



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

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

16. 다음은 CRM(Customer Relationship Management)에 대한 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① CRM은 개별 마케팅, 일대일 마케팅의 개념을 기반으로 한다.
- ② CRM은 고객과의 관계를 바탕으로 평생고객가치를 극대화한다.
- ③ CRM은 선별된 고객으로부터 수익을 창출하고 장기적인 고객관계를 가능하게 한다.
- ④ CRM은 통신 네트워크 기술로 고객 및 시장에 관한 중요한 정보와 지식으로 다양한 영업활동을 가능하게 한다.
- ⑤ CRM은 과거의 대중 마케팅(Mass marketing)의 방식이다.

17. 우수고객은 그룹핑을 실시해서 최근 구매일, 구매빈도, 구매금액이 얼마인가 파악하는 것이 관건이다. 이를 의미하는 것은?

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

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 친화감과 대인간의 만족
- ④ 자기 존경 목적 달성 후의 안전 자신감 등
- ⑤ 인간의 가장 기본적인 욕구로 식사, 고통회피, 직장에서는 봉급 및 작업 환경

19. 다음은 고객관계관리(CRM)의 개선 방향이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 고객기준 명확화
- ② 차별화된 마케팅
- ③ 고객에 대한 정확한 서비스
- ④ 기존의 기업자원 활용
- ⑤ 차별화된 서비스

20. 인간관계개선을 위한 교류분석(TA)의 구조 분석론에 입각하여 자기 현실의 자아 상태를 파악하여 바람직한 상태가 되도록 하기 위한 자가진단용 프로그램은 무엇이라 하는가?

- ① 에고그램
- ② CPI
- ③ DISC
- ④ MMPI
- ⑤ HTP

21. 다음은 서비스의 특성 중 무엇을 설명한 것인가?

서비스는 연습이 없다. 한 번 발생된 서비스는 그것이 잘 되었든 잘못 되었든 교정이나 취소가 불가능하다. 그것이 바로 서비스 제공자에게 '활동'이지만 고객에게는 '경험'이 된다.

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

22. 다음 중 관광 서비스에 대한 설명이다. 적절하지 않는 것은?

- ① 영업 효과의 극대화를 위하여 고객에게 제공되는 고급 용역은 제외된다.
- ② 고객인 관광객이 호감과 만족감을 느끼게 만드는 지식과 행위이다.
- ③ 소유권 이전이 없이 제공하는 상품적 의미를 지닌 무형의 행위를 말한다.
- ④ 인적, 물적 서비스가 혼합되어 존재하는 개념이다.
- ⑤ 관광기업의 수입증대에 기여하기 위한 종사원의 헌신, 봉사하는 정신이다.

23. 서비스의 3단계는 Before Service - On Service - After Service 로 나누어진다. 다음 중 고객과 서비스 제공자 사이에 직접적으로 상호거래가 이루어지는 서비스의 본질 부분인 On Service에 속하는 것은?

- ① 주차 유도원
- ② 고객 불평처리 부서
- ③ 수선, 유지 서비스
- ④ 고객 서비스 부서
- ⑤ 고객이 업장에 들어서는 순간

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

- ① 서비스기업 주관 서비스에서는 점점직원은 자율성이 거의 없다.
- ② 서비스가 극도로 표준화되어 있어서 점점직원이 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.

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

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

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

26. 다음 중 리더십의 조직 내부적 측면으로 거리가 먼 것은 무엇인가?

- ① 조직의 가치와 방향
- ② 사회적 책임과 시민의식
- ③ 성과와 기대 수준
- ④ 고객 및 이해관계자 중심의 경영
- ⑤ 조직학습 및 경영혁신

27. 다음 중 성과를 저해하는 리더 스타일이 아닌 것은?

- ① 독선적 권위형
- ② 무임승차형
- ③ 감성결핍형
- ④ 해바라기형
- ⑤ 변혁적 리더

28. 다음 중 21세기 서비스의 변화가 아닌 것은?

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

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

- ① 고객중심 마인드
- ② 경쟁우위 마인드
- ③ 가치극대화 마인드
- ④ 경영윤리 마인드
- ⑤ 기업중심 마인드

# '09-1 국가공인 CS Leaders(관리사) 2급 필기시험(09. 03. 29.)

수험번호 : 09-

성 명 :

문제유형 : A형

시험시간 : 90분

감독관 확인 (인)

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

감성경영의 도입은 대외적으로 '감성마케팅'을 통한 기업의 매출액 증가와 브랜드 가치 상승의 효과를 대내적으로는 '감성리더십'을 통해 ( )을(를) 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)

## CS 전략론

31. 고객과 서비스 시스템과의 상호작용을 구체적으로 표현하며 실패 가능점을 미리 식별하여 미연에 방지책이나 복구 대안을 강구하도록 서비스 제공자가 제공하는 무형의 서비스 프로세스를 설계하여 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. 고객의 눈에 직접 보이지는 않지만 무대 위 종업원의 행동을 지원하는 행동으로 예약전화를 받는 직원이나 진료를 준비하는 의사 등은 서비스 청사진의 구성요소의 어느 부분에 속하는가?

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

33. 서비스 모니터링의 한 방법론으로 서비스 접점 현장의 서비스 품질을 측정하기 위해 고객으로 가장하여 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)

34. 다음 중 서비스 모니터링 제도를 제대로 활용하기 위한 요소에 속하지 않는 것은?

- ① 독립성
- ② 객관성
- ③ 대표성
- ④ 타당성
- ⑤ 신뢰성

35. 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

36. 모니터링에서 피드백은 어떤 원인에 나타난 결과가 다시 원인에 작용해 그 결과를 줄이거나 늘리는 것을 말한다. 다음 중 피드백의 요소에 포함되어야 할 요소가 아닌 것은?

- ① 이성적인 피드백
- ② 칭찬과 동기부여
- ③ 방어와 대결구도
- ④ 설득력 있는 근거
- ⑤ 구체적인 이유와 실용적인 대안 제시

37. 기업의 물적 제품이 쉽게 차별화되지 않을 때 경쟁적으로 성공할 수 있는 열쇠는 가치가 부가된 서비스의 질을 향상시키는 것이다. 다음의 예는 서비스 차별화의 변수 중 어느 부분을 차별화한 것인가?

한국피자헛은 가정에 배달된 피자가 적정 온도 이상으로 유지되지 않으면 환불해주는 '핫 앤드 온 타임(Hot & On Time)' 캠페인 서비스를 하고 있다.

- ① 용이한 주문
- ② 적기 배달
- ③ 유지 및 수선 서비스
- ④ 고객훈련
- ⑤ 고객상담 서비스

38. 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 Complain
- ④ Service Marketing
- ⑤ Service terror

39. 다음 중 고객의 구매 후 평가사항에 포함되지 않는 것은?

- ① 제품정보
- ② 제품사용 만족도
- ③ 수선유지 서비스 요청
- ④ 제품의 하자 발견
- ⑤ 제품의 실용성 평가

40. 다음 중 서비스 수익 체인(모델)에 직접적이고 강력한 관계가 있는 요소로 적절하지 않는 것은?

- ① CEO의 역량
- ② 고객 충성도
- ③ 고객에게 제공된 서비스 가치
- ④ 서비스 프로세스의 품질
- ⑤ 종업원의 역량

41. 리츠칼튼 호텔은 모든 고객에게 규격화되고 획일화된 서비스를 제공하는 것이 아니라 고도로 차별화된 개별적 서비스(Personalized service)를 제공함으로써 이 호텔을 찾는 고객의 95%정도가 "추억에 남을 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. 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

43. 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

44. 다음 중 미래지향적 고객 중심서비스의 설명으로 적절하지 않는 것은?

- ① 고객을 세분화하여 맞춤형 상품과 서비스를 제공하는 것이다.
- ② 기존고객의 유지 및 신규고객 확보에 적극적인 마케팅서비스이다.
- ③ 고객의 니즈에 부합하는 상품으로 마케팅하는 서비스이다.
- ④ **과학적인 영업방법으로 무차별적인 마케팅활동이다.**
- ⑤ CRM에 바탕을 둔 고객 포커스 전략이다.

45. 1962년 미국의 케네디 대통령이 소비자보호 특별교서로 천명한 소비자의 4대 권리에 포함되지 않는 것은?

- ① 알 권리
- ② 안전할 권리
- ③ 자유롭게 선택할 권리
- ④ 의견반영의 권리
- ⑤ **사회 책임의 권리**

46. 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.

47. 1980년대 PZB에 의해 서비스 품질 평가를 위해 고객이 사용하는 공통적이고 일반적인 준거 기준을 10가지 차원으로 구성하였다. 다음 중 서비스 품질의 10가지 차원의 요소에 해당하지 않는 것은?

- ① **기업이해**
- ② 접근성
- ③ 가용성
- ④ 대응성
- ⑤ 커뮤니케이션

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 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 고객만족지수(Customer Satisfaction Index)에 대한 설명으로 적절하지 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 정성적 조사와 정량적 조사가 있다.
- ⑤ **정성적 조사 방법으로 FGI, 설문지조사, 전화조사, 이메일조사 등이 있다.**

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

- ① **A/S와 고객관리 시스템, 서비스 프로그램**
- ② 기업의 이미지, 브랜드 파워
- ③ 서비스 마인드, 접객 서비스 행동
- ④ 매너, 조직문화
- ⑤ 매장의 편의시설, 고객지원센터, 인테리어, 분위기 연출

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

53. 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

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. 서비스의 품질은 서비스 받기 전의 기대와 서비스에 대한 실제 경험의 비교를 통해 평가하게 된다. 이때 서비스에 대한 고객의 기대와 고객의 서비스 GAP을 측정하는 서비스 품질의 결정요인을 무엇이라고 하는가?

- ① **SERVQUAL**
- ② NPS
- ③ PSQ
- ④ SERVPERF
- ⑤ CSI

# '09-1 국가공인 CS Leaders(관리사) 2급 필기시험(09. 03. 29.)

수험번호 : 09-

성 명 :

문제유형 : A형

시험시간 : 90분

감독관 확인 (인)

57. 다음 중 고객세분화(segmentation) 요건으로 볼 수 없는 것은?

- ① 구매행위와 태도
- ② 시장의 크기
- ③ 접근 가능성
- ④ 수익 창출 가능성
- ⑤ **고객의 성숙도**

58. 다음 중 고객의 의사결정에 영향을 미치는 요인으로 개인적 성향 요인으로 볼 수 없는 것은?

- ① 보유한 지식
- ② **생활문화**
- ③ 생활양식
- ④ 개성
- ⑤ 동기

59. 다음 중 소비자 행동에 영향을 미치는 요소 중 사회적 요소에 해당하는 것은 무엇인가?

- ① 교육수준
- ② 라이프 스타일
- ③ 성별
- ④ 구매 동기
- ⑤ **준거집단**

60. 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

## 고객관리 실무론

61. 다음은 전화의 3대 원칙에 대한 내용을 올바르게 묶어 놓은 것은?

- ① 목적에 대한 신속한 응답, 신속한 초기 수신, 권장 용어 사용
- ② 수화기 내려놓는 순서, 끝까지 경청하기, 공손한 권장 용어 사용
- ③ 신속한 초기 수신, 끝까지 경청하기, 재진술의 법칙
- ④ **대기 시간 최소화, 수화기 내려놓는 순서, 질문으로 용건 확인**
- ⑤ 목적에 대한 신속한 응답, 질문으로 용건 확인

62. 다음은 전화 응대의 구성요소에 해당되지 않는 것은 무엇인가?

- ① 속도
- ② 명확한 발음
- ③ 고객감동 및 효과적인 의사소통의 단어선택
- ④ **음색**
- ⑤ 억양

63. 다음은 전화응대의 특성으로 거리가 먼 것은 무엇인가?

- ① 일정시간 내에서의 응대라는 점
- ② 음성만으로 하는 방문
- ③ 예고 없이 걸려온다는 점
- ④ 전화기라는 기계를 통한 응대라는 점
- ⑤ **거리가 떨어져 있는 곳에서 1대 1 대면이라는 점**

64. 다음은 성과관리의 목적에 대한 설명이다. 바른 것은 무엇인가?

- ① **성과관리의 목적은 회사의 경영 목표를 중심으로 조직(부서)과 개인이 같은 방향을 맞추게 하는 것이다.**
- ② 성과관리의 목적은 성과 수준과 경영 활동을 통해 달성한 실적을 체계적으로 관리함으로써 조직이 목표를 달성하는 것을 말한다
- ③ 성과관리의 목적은 QC의 잘못된 점을 찾아 정정해 주는 것이다.
- ④ 성과관리의 목적은 회사의 경영 목표를 중심으로 조직(부서)과 사업본부가 각각의 방향을 맞추게 하는 것이다.
- ⑤ 성과관리의 목적은 상호 발전 시스템을 제대로 구축하여 영업 활동을 돕는 것이다.

65. 다음은 콜센터 조직원의 역할에 대한 정의가 아닌 것은 무엇인가?

- ① 텔레커뮤니케이션- 정확한 발음, 어법, 밝은 목소리와 표준어를 구사하고 고객의 의사를 정확히 파악하고 이해하는 능력
- ② 고객관리 및 분석가 - 신규고객, 기존고객, 이탈고객의 속성분류
- ③ 고객 카운셀러 - 고객 관리와 고객 서비스를 전문적으로 수행하는 고객 상담가
- ④ 기업 가치를 전달하는 홍보맨 - 기업의 이미지와 상품 가치를 팔고 기업의 정보전달
- ⑤ **콜센터의 핵심 상담원 - 기업의 특정 고객과 부정적 이미지를 가진 고객들을 관리**

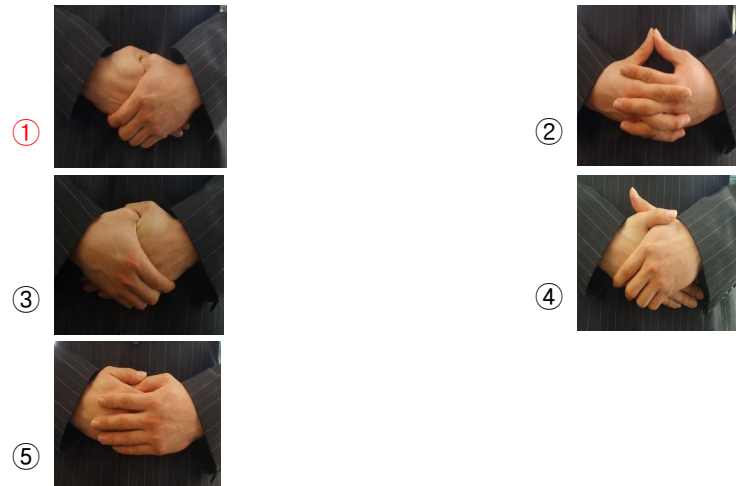
66. 다음 고객이 원하는 응대의 설명으로 가장 적절한 것은 무엇인가?

- ① 고객은 고객의 지식과 경제적 수준에 맞는 차별화된 응대를 원한다.
- ② 고객은 항상 고객의 편의에 대한 무조건적인 응대를 원한다.
- ③ 고객은 도움 받기를 원하지 않는다.
- ④ **고객은 자기의 의견이 수용되기를 원한다.**
- ⑤ 고객은 어떤 문제든 답을 원한다.

67. 다음은 고객 유형과 고객 유형에 맞는 특징을 설명한 것이다. 설명이 바르게 연결된 것은 무엇인가?

- ① 전문가형 고객 - 즐겁고 협조적인 성격이나 다른 사람이 자신을 위해 의사결정을 내려주기를 기다리는 경향이 있다.
- ② 저돌적인 고객 - 상황을 처리하는데 항상 자신의 생각보다는 타인의 생각에 맞춰서 이야기를 듣다가 화를 되풀이 하는 경향이 있다.
- ③ **같은 말을 장시간 되풀이하는 고객 - 자아가 강하고 끈질긴 성격을 가진 사람이다.**
- ④ 과장하거나 가정하여 말하는 고객 - 콤플렉스가 전혀 없는 완벽한 고객일 수 있다.
- ⑤ 불평을 늘어놓는 고객 - 빈정거리거나 비꼬며 말하는 사람이나 무엇이든 반대하는 열등감 또는 허영심이 강하고 자부심이 강한 사람이다.

68. 다음 중 평상시 남자의 공수법으로 옳은 것은 무엇인가?



69. 다음은 컴플레인과 클레임의 원인에 대한 설명으로 적당하지 않는 것은 무엇인가?

- ① 고객의 불만 원인은 크게 회사문제(제도나 상품) 그리고 고객 자신의 문제, 직원에 대한 문제로 분류할 수 있다.
- ② 고객 컴플레인과 클레임의 원인이 통계에 따르면 회사 문제보다는 직원의 문제가 더 많은 것으로 나왔다.
- ③ 잘못된 불만처리는 고객과 기업 그리고 종업원간의 부정적인 연쇄반응으로 악순환의 고리가 연출된다.
- ④ 불만이 발생하게 하는 가장 큰 원인은 직원들의 고객응대 과정처리 미숙, 타부서로 책임회피의 대한 불만이 전체대비 65%로 발생하고 있다.
- ⑤ **불만고객의 불만은 회사문제로 시작되면 결국엔 CEO가 모든 책임을 지고 문제를 해결해야 한다.**

70. 다음은 성공적인 서비스 회복(Service Recovery)의 전략에 대한 설명이다. 적절한 것은 무엇인가?

- ① 직원 교육을 통한 효과적인 사전 사후 고객 불만 관리
- ② 고객과 직원간의 녹취 내용 관리
- ③ 고객의 기대 정보에 대한 데이터 분석, 시스템 구축
- ④ 불만 고객의 채널의 고정화
- ⑤ 고객 접점 직원의 대한 서비스 교육의 현장 공개

71. 불만 해소 방법은 1단계 시작과정에서 5단계 마무리과정으로 이어진다. 다음 중 연결이 잘못된 것은 무엇인가?

- ① 1단계 - 경청 (집중효과)
- ② 2단계 - 고객 관점에서 바라보기 (회상효과)
- ③ 3단계 - 불만 고객 리스트 찾기 (탐색효과)
- ④ 4단계 - 사과와 양해 구하기 (반전효과)
- ⑤ 5단계 - 건설적인 협상 (양해효과)

72. 다음 중 이미지에 대한 정의를 바르게 설명한 것은 무엇인가?

- ① 이미지란 주관적인 관점에서 형성되는 사람이나 사물이 가지고 있는 것을 말한다.
- ② 이미지란 일반적으로 인간의 마음속에 그려지는 사람이나 사물의 감각적 영상을 말하는 것으로 주로 시각적인 것을 지칭한다.
- ③ 이미지란 일반적으로 인간의 가지고 있는 그 사람의 장·단점을 말한다.
- ④ 이미지란 그야말로 사람의 각 각 얼굴 모양을 말한다.
- ⑤ 이미지란 서비스 기업에서 잘 다듬어진 고급스런 이미지를 뜻한다.

73. 다음은 '인사'에 관한 설명이다. 설명이 잘못된 것은 무엇인가?

- ① 인사는 인간관계가 시작되는 신호이다.
- ② 인사의 종류에는 15도, 35도, 45도가 있다.
- ③ 상대방에 대한 친절과 존경심의 표현이다.
- ④ 스스로의 이미지를 높이는 기준이 된다.
- ⑤ 인사란 사람이 해야 할 일이다.

74. 다음 악수의 5대 원칙 중 관계가 없는 것은 무엇인가?

- ① 미소
- ② 눈맞춤
- ③ 적당한 힘
- ④ 적당한 거리
- ⑤ 적당한 관계

75. 다음 중 명함을 건네는 방법에 대한 설명으로 올바른 것은 무엇인가?

- ① 목례를 하고, 되도록 고객의 목과 가슴 선에서 주고받는다.
- ② 한자 이름을 물어보는 것은 실례다.
- ③ 명함은 고객이 바로 볼 수 있도록 건넨다.
- ④ 명함을 동시에 주고받을 때에는 왼손으로 주고 오른손으로 받는다.
- ⑤ 명함은 상황에 따라 한 손으로 건네도 예의에 어긋나지 않는다.

76. 다음 중 식사할 때 알아야 할 에티켓으로 관계가 없는 것은 무엇인가?

- ① 예의와 격식을 차려야 할 고급 식당에서의 초대는 정장을 한다.
- ② 나이프와 포크를 쥔 채로 말하지 않는다.
- ③ 접시는 움직이지 않는다.
- ④ 빵은 나이프로 자르지 않는다.
- ⑤ 초청자보다 비싼 음식을 주문한다.

77. 다음은 테이블 매너 시 유의해야 할 사항이다. 바르게 설명된 것은 무엇인가?

- ① 음식을 먹을 때에는 고개를 숙여 접시에 입을 대고 먹는다.
- ② 웨이터를 소리 내서 부르는 것은 유의할 사항이 아니다.
- ③ 식사 중에 머리에 손을 대는 일이 없도록 한다.
- ④ 예의상 테이블에서는 화장을 고칠 수 있다.
- ⑤ 식탁에서 다리를 꼬는 것과 허리를 구부리는 것은 유의할 사항이 아니다.

78. 다음은 고객 감동 단계에 대한 설명이다. 설명이 옳은 것은 무엇인가?

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

79. 고객 만족을 기초로 한 성공 점포 운영 전략에 대한 요약이다. 관계가 없는 것은 무엇인가?

- ① 항상 새로운 변화에 적응 할 수 있도록 창의성을 발휘하고 우위점을 찾도록 꾸준히 노력하라.
- ② 목표관리는 반드시 내부 고객 (종업원)과 함께하라.
- ③ 무엇을 어떻게 할 것인가? 확실한 비전을 설정하라.
- ④ 고객을 먼저 생각하는 고객만족 경영이 필수적이다.
- ⑤ 고객을 만족시키기 위한 가격 전략은 필수적이다.

80. 다음은 고객감동이 필요한 이유에 대한 설명이다. 바르지 못한 것은 무엇인가?

- ① 젊은 소비자의 경우 제품의 감성적 측면보다는 이성적 측면에 더 반응이 강하게 나타나는 경향을 보인다.
- ② 평생고객을 만들기 위해서는 고객 만족에서 한 단계 더 나아가 마음속으로 감동시키는 고객감동이 필요하게 되었다.
- ③ 이제는 제품의 품질 및 가격으로 소비자를 평생고객으로 만들기는 거의 불가능해지고 있다.
- ④ 우리나라 기업들은 최근 고객 만족에서 한 차원 더 높여 고객감동을 주장하고 있다.
- ⑤ 소비자들의 구매 패턴이 단순한 비교 구매에서 더 나아가 제품의 이성적인 측면 뿐 아니라 제품 서비스까지도 평가하는 경향이 강해졌다.

81. 다음은 고객만족의 정의에 대한 설명이다. 바르게 설명된 것은 무엇인가?

- ① 고객의 요구사항이나 기대사항 중에서 합당한 것을 충족시키는 것이다.
- ② 고객 만족은 기업만족에서 시작된다고 해도 과언이 아니다.
- ③ 기업이 실현하고자 하는 제품의 가치에 대해 고객이 만족하는 상태를 추구하는 것이다.
- ④ 고객 컴플레인이 없는 경우를 고객 만족이라고 정한다.
- ⑤ 고객 만족은 절대적으로 객관적이어야 맞는 것이다.

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

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

83. 과거에는 고객을 단순히 자기 회사의 제품을 구매하는 사람을 고객이라 했다. 그러나 현재는 고객을 좀 더 광범위하게 4가지로 분류하고 있다. 맞게 분류된 것은 무엇인가?

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

84. 고객을 최우선시 하는 월마트의 경영 이념을 설명해 놓은 것이다. 월마트의 경영이념에 해당되지 않는 사항은 무엇인가?

- ① 무제한 반품제도
- ② 모든 경영 활동들은 최종 고객을 지행하는 하나의 프로세스로 인식
- ③ 미소를 짓지 않으면 1달러를 주는 종업원
- ④ 유제한 환불제도
- ⑤ 넓은 매장통로 & 카드 결제는 3초 이내에 & 각종 이벤트까지

# '09-1 국가공인 CS Leaders(관리사) 2급 필기시험(09. 03. 29.)

수험번호 : 09- \_\_\_\_\_ 성 명 : \_\_\_\_\_ 문제유형 : A형 시험시간 : 90분 감독관 확인 (인)

85. 원스톱 서비스의 성공 요건에 해당되지 않는 사항은 무엇인가?

- ① 인적 자원의 개발과 관리
- ② 전략계획
- ③ 리더십
- ④ 프로세스 관리
- ⑤ 콜센터 별도 운영

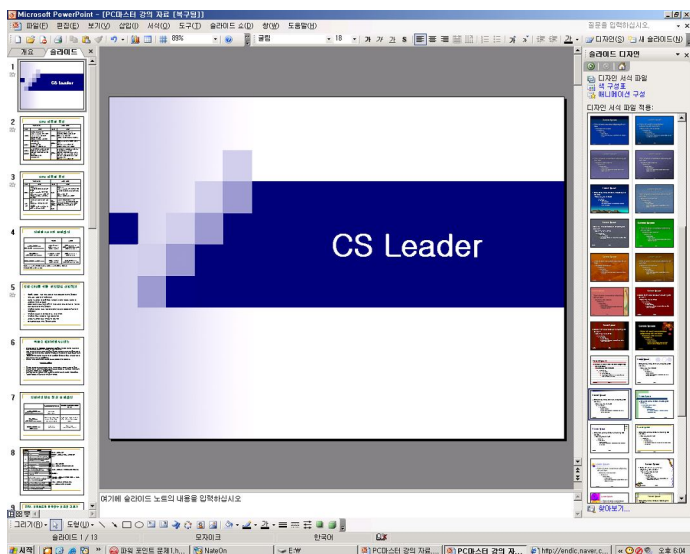
86. 다음은 성공적인 프레젠테이션의 구성 3요소를 설명한 것이다. 바르게 설명된 것은 무엇인가?

- ① 프레젠테이션을 설명하는 강사의 능력
- ② 프레젠테이션을 청중 하는 관리자
- ③ 프레젠테이션을 실행하는 관리자
- ④ 프레젠테이션의 올바른 장소
- ⑤ 전달하고자 하는 목적을 담은 메시지

87. 다음 중 프레젠테이션 발표 시 강의 방법으로 옳지 않은 것은?

- ① 전문 용어나 축약어, 속어 등은 사용하지 않는다.
- ② 강의 도중 청중의 반응을 살펴가며 말한다.
- ③ 준비한 메모를 틴틈이 확인한다.
- ④ 또박또박 이야기 하되, 빨리 이야기 하지 않는다.
- ⑤ 미리 말할 것을 간략하게 메모를 준비한다.

88. MS 파워포인트를 이용하여 다음 그림과 같이 슬라이드를 디자인 하려고 할 때 사용되는 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.

89. 다음의 그래프 중 명칭이 잘못된 것은?

- ①  방사형 차트
- ②  꺾은선형 차트
- ③  세로막대형 차트
- ④  표면형 차트
- ⑤  분산형 차트

90. 다음 중 전자거래기본법에 규정된 용어의 정의로 잘못된 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.