생한다.
- ⑤ 충성고객은 가격에 대하여 민감하게 반응한다.

52. 다음 중 실패한 고객 서비스에 대응하여 고객의 불만을 해소시키기 위한 체계적인 활동을 무엇이라 하는가?

- ① 고객만족평가
- ② 고객만족도
- ③ MOT
- ④ 서비스 회복
- ⑤ 서비스 다이어트

53. 서비스의 회복은 불만을 처리하는 과정 및 처리 결과 그리고 인적 상호작용의 세 가지 차원이 모두 공정하고 적절하다는 고객의 평가를 받는 것이다. 서비스 불만을 기회로 바꾸기 위한 노력으로 적절하지 않는 것은?

- ① 반응성과 고객 접근성을 높이기 위해 서비스 회복 기준을 수립한다.
- ② 불만이나 문제를 가지 고객이 회사에 쉽게 접근해서 즉각적인 응답을 받을 수 있는 통로를 마련한다.
- ③ 콜센터나 인터넷 웹사이트와 연계된 고객 데이터베이스를 구축하고 활용한다.
- ④ 고객접점 종업원들이 고객 불만을 효과적으로 처리할 수 있도록 권한을 부여한다.
- ⑤ 고객 서비스 직원들에게 강도 높은 교육으로 업무에 지장을 받지 않도록 한다.

54. 다음 중 휴렛팩커드의 10단계 고객 마케팅 플래닝 프로세스에 해당되지 않는 것은?

- ① 고객의 니즈를 읽어라
- ② 외부고객을 참여시켜라
- ③ 비전과 목표를 세워라
- ④ 세일즈와 서비스를 계획하라
- ⑤ 표적시장을 분명히 하라

55. 다음 중 리츠칼튼 호텔의 고객 절대 만족의 개선 방안으로 적절하지 않는 것은?

- ① 고객 기대 관리
- ② 기업 내 품질 문화 정착시켜라
- ③ 서비스 품질의 결정요소 파악하라
- ④ 고객에게 서비스 내용을 알려주라
- ⑤ 서비스 제공을 인적 활동 측면에서 수동화를 실천하라

56. 다음 중 고객 분석의 분석 대상으로 적절하지 않는 것은?

- ① 고객의 구매행위에 대한 시장 특성
- ② 구매의사 결정 형태
- ③ 구매의사 결정에의 참여자
- ④ 구매의사 결정에 영향을 주는 요인
- ⑤ 구매 후 과정

57. 고객 분석의 방법으로 전체시장을 고객 및 시장의 변수에 따라 비슷한 부분시장으로 나누는 방법

을 무엇이라 하는가?

- ① 고객 표적화
- ② 고객 세분화
- ③ 고객 포지셔닝
- ④ 고객 경험 분석
- ⑤ 고객 가치 분석

58. 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 상품의 구색의 풍부함과 품질의 신뢰성 등
- ③ 인간적 요인 - 종업원의 접객태도, 다른 고객의 언동이나 복장, 고객 서비스 등
- ④ 정보 요인 - 고객이 서비스를 받는데 필요한 정보
- ⑤ 금전적 요인 - 지불하는 금액에 맞는 대우를 받는다는 느낌

59. 한 고객이 한 기업의 고객으로 존재하는 전체기간 동안 기업에게 제공할 것으로 추정되는 재무적인 공헌도의 합계를 무엇이라 하는가?

- ① 고객평생가치(LTV)
- ② 고객 공헌도
- ③ 고객 기여도
- ④ 고객 충성도
- ⑤ 고객 니즈

60. 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

61. 다음 중 전화 응대 시 전화를 받을 때 행동으로 적절하지 않는 것은?

- ① 메모를 위해 펜과 종이를 준비한다.
- ② 전화 받는 사람의 음성이 그 회상의 대한 첫인상이라고 해도 과언이 아니다.
- ③ 용건은 간단하고 명료하게 메모한다.
- ④ 전화가 들리지 않더라도 다시 한 번 말해 달라는 것은 예의가 아니다.
- ⑤ 상대방이 전화를 끊은 뒤 수화기를 내려놓는 것이 예의이다.

62. 다음 중 부정형 언어전달을 긍정 형으로 바꾼 것이다. 가장 적절한 것은?

- ① 듣겠습니다. -> 말씀하세요.
- ② 바꿔 드릴게요. -> 바꿔드릴까요?
- ③ 통화 안 될까요? -> 통화 가능할까요.
- ④ 누구니까? -> 누구신지요?
- ⑤ 안돼요-> 안되겠습니다.

63. 다음 중 콜센터의 운영 핵심 요소에 적절하지 않는 것은?

- ① 콜센터의 핵심 상담원
- ② 전략수립
- ③ 체계적인 운영
- ④ 서비스의 전략적인 측면
- ⑤ 효율적인 작업 인프라 구축

64. 다음은 동기부여와 활력을 주는 코칭 방법에 대한 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 칭찬은 훌륭한 일을 처리했을 때는 잘한 행동에 대해 조목조목 칭찬해 주는 것이 좋다.
- ② 사람들 앞에서 칭찬하고 보이지 않는 곳에서 충고하도록 한다.
- ③ 칭찬은 타이밍이 적절할수록 좋다.
- ④ 스킬향상과 행동변화를 위한 코칭은 말하기 보다는 질문스킬을 이용한다.
- ⑤ 코칭 할 내용을 미리 준비하여 한꺼번에 여러 가지를 피드백 한다.

65. 고객응대 중 고객이 원하는 응대에 대한 설명이다. 다음 중 적절하지 않는 것은?

- ① 고객들은 문제 해결을 원한다.
- ② 고객은 자기의 의견이 수용되기를 원한다.
- ③ 고객은 무조건 저렴한 것을 원한다.
- ④ 고객은 존중 받기를 원한다.
- ⑤ 고객은 도움 받기를 원한다.

66. 다음 중 평상시 남자의 공수법으로 가장 적절한 것은?



①



②



③



④



⑤

67. 다음은 방향을 안내 할 때의 설명이다. 다음 중 적절하지 않는 것은?

- ① 손가락이 아니라 손바닥 전체로 안내한다.
- ② 안내를 할 때에는 왼손과 오른손을 모두 사용할 수 있다.
- ③ 가까운 거리를 안내 할 때나 먼 거리를 안내 할 때 팔꿈치를 구부린다.
- ④ 손목이 꺾이지 않도록 정중하고 바른 자세를 유지한다.
- ⑤ 상대방에게 손등이 아니라 손바닥이 보이도록 안내한다.

68. 다음은 고객 불만해소 방법에 단계와 그에 대한 설명이다. 다음 중 단계가 가장 적절한 것은?

- ① 1단계 사과와 양해 구하기(반전효과)
- ② 3단계 건설적인 협상(양해효과)
- ③ 2단계 고객관점에서 바라보기(회상효과)
- ④ 5단계 경청(집중효과)
- ⑤ 4단계 불만원인 찾기(탐색효과)

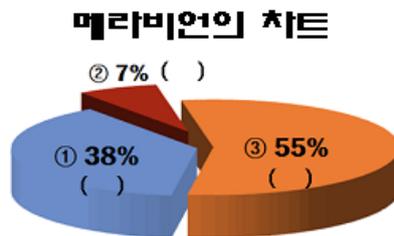
69. 다음 중 불만고객 응대에 관한 예절로 가장 적절한 것은?

- ① 최선의 해결책을 제안한다.
- ② 담당자와 끝까지 상의하도록 유도한다.
- ③ 고객의 이야기를 끝까지 들어본 뒤 잘못을 인정하고 사과한다.
- ④ 불만 고객을 응대할 때 모든 일들을 신속하게 실행하는 것은 옳지 않다.
- ⑤ 목소리, 톤, 등을 일정하고 평이하게 전달해야 한다.

70. 다음 중 코칭 스킬에 해당되지 않는 것은?

- ① 경청스킬
- ② 직관스킬
- ③ 자기관리 스킬
- ④ 질문스킬
- ⑤ 그룹스킬

71. 다음은 메라비언 법칙(Law or Mehrabian)에 관한 내용이다. ()안에 적절한 것은?



- ① ① - 시각적 요소, ② - 언어적 요소, ③ - 청각적 요소
- ② ① - 시각적 요소, ② - 청각적 요소, ③ - 언어적 요소
- ③ ① - 언어적 요소, ② - 청각적 요소, ③ - 시각적 요소
- ④ ① - 언어적 요소, ② - 시각적 요소, ③ - 청각적 요소
- ⑤ ① - 청각적 요소, ② - 언어적 요소, ③ - 시각적 요소

72. 다음 중 악수하는 순서에 대한 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 미혼자가 기혼자에게 청한다.
- ② 윗사람이 아랫사람에게 청한다.
- ③ 선배가 후배에게 청한다.
- ④ 여성이 남성에게 청한다. (남성은 일어서고, 여성은 윗사람이 아닐 경우 앉아서 해도 상관없다)
- ⑤ 상급자가 하급자에게 청한다.

73. 다음 중 명함을 건네는 방법에 대한 설명 중 가장 적절할 것은?

- ① 명함은 상황에 따라 한 손으로 건네도 예의에 어긋나지 않는다.
- ② 명함은 고객이 바로 볼 수 있도록 건넨다.

- ③ 한자 이름을 물어보는 것은 실례다.
- ④ 명함을 동시에 주고받을 때에는 왼손으로 주고 오른손으로 받는다.
- ⑤ 목례를 하고, 되도록 고객의 목과 가슴 선에서 주고받는다.

74. 다음 중 올바른 인사 예절에 대한 설명으로 적절하지 않는 것은?

- ① 상대에게 맞는 인사를 전한다.
- ② 인사는 내가 먼저 한다.
- ③ 상대의 입을 바라보고 하는 것이 원칙이다.
- ④ 인사말을 크게 소리 내어 전한다.
- ⑤ 인사는 상대의 눈을 바라보고 한다.

75. 다음은 직장여성의 옷 연출에 대한 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 구두는 그 사람의 이미지를 완성시키는 역할이기에 항상 정돈되고 청결하게 유지 하도록 해야 한다.
- ② 화려한 프린트나 레이스가 많은 스타일은 섹시함을 강조하여 효과적이다.
- ③ 재킷은 전통적인 테일러드 재킷이 무난하다.
- ④ 여성의 스커트는 무릎 위로 5cm부터 무릎 아래 10cm 정도가 가장 적당하다.
- ⑤ 정장에는 살색이나 커피색스타킹이 점잖아 보이고 구두와 스타킹 색을 맞춰 신으면 단정한 느낌을 줄 수 있다.

76. 다음 중 식사할 때 알아야 할 에티켓으로 가장 적절한 것은?

- ① 음식을 주문할 때에는 초청자보다 비싼 음식을 주문한다.
- ② 테이블에서는 접시를 움직이는 것은 에티켓과 아무 해당이 없다.
- ③ 나이프는 손에 쥘 채로 말하면 안 되지만 포크는 크게 상관없다.
- ④ 빵은 나이프로 자르는 것이 아니다.
- ⑤ 식당을 방문할 때 정장을 하는 것은 필수다.

77. 고객 만족을 기초로 한 성공 점포 운영 전략에 해당되는 사항은 무엇인가?

- ① 고객을 제일로 삼는 고객만족 경영이 필수적이다.
- ② 목표관리는 리더만이 전할 수 있는 필수요건이다.
- ③ 항상 새로운 변화를 즐길 줄 아는 리더가 최고의 경영자다.
- ④ 성공할 수 있는 비전만을 선별하여 설정하라.
- ⑤ 다른 점포보다 저렴한 것이 고객만족의 최고 우선이다.

78. 다음은 고객 감동 단계에 대한 설명이다. 가장 적절한 것은?

- ① 단골고객은 제품에 불안감을 갖더라도 재 구매를 하게 된다.
- ② 고객은 그다지 많은 정보를 갖고 있지 않다.
- ③ 마케팅에서 가장 빈번하게 사용하는 말 중의 하나가 '고객만족이다.'
- ④ 고객을 100% 활용하는 기업만이 성공할 수 있다.
- ⑤ 기업의 운명은 고객의 손에 달려있지 않다.

79. 다음 중 고객감동의 필요성에 대한 설명으로 적절하지 않는 것은?

- ① 우리나라 기업들은 최근 고객 만족에서 한 차원 더 높여 고객감동을 주장 하고 있다.
- ② 소비자들의 구매 패턴이 단순한 비교 구매에서 더 나아가 제품의 이성적인 측면 뿐 아니라 제품 서비스까지도 평가하는 경향이 강해졌다.
- ③ 이제는 제품의 품질 및 가격으로 소비자를 평생고객으로 만들기는 거의 불가능해지고 있다.

- ④ 젊은 소비자의 경우 제품의 감성적 측면보다는 이성적 측면에 더 반응이 강하게 나타나는 경향을 보인다.
- ⑤ 평생고객을 만들기 위해서는 고객 만족에서 한 단계 더 나아가 마음속으로 감동시키는 고객감동이 필요하게 되었다.

80. 다음은 고객이 추구하는 4가지 가치 유형이다. 해당되지 않는 것은 무엇인가?

- ① 기대가치
- ② 예상의 가치
- ③ 희망가치
- ④ 기본가치
- ⑤ 소망가치

81. 다음 중 고객의 가치 창출에 대한 설명 중 맞는 것은 무엇인가?

- ① 고객을 만족시키는 것이 어렵다면, 그것에 대한 1차적인 책임은 바로 기업과 리더이다.
- ② 기업은 힘이 들더라도 모든 고객을 만족시켜야 하는 것이 맞다.
- ③ 진정으로 고객을 만족시키려면 그들이 상품을 만나는 접점들을 항상 생각해야 한다.
- ④ 고객은 기업이 모셔야 할 왕이며, 동반자이다.
- ⑤ 기업은 이윤을 목적으로 두고 고객을 선별할 줄 알아야 한다.

82. 진정한 고객만족 경영이 되려면 4가지의 고객이 만족되어야 진정한 고객 만족 경영을 했다고 할 수 있다. 바르게 고객을 분류한 것은 무엇인가?

- ① 외부고객- 사회- 단골고객- 주주
- ② 사회- 리더- 주주- 단골고객
- ③ 단골고객- 주주- 사회- 외부고객
- ④ 외부고객- 주주- 내부고객- 리더
- ⑤ 내부고객- 외부고객- 사회- 주주

83. 다음은 고객만족 사례 중 월마트의 경영이념에 해당되지 않은 것은?

- ① 무제한 반품제도
- ② 카드결제는 3초 이내에 처리 원칙
- ③ 미소를 짓지 않으면 1달러 주는 종업원
- ④ 모든 경영 활동들은 최종 고객을 지향하는 하나의 프로세스로 인식
- ⑤ 대량 제품의 도매가격 선정

84. 다음 중 원스톱 서비스의 성공요건에 해당되는 것은?

- ① 교류분석과 관리
- ② 서비스 계획
- ③ 프로세스 관리
- ④ 커뮤니케이션 분석
- ⑤ 풍부한 인적자원

85. 다음 중 프레젠테이션의 구성 중 전개단계(본론)에 해당되지 않는 것은?

- ① 보조자료를 적절히 사용한다.
- ② 강사는 자기소개를 정확하고 자세하게 설명해 주어야 한다.
- ③ 전개의 마무리 단계에서 질문을 받는다.
- ④ 내용조직은 논리적으로 체계화 되어 설명할 수 있어야 한다.

⑤ 동기부여가 중간 중간에 이루어져야 한다.

86. 다음 중 스피치 와 호흡기법에 대한 설명으로 가장 적절한 것은?

- ① 화술에 중요한 것은 명료한 발음이 아니다.
- ② 음성은 타고난 것이므로 아무리 훈련을 한다고 해도 변하지 않는다.
- ③ 복식 호흡으로 발음하면 목에 부담이 적어지므로 오랜 시간 이야기를 해도 목이 쉽게 쉬거나 아프지 않다.
- ④ 복식 호흡의 특징은 숨을 들이쉬면 아랫배가 들어가고 숨을 내쉬면 아랫배가 나오는 호흡이다.
- ⑤ 연사의 발음이 더듬거리거나, 불분명하다고 해도 스피치의 효과와는 아무 상관이 없다.

87. 다음과 같이 슬라이드를 디자인 하려고 한다. 다음 메뉴 중 옳은 것은?



- ① [삽입]-[슬라이드 디자인]
- ② [편집]-[슬라이드 서식]
- ③ [메뉴]-[슬라이드 서식]
- ④ [서식]-[슬라이드 디자인]
- ⑤ 단축키 Ctrl + N을 실행한다.

88. 다음 중 포토샵에서 카메라로 사진을 찍듯이 작업한 이미지를 스냅 사진으로 만들 때 사용하는 아이콘은?

- ① 
- ② 
- ③ 
- ④ 
- ⑤ 

89. 다음 중 자기 주장적 행동에 대한 설명으로 가장 적절한 것은?

- ① 간접적으로 자기 감정과 생각을 나타낼 수 있는 능력
- ② 무조건 승낙하고 따라주는 능력
- ③ 타인을 희생하여 자기 권리를 찾는 능력
- ④ 사람들로부터 휘둘리지 않고 자기 페이스를 지킬 수 있는 능력
- ⑤ "아니오"보다는 "예"를 더 솔직하게 표현할 수 있는 능력

90. 다음 중 전자거래기본법 에 규정된 용어의 정의로 적절하지 않는 것은?

- ① "전자문서"란 컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치에 의하여 전자적 형태로 작성되어 송수신 또는 저장되는 정보를 말한다.
- ② "수신자"란 작성자가 전자문서를 전송하는 상대방을 말한다.
- ③ "작성자"란 직접 또는 대리인을 통하여 전자문서를 작성하여 전송하는 자를 말한다.
- ④ "전자거래"라 함은 재화나 용역의 거래에 있어서 그 전부가 전자문서에 의하여 처리되는 거래만을 말한다.
- ⑤ "인증기관"이라 함은 신청에 따라 전자서명 사용자의 신원확인 기타 관련 업무를 취급하는 자를 말한다.

정답표

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