

## 국가자격검정

# 2024년 제3회 유통관리사 필기시험

3급	A형	시험일(소요시간)	문항수	수험번호 :
		11월 16일(총45분)	총45개	성명 :

### <유의사항>

1. 수험자 유의사항을 준수하지 않아 발생한 모든 책임은 수험자에게 있습니다.
2. 문제지를 받으시면 문제지 표지에 수험번호와 성명을 기재하시기 바랍니다.  
안내 방송 전까지 문제내용을 보아서는 안 됩니다.
3. 수험자는 안내 방송에 따라 문제지를 확인하시고 문제지 표지와 내지 간 형별,  
총 면수(6면), 문제번호 일련순서, 인쇄상태 등을 확인하시고 이상이 있는 경우  
즉시 감독관에게 교체를 요구해야 합니다.

1과목 유통상식 20문항, 2과목 판매 및 고객관리 25문항

4. 시험이 시작되면 문제를 주의 깊게 읽은 후, 문제에서 요구하는 취지에 가장  
적합한 하나의 정답만을 고르며, 문제내용에 관한 질문은 받지 않습니다.
5. 시험 종료 후 반드시 문제지, 답안지를 모두 제출하여야 합니다. 문제지, 답안  
지를 소지한 채 무단퇴실 하거나 제출거부 또는 외부유출 시 부정행위자로 처리  
됩니다.
6. 부정행위를 한 수험자는 관련법에 따라 응시한 자격검정이 정지 및 무효 처리  
되며 차후 자격검정에도 응시가 제한됩니다.

## <제1과목> 유통상식

### 1. 도매상의 혁신전략과 설명의 연결이 가장 옳지 않은 것은?

- ① 합병과 매수: 기존 시장에서의 지위 확보, 다각화를 위한 전후방 통합
- ② 자산의 재배치: 회사의 핵심사업 강화 목적, 조직의 재설계
- ③ 회사의 다각화: 유통다각화를 통한 유통라인 개선
- ④ 전방과 후방통합: 이윤확대와 시장에서의 지위강화를 위한 통합
- ⑤ 유통의 새로운 기술: 합작투자과 전략적 제휴를 통한 해외진출 가속화

### 2. 유통경로의 특징으로 옳지 않은 것은?

- ① 유통경로는 상호의존적인 조직들의 집합체이다.
- ② 경로구성원이 수행하는 활동은 불연속적인 과정으로 이해되어야 한다.
- ③ 유통경로는 제품이나 서비스를 고객이 사용 또는 소비하도록 하기 위해 필요한 것이다.
- ④ 유통경로의 핵심기능은 판매자와 구매자 간의 교환을 촉진하는 데 있다.
- ⑤ 제품의 본질을 가치의 총합으로 볼 때 유통경로는 가치가 흘러가는 통로로 이해할 수 있다.

### 3. 중간상이 제공하는 기능에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 분류(sorting out)는 이질적인 제품들을 크기나 품질 등의 기준을 통해 동질적인 집단으로 나누는 기능이다.
- ② 집적(accumulation)은 여러 생산자들로부터 상품을 구매하여 대량으로 축적하는 기능이다.
- ③ 표준화(standardization)는 제품들을 동일한 형식으로 일반화시켜 매장에 진열하는 기능이다.
- ④ 구색(assortment)은 판매를 위해 분할된 상품들을 연관성 있는 상품들의 집단인 카테고리별로 매장에 진열하는 기능이다.
- ⑤ 배분(allocation)은 동질적인 제품들을 소규모 단위로 나누는 기능이다.

### 4. 직장 내 상급자와의 관계에서 지켜야 할 예절로 옳지 않은 것은?

- ① 상급자를 인도할 때는 우측 2~3보 앞에서 하고, 상급자를 수행할 때는 우측 뒤를 따른다.
- ② 상급자에 앞서서 자기 이야기부터 먼저 하지 않는다.
- ③ 상급자에 대한 호칭은 보통 직급 또는 직책명 뒤에 님을 붙여서 부른다.
- ④ 상급자가 자기를 알아보지 못한 경우에는 굳이 인사하여 상급자를 귀찮게 할 필요는 없다.
- ⑤ 상급자보다 상위의 위치에 앉거나 서지 않는다.

### 5. 소매업태의 변천과정을 설명하는 이론 중, 특정 유형의 소매업태가 도입기, 성장기, 성숙기 그리고 쇠퇴기의 단계를 거친다고 보는 이론으로 가장 옳은 것은?

- ① 소매업 수레바퀴가설
- ② 소매 아코디언이론
- ③ 대리이론
- ④ 거래비용이론
- ⑤ 소매 수명주기이론

### 6. 아래 글상자에서 설명하는 소매업 유형으로 가장 옳은 것은?

박리다매의 원칙에 입각하여 상품을 일반 점포보다 항상 저렴한 가격으로 판매하는 대규모 점포를 말한다.

- ① 편의점
- ② 전문점
- ③ 백화점
- ④ 슈퍼마켓
- ⑤ 할인점

### 7. 아래 글상자에서 설명하는 용어로 가장 옳은 것은?

어떤 상품과 서비스가 생산자로부터 소비자 및 최종사용자에게로 이전되는 과정에 참여하는 모든 개인 및 기업

- ① 유통경로
- ② 유통단계
- ③ 유통구조
- ④ 유통시장
- ⑤ 유통과정

### 8. 아래 글상자에서 설명하는 유통경로 기능으로 가장 옳은 것은?

제조업체와 소비자 사이에 중간상이 개입하게 되면 제조업자는 소수의 중간상과 거래할 수 있으므로 수많은 소비자와 개별적 거래를 하는 불편에서 벗어날 수 있다. 즉, 중간상의 개입으로 교환과정을 단순화시킬 수 있으므로 거래가 효율적으로 이루어질 수 있다.

- ① 교환과정의 촉진
- ② 제품구색 불일치 완화
- ③ 분업의 원리
- ④ 고객서비스 제공
- ⑤ 후방경로 활동

### 9. 아래 글상자에서 설명하는 경로커버리지 전략으로 가장 옳은 것은?

일정 지역에서 한 유통업자에 대해서만 그 제품을 취급하도록 하는 전략으로, 제조업자가 유통업자에 대한 통제력이 상대적으로 높으며, 서로의 강한 유대관계를 가지려 할 때 채택하는 경향이 있다.

- ① 집약적 유통(intensive distribution)
- ② 전속적 유통(exclusive distribution)
- ③ 선택적 유통(selective distribution)
- ④ 다채널 유통(multi-channel distribution)
- ⑤ 직접 유통(direct distribution)

10. 아래 글상자에서 설명하는 내용으로 가장 옳은 것은?

수직적 마케팅시스템 중에서 통합의 정도가 가장 약한 것으로, 경로구성원들의 마케팅활동이 소유권 및 계약에 의하지 않으며 어느 한 경로구성원의 규모, 파워, 또는 경영 지원에 의해 조정되는 유형이다.

- ① 프랜차이즈 시스템(franchise system)
- ② 기업형 VMS(corporate vertical marketing system)
- ③ 관리형 VMS(administered vertical marketing system)
- ④ 도매상후원 자발적 연쇄점(wholesaler-sponsored voluntary chain)
- ⑤ 소매상 협동조합(retailer cooperative)

11. 유통활동을 상적유통기능, 물적유통기능, 유통조성기능으로 분류할 때 상적유통기능에 해당하는 것으로 옳은 것은?

- ① 소유권 이전 기능
- ② 장소적 분리 해소 기능
- ③ 포장 및 유통가공 기능
- ④ 품질 표준화 기능
- ⑤ 시간적 분리 해소 기능

12. 아래 글상자의 괄호 안에 들어갈 용어를 순서대로 올바르게 나열한 것은?

영업사원에 대한 보상의 형태는 ( ㉠ )과(와) ( ㉡ ) (으)로 나누어진다. ( ㉠ )에는 일정한 기간 동안 규칙적으로 동일한 금액을 받는 봉급, 판매성과나 이익의 일정 비율을 받는 커미션 등이 있다. ( ㉡ ) (으)로는 승진이나 경력개발과 같은 요소가 있으며, 이는 영업사원들의 성취 욕구를 자극하는 촉매제 역할을 한다.

- ① ㉠ 고정비, ㉡ 변동비
- ② ㉠ 금전적 보상, ㉡ 비금전적 보상
- ③ ㉠ 비금전적 보상, ㉡ 금전적 보상
- ④ ㉠ 연봉제, ㉡ 성과급제
- ⑤ ㉠ 샬러리, ㉡ 보너스

13. 직업윤리를 준수하는 행동으로 옳은 것은?

- ① 영업사원을 채용하는 과정에서 예외 없이 규정을 준수하여 프로세스를 진행한 경우
- ② 스카우트 제의가 들어왔을 때 기존회사의 기밀을 가지고 이직하는 경우
- ③ 경쟁사 제품에 대한 고객의 반응을 알아보기 위해 마케팅 조사기관에 중사하는 것처럼 위장하는 경우
- ④ 영업사원이 판매 실적을 부풀리기 위해 확인되지 않은 제품의 성능을 과장하여 설명하는 경우
- ⑤ 회사 내 연구개발팀이 개발된 제품을 개발하였으나 기대에 미흡한 결과에도 제품개발을 과장하여 광고하는 경우

14. 고객과의 대화 시 유의할 점에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 목소리를 최대한 크게 하거나 속삭여서 차별성을 보여 준다.
- ② 고객이 어떠한 말을 해도 말다툼을 하지 않는다.
- ③ 고객의 말을 가로막아 빠른 결론을 내린다.
- ④ 말끝을 흐려서 여운을 남긴다.
- ⑤ 전문용어를 사용해서 고객이 감탄하게 한다.

15. 고객을 맞이하는 판매원의 자세에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 자세는 바르고 태도는 공손하게 한다.
- ② 실수하지 않도록 업무지식에 능통해야 한다.
- ③ 고객과의 약속은 반드시 지킨다.
- ④ 판매와 관련된 고객의 문제를 해결하기 위해 노력한다.
- ⑤ 매출에 도움이 되는 고객만 선별해서 응대한다.

16. 양성평등참여를 위해 양성평등기본법에서 제시하고 있는 사항들로 옳지 않은 것은?

- ① 공직에 여성과 남성이 평등하게 참여하기 위한 시책 마련
- ② 직장 내의 양성평등한 근무환경 조성을 위한 조치 마련
- ③ 일과 가정생활의 조화로운 양립을 위한 여건 마련
- ④ 여성인적자원의 개발에 필요한 시책 마련
- ⑤ 임신, 출산, 수유, 육아에 관해서는 모성권만 보장

17. 유통산업발전법(법률 제19117호, 2022. 12. 27., 타법개정)에서 정의하는 용어에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 매장이란 상품의 판매와 이를 지원하는 용역의 제공에 직접 사용되는 장소를 말한다.
- ② 임시시장이란 다수의 수요자와 공급자가 일정한 기간 동안 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 일정한 장소를 말한다.
- ③ 상점가란 같은 업종을 경영하는 여러 도매업자 또는 소매업자가 일정 지역에 점포 및 부대시설을 설치한 곳을 말한다.
- ④ 체인사업에는 직영점형, 프랜차이즈형, 임의가맹점형, 조합형 등이 있다.
- ⑤ 무점포판매란 상시 운영되는 매장을 가진 점포를 두지 아니하고 상품을 판매하는 것이다.

18. 소비자기본법(법률 제20301호, 2024. 2. 13., 일부개정)에서 말하는 소비자의 기본적 권리로 옳지 않은 것은?

- ① 물품 또는 용역으로 인한 생명·신체에 대한 위해로부터 보호받을 권리
- ② 물품등을 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리
- ③ 안전하고 쾌적한 소비환경에서 소비할 권리
- ④ 합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리
- ⑤ 소비자의 기본적 권리를 확보하기 위해서 소비자 문제에 관한 조사 및 연구를 할 수 있는 권리

19. 청소년 보호법(법률 제20423호, 2024. 3. 26., 타법개정) 중 청소년유해약물등의 판매·대여 등의 금지에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?
- ① 누구든지 청소년을 대상으로 청소년유해약물등을 판매·대여·배포하거나 무상으로 제공하여서는 아니 된다.
  - ② 청소년을 대상으로 청소년유해약물 등을 자동기계장치·무인판매장치·통신장치를 통하여 판매·대여·배포하는 것은 허용된다.
  - ③ 누구든지 청소년에게 권유·유인·강요하여 청소년유해약물등을 구매하게 하여서는 아니 된다.
  - ④ 청소년유해약물등을 판매·대여·배포하고자 하는 자는 그 상대방의 나이 및 본인 여부를 확인하여야 한다.
  - ⑤ 누구든지 청소년의 의뢰를 받아 청소년유해약물등을 구입하여 청소년에게 제공하여서는 아니 된다.
20. 구매자 요구와 판매자 요구 사이의 균형 추구를 강조하는 판매자의 윤리적 가치로서 가장 옳은 것은?
- ① 정직성            ② 공정성            ③ 책임감
  - ④ 존경심            ⑤ 개방성

## <제2과목> 판매 및 고객관리

21. 제품믹스(product mix)의 구성을 평가하는 일반적인 기준으로 가장 옳은 것은?
- ① 크기(size), 모양(shape), 품질(quality)
  - ② 폭(width), 길이(length), 깊이(depth)
  - ③ 판매량(sales volume), 수익(profit), 점유율(market share)
  - ④ 생산(production), 판매(sales), 서비스(service)
  - ⑤ 기능(function), 디자인(design), 포장(packaging)
- 22.接客서비스에 대한 아래의 내용 중에서 가장 옳은 것은?
- ① 매장에서는 자신의 센스를 최대한 발휘하여 아주 화려하게 의상을 갖추어야 한다.
  - ② 고객은 자신이 구입한 상품이 마음에 들기만 하면 만족한다.
  - ③ 고객요구가 파악되면 요구에 맞는 대안을 최대한 많이 제시한다.
  - ④ 판매원은 무엇보다도 회사가 목적하는 바를 충분히 이행하고 있는지를 항상 체크하고 기업의 이익 항상 관점에서 고객을 보아야 한다.
  - ⑤ 판매원은 무엇보다도 충분한 상품지식과 사용방법 등을 숙지하고 있어야 한다.
23. 다음 중 기업의 마케팅커뮤니케이션 활동이 아닌 것은?
- ① 판매촉진            ② 인적 판매
  - ③ 검색엔진최적화      ④ 홍보
  - ⑤ 전시회

24. 상품에 대한 관여도 수준에 따라 소비자의 구매행동이 달라진다. 상품 관여도에 관한 설명으로서 가장 옳지 않은 것은?
- ① 상품 관여도 수준은 개인 특성에 따라 달라진다.
  - ② 상품 관여도 수준은 상황적 맥락의 영향을 받지 않는다.
  - ③ 지각된 위험이 낮을수록 상품 관여도 수준은 낮아진다.
  - ④ 구매결과의 불확실성이 클수록 상품 관여도 수준은 높아진다.
  - ⑤ 구매의 영향이 단기적일수록 상품 관여도 수준은 낮아진다.
25. 다음 중 POP(point of purchase)광고의 기능으로 가장 옳지 않은 것은?
- ① 점포 외부의 접객분위기를 높이는 기능
  - ② 소비자에게 정보를 제공하는 기능
  - ③ 점포 내의 분위기를 활성화하는 기능
  - ④ 매장 내 위치나 이벤트를 안내하는 기능
  - ⑤ 구매를 유발하는 기능
26. 유통업체 브랜드(PB: private brand)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?
- ① 브랜드의 주체는 제조업자이다.
  - ② 판매 및 재고관리는 유통업체가 담당한다.
  - ③ 주로 OEM방식을 통해 제품을 생산한다.
  - ④ PB의 장점은 다른 브랜드의 제품에 비해 가격이 저렴하고 높은 마진을 달성할 수 있다는 점이다.
  - ⑤ 식음료나 공산품 같은 편의품뿐만 아니라 화장품 및 패션 등의 선매품에도 PB가 활용되고 있다.
27. 소비자들의 구매의사결정에 영향을 미치는 매장 혼잡성을 설명하는 내용으로 가장 옳지 않은 것은?
- ① 혼잡한 상황에서 대부분의 고객은 바빠 보이는 직원에게 뭔가를 물어보고 상담하기를 꺼린다.
  - ② 혼잡하다고 느낀 소비자는 구매를 연기하지 않고 반드시 충동구매를 한다.
  - ③ 혼잡한 점포 내에서 구매한 상품에 대해 고객은 일반적으로 만족도를 낮게 인식하는 편이다.
  - ④ 혼잡성은 소비자가 인식하고 처리할 수 있는 정보의 양을 제한한다.
  - ⑤ 혼잡성을 경험한 소비자는 그 점포에 대해 나쁜 이미지를 갖게 될 가능성이 크다.
28. 아래 글상자는 서비스 특성 중 하나를 설명한 것이다. 이에 가장 옳은 것은?

서비스는 생산과 소비가 동시에 일어난다. 즉, 서비스에 서비스 제공자에 의해 생산되며, 동시에 고객에 의해 소비되는 성격을 지닌다.

- ① 무형성            ② 비분리성            ③ 이질성
- ④ 소멸성            ⑤ 유형성

29. 브랜드 연상(브랜드 이미지)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 브랜드 연상은 고객이 특정 브랜드에 가지는 전체적인 인상을 의미한다.
- ② 바람직한 브랜드 연상은 고객에게 브랜드와 관련된 호의적이고 강렬한 인상을 남긴다.
- ③ 제품속성과 직접 관련된 연상은 제품 범주, 품질이나 가격 등을 통해 구축된다.
- ④ 제품속성과 관련이 없는 브랜드 연상은 주로 제품의 기능적 편익에 의존한다.
- ⑤ 기업 자체의 이미지가 브랜드 연상으로 작용할 수 있다.

30. 다음 중 아래의 글상자에서 공통으로 설명하는 상품의 유형으로 가장 옳은 것은?

- 소비자들은 강한 브랜드 선호도와 충성도를 가진다.  
 - 소비자들은 상당한 구매노력을 기꺼이 감수하려는 경향이 있다.  
 - 소비자들의 가격민감도가 상대적으로 낮다.  
 - 보통 전속적 유통을 채택한다.

- ① 편의품
- ② 선매품
- ③ 전문품
- ④ 미탐색품
- ⑤ 산업용품

31. 다음 중 매장 내·외부 공간 및 환경 관리에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 매장 배치의 기본은 소비자들이 쉽게 원하는 물건을 찾을 수 있게 하는 것이다.
- ② 소비자들이 필요한 것만 구매해서 빠르게 나갈 수 있게 동선을 만들어야 한다.
- ③ 고객의 구매욕구를 높이기 위해 상품을 매력적으로 느낄 수 있게 매장 환경을 관리한다.
- ④ 매장 앞 전면부는 간판 및 입간판 등을 통해 통행하는 소비자들의 시선을 끌 수 있어야 한다.
- ⑤ 매장의 음악과 향기는 소비자의 기분과 감정에 영향을 미친다.

32. 다음 중 상품의 판매 활동에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 판매 활동의 본질은 대금과 상품의 교환거래를 실현시키는 활동이다.
- ② 상품 관련 정보를 제공함으로써 상품의 이용이 유익하다는 것을 알리는 활동이다.
- ③ 상품의 효용을 고객에게 알림으로써 구매 결정을 유도하는 활동이다.
- ④ 상품의 구매 조건을 설명하여 지금 구매가 이득임을 납득시키는 활동이다.
- ⑤ 소비자가 상품을 이용함으로써 제품의 가치를 실현시키는 활동이다.

33. 거래 완결을 위해 판매에 수반하여 반드시 제공되어야 할 판매서비스로서 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상품 사용 관련 정보 제공
- ② 고객 맞춤형 수선서비스 제공
- ③ 상품에 대한 주문 처리
- ④ 상품 대금의 청구서 발급
- ⑤ 대금 지불 과정 구축 및 운영

34. 다음 중 POS(point of sale)의 장점으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 체크아웃 처리속도의 증가
- ② 인건비 절감
- ③ 입력오류 방지
- ④ 구매선택 다양성 증가
- ⑤ 가격조정과 점검 및 전산처리 용이

35. 아래 글상자에서 설명하는 판매결정기법으로 가장 옳은 것은?

고객이 선택을 하지 못하고 있을 때 판매를 종결하기 위해 “직접 가져가실 수 있게 포장해 드릴까요?” 혹은 “배송해 드릴까요?”라고 두 가지 대안을 제시하면 그중 어느 쪽이든 하나를 선택하여 대답을 할 확률이 높기에 판매원이 많이 사용하는 기법이다.

- ① 요약 반복법
- ② 보증법
- ③ 실례법
- ④ 타이밍지적법
- ⑤ 가정적 종결법

36. 아래 글상자에서 설명하는 가격할인의 유형으로 가장 옳은 것은?

제조업자가 일반적으로 수행해야 할 유통업무의 일부를 중간상인이 대신 수행할 경우, 이에 대한 보상으로 경비의 일부를 제조업자가 부담하는 것으로 기능할인(function discount)이라고도 한다.

- ① 수량할인
- ② 현금할인
- ③ 거래할인
- ④ 상품 지원금
- ⑤ 판매촉진 지원금

37. 아래 글상자의 괄호 안에 들어갈 촉진전략 유형으로 가장 옳은 것은?

( )은 생산자가 최종소비자들에게 광고나 소셜미디어 활동을 통해 제품을 구매하도록 유도하는 촉진전략이다.

- ① 푸시(push) 전략
- ② 풀(pull) 전략
- ③ 인적 판매 전략
- ④ 대량판매 전략
- ⑤ 할인 전략

38. 상품이나 서비스를 셀프서비스(self-service)를 활용하여 판매하는 방식의 장점으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상품 포장의 간소화 개선
- ② 고객의 구매과정 통제력 확보
- ③ 구매 장소의 유연성 증가
- ④ 구매 시간의 편의성 증진
- ⑤ 구매 소요시간의 절약

39. 아래 글상자에서 설명하는 서비스 회복을 위한 지침으로 가장 옳은 것은?

현장에서 문제를 해결하기 위해서는 일선 직원들이 서비스 실패나 고객불평에 즉시 대처할 수 있는 권한과 재량권을 가지고 있어야 한다. 효과적인 서비스 회복은 고객의 소리를 듣고, 해결책을 찾아 즉석에서 해결해야 하는데 때로는 규정에서 벗어날 수도 있기 때문이다.

- ① 권한위임
- ② 직원훈련과 보상
- ③ 경험으로부터 학습
- ④ 서비스 회복기회 추적
- ⑤ 감정이입

40. 판매를 위해 판매원이 수행할 수 있는 효과적인 스몰 토크 방법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 스몰 토크는 논란이 되는 사회적 이슈나 정치, 종교와 같은 주제는 피하고 날씨나 드라마, 스포츠와 같은 가벼운 주제로 한다.
- ② 질문은 예나 아니오로 끝나지 않는 열린 질문으로 한다.
- ③ 스몰 토크는 판매를 위한 본격적인 대화 전에 하는 것으로 신뢰감을 주기 위해 전문용어를 많이 쓰려고 노력한다.
- ④ 스몰 토크에 대한 반응으로 내용은 가볍지만 ‘네~’, ‘정말요?’, ‘대단한데요?’와 같은 확실한 언어 리액션을 보여준다.
- ⑤ 스몰 토크의 핵심 세 가지 요소는 관찰, 질문, 표현이다.

41. 고객의 소리를 관리하는 것이 중요한 이유로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객의 소리는 제품 및 서비스 개선지점을 파악하는 데 도움을 준다.
- ② 고객 문제에 대한 신속한 대응으로 서비스 품질을 강화시킬 수 있다.
- ③ 고객의 필요를 확인함으로써 마케팅 전략 수립에 도움이 된다.
- ④ 통계방식을 활용하여 제품 및 서비스의 불량률을 개선하고 품질혁신경영을 수행하는 바탕이 된다.
- ⑤ 고객의 소리를 통해 기업의 긍정적인 이미지를 강화할 수 있다.

42. 다음 중 고객 응대를 위해 판매원이 이해하고 있어야 하는 고객에 관한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 매장에서 고객 접객 시 고객공간을 침범하지 말고 접객을 위한 적정 간격을 유지해야 한다.
- ② 고객은 언제나 합리적인 사고를 통해 구매하므로 고객에게 자세한 설명은 오히려 구매의사결정에 방해가 된다.
- ③ 고객을 존중하면서 고객의 동기 및 가치관과 이해 수준에 따라 고객응대를 해야 한다.
- ④ 동일한 나이나 소득수준이어도 성격이나 생활양식에 따라서 고객의 욕구가 다를 수 있다는 것을 이해해야 한다.
- ⑤ 판매원은 구매결정을 고객에게 맡기지 말고 고객의 반응을 올바르게 포착하여 판매결정을 촉구해야 한다.

43. 소매점포 매장에서 조명(lightning)을 활용하는 목적으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객 관심을 특정상품으로 유도
- ② 점포 내 고객의 이동속도 조절
- ③ 점포 내 고객의 기분 전환
- ④ 점포 및 매장의 이미지 개선
- ⑤ 제품에 따른 조도 조절로 매출 증대

44. 특정 제품이나 서비스에 대한 고객의 추천정도를 0점에서 10점 사이의 척도로 측정하여 고객충성도를 계산하는 지표로 옳은 것은?

- ① NPS (net promoter score)
- ② CSAT (customer satisfaction score)
- ③ KPI (key performance indicator)
- ④ CES (customer effort score)
- ⑤ ROI (return on investment)

45. 소비자 관측수단에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 무료샘플은 주로 소비자들이 시험삼아 사용해 볼 수 있을 만큼의 양을 따로 포장하여 소비자들에게 무료로 제공하는 것을 의미한다.
- ② 쿠폰은 제품을 구입할 때 구매자에게 일정금액을 할인해 주는 할인권을 의미한다.
- ③ 리베이트는 쿠폰과 그 성격이 비슷하며 가격할인이 구매시점에 일어난다.
- ④ 프리미엄은 소비자가 제품을 구매한 것에 대하여 무료 또는 저렴한 가격으로 구매한 것과 동일한 제품이나 다른 제품을 제공하는 것이다.
- ⑤ 시연회는 고객들 앞에서 실제로 자사제품을 보여주거나 자사제품의 사용법과 차별적인 특성을 시연해 보이는 것이다.

- 수고하셨습니다. 수험생 여러분의 좋은 결과를 기원합니다. -