

일반형

- | | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1. 답 ④ | 2. 답 ③ | 3. 답 ⑤ | 4. 답 ② | 5. 답 ① | 6. 답 ⑤ |
| 7. 답 ③ | 8. 답 ⑤ | 9. 답 ① | 10. 답 ② | 11. 답 ④ | 12. 답 ③ |
| 13. 답 ⑤ | 14. 답 ③ | 15. 답 ④ | 16. 답 ⑤ | 17. 답 ③ | 18. 답 ① |
| 19. 답 ⑤ | 20. 답 ⑤ | 21. 답 ② | 22. 답 ⑤ | 23. 답 ④ | 24. 답 ⑤ |

OX형

- | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 25. 답 ② | 26. 답 ② | 27. 답 ① | 28. 답 ② | 29. 답 ① |
|---------|---------|---------|---------|---------|

연결형

- | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 30. 답 ① | 31. 답 ② | 32. 답 ③ | 33. 답 ⑤ | 34. 답 ④ |
|---------|---------|---------|---------|---------|

사례형

- | | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 35. 답 ① | 36. 답 ③ | 37. 답 ④ | 38. 답 ⑤ | 39. 답 ② | 40. 답 ⑤ |
| 41. 답 ① | 42. 답 ⑤ | 43. 답 ⑤ | 44. 답 ② | | |

통합형

- | | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 45. 답 ① | 46. 답 ② | 47. 답 ⑤ | 48. 답 ⑤ | 49. 답 ② | 50. 답 ③ |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|

문제 해설

1 ④

1. 지명인이 부재중이더라도, 부재중인 개인적인 사유까지 알릴 필요는 없다.
2. 회사까지 어떤 교통편을 이용할 것인지 먼저 물어본다.
3. 다시 전화할 것인지, 지명인이 전화해줄 것인지를 정하고 필요하다면 메모를 정확히 남기고, 전화 한 사람의 이름을 확인한다.
5. “뭐라고요?”, “잘 안 들리는데요.”와 같은 표현은 쓰지 않도록 하고, “좀 멀게 들립니다.”와 같은 완곡한 표현을 사용한다.

2 ③

1. 앞에서 안내한다.
2. 하급자가 먼저 타도록 한다.
4. 당겨서 여는 문일 경우에는 문을 당겨 열어서 고객이 먼저 통과하도록 한다.
5. 계단과 에스컬레이터 등 경사가 진 위치에서 올라갈 때는 뒤쪽에서 안내하고, 내려올 때는 앞쪽에서 안내한다.

3 ⑤

[밝은 표정의 효과]

건강 증진 효과 : 웃는 근육을 많이 사용하게 되면 과학적으로 건강에 유익한 영향을 준다.

감정 이입 효과 : 나의 밝고 환한 웃는 표정을 보면 타인도 기분이 좋아지게 된다.

마인드 컨트롤 효과 : 밝고 환한 표정을 지으면 실제로 기분이 좋아지게 된다.

신바람 효과 : 웃는 모습으로 생활을 하면 기분 좋게 일을 할 수 있게 된다.

실적 향상 효과 : 즐겁게 일을 하다보면 업무가 효율적으로 진행되어 능률이 오르게 된다.

호감 형성 효과 : 표정은 상대가 보고 느끼며 판단하는 것으로 웃는 표정은 나에 대한 좋은 이미지를 형성하게 한다.

4 ②

5 ①

외향형은 폭넓은 대인관계를 유지하며 사교적이고 정열적이며 활동적이므로, 조용하고 신중히 글로 표현하기 보다는 말로 표현하는 것을 선호한다.

6 ⑤

해당 설명에 알맞은 고객 분류는 단골고객이다.

7 ③

2 물리적 환경 / 1 사회적 환경 / 3 정답 / 4 소비 상황 / 5 구매 상황

8 ⑤

객관적 자료 보다는 다양한 채널로 접근하여 감성을 자극한다.(감성자극)

상대방의 의도를 간파하는 짧은 한마디는 상대방의 마음을 한순간 무너뜨릴 수 있다.(촌철살인)

상황에 맞는 전문가의 말을 인용한다.(촌철살인)

타인을 비난하기 전에 자신을 먼저 낮추고 상대방의 마음을 헤아리는 모습을 보여준다.(역지사지)

시각에 호소하는 언어를 사용한다.(이심전심)

9 ①

2 개인적 거리는 45cm~80cm다.

3 사회적 거리는 80cm~1.2m다.

4 대중적 거리는 1.2m~3.7m다.

5 진정한 관심이나 흥미 및 태도도 반영한다.

10 ②

CIQ 지역에서는 세관(Customs)검사, 출입국관리(Immigration), 검역(Quarantine)등이 이루어지며,贵宾실을 사용하는 VIP에 대한 영접(Greeting)도 이 지역에서 이루어진다.

11 ④

장시간의 강의청취와 노트필기를 고려할 경우 교실식 세팅을 가장 많이 사용한다.

12 ③

최 상급자에게 상급자 호칭 시는 압존법을 사용하여야 한다.

13 ⑤

의전(儀典)은 의식과 의례를 갖춘 행사를 의미하지만, VIP고객의 사정과 전체의식의 규칙을 잘 조율하며 균형을 이루어 진행하여야 한다.

14 ③

1 후광효과: 상품 평가 시 일부 속성에 의해 형성된 전반적 평가가 그 속성과는 직접적 관련이 없는 다른 속성의 평가에 영향을 미치는 효과

2 빈발효과: 첫인상이 좋지 않게 형성되었다고 할지라도 반복해서 제시되는 행동이나 태도가 첫인상과는 달리 진지하고 솔직하게 되면 점차 좋은 인상으로 바뀌게 되는 현상

4 프레밍효과: 대안들의 준거점에 따라 평가가 달라지는 효과

5 유사성효과: 새로운 상품대안이 나타난 경우, 그와 유사한 성격의 기존 상품을 잠식할 확률이 다른 경쟁 상품을 잠식할 확률보다 높은 현상

15 ④

에티켓은 매너의 기본 단계로서 에티켓도 지키지 않는 사람에게 매너를 기대할 수 없다.

16 ⑤

5 사람들은 다른 사람의 이야기를 들으면서 자신과 비교하거나 판단을 내리느라 전적으로 집중하지 못한다.

17 ③

1 명함을 건넬 때는 선 자세로 왼손을 받쳐서 오른손으로 주는 것이 예의.

2 명함을 받을 때는 일어서서 두 손으로 받는다.

4 명함을 받은 후 상대방 앞에서 명함에 메모하거나 낙서하는 행위는 매너에 어긋나는 행위이다.

5 명함을 받은 후 대화가 이어질 경우 테이블 위에 올려놓고 직위와 이름을 기억하며 대화해야 한다.

18 ①

2 조의금은 형편에 맞게 성의를 표하는 정도로 한다.

3 유족에게는 너무 말을 많이 시키지 않도록 한다.

4 감색이나 회색 양복도 무난하다.

5 영정 앞에 일어서서 잠깐 묵념 후 두 번 절한다.

19 ⑤

강하게 힘을 주어 말해야 할 때와 작고 약하게 말해야 하는 때를 구분한다.

20 ⑤

메이크업의 목적은 신체의 장점을 부각하고 단점은 수정 및 보완하는 미적 행위이며, 서비스종사자는 자신의 개성을 연출하기보다는 기업의 이미지와 부합되도록 연출한다.

21 ②

지각적 방어란 개인의 가치체계에 따라 개인의 가치에 역행하는 자극을 막는 데 도움을 줄 때 발생하는 것으로서, 지각의 선택성에 영향을 미친다.

22 ⑤

효과적으로 반론하는 방법은 ‘긍정적으로 시작한다, 반론내용을 명확히 한다, 반대이유를 설명한다, 반론을 요약해서 말한다.’ 등이 있다.

23 ④

가장 기본적이고 상식적인 문제이나 회의 실무자들의 많이 간과하여 문제가 되는 경우들이 발생함.

24 ⑤

5 의식의 존중화 : 존중과 인정에 대한 욕구가 많아지면서 요즘 고객들은 누구나 자신을 최고로 우대해 주기를 바란다.

25 X

집안의 제사는 흉사가 아니므로 평상시대로 한다.

(흉사 : 상갓집에서의 예법, 초우, 재우, 삼우제까지의 기간이다.)

26 X

경청의 기법인 B.M.W에서 Mood는 상대의 말투나 음색, 말의 속도, 높낮이를 고려하여 듣는 방법이다.

27 O

28 X

서비스 종사자의 복장의 연출에 있어 유니폼은 근무 시 활동하는 복장인 동시에 회사와 개인의 이미지까지 표현하는 수단이 됨으로 청결하고 잘 정돈된 유니폼을 착용하며 개인의 개성을 살리는 것 보다 규정에 맞게 착용해야 한다.

29 O

30 팁문화

31 상호주의 원칙(Reciprocity)

32 체리피커

체리피커는 잠시 사용할 목적으로 구매한 후 반품하는 등의 행동을 한다.

33 악수

34 공수

35 ①

회사명 혹은 소속, 이름 등을 밝히며 전화를 받는 것이 비즈니스 전화응대의 기본이다.

36 ③

계단을 오를 때는 고객보다 한두 계단 뒤에서 올라가고 내려올 때는 고객보다 한두 계단 앞서 안내하며 내려온다. 남녀가 계단을 올라갈 때는 남자가 먼저 올라가고 내려올 때는 여자가 앞서 내려간다.

37 ④

④ D 대리 : 점심식사를 잘 기획하여 제공하더라도, 주최측이 참가자의 식사비용을 부담하는 것이므로 식음료 비용은 제공하는 않는 경우에 비해 증가하게 된다.

38 ⑤

①,②,③,④는 귀빈전용통로를 이용할 수 있는 대상이지만 더블도어 대상자의 수행원들은 일반 입국절차로 입국 후, 귀빈주차장으로 이동하여 차량에 탑승하고 다음 목적지로 이동한다.

39 ②

2 전화 상태가 좋지 않음을 알리고, 다시 통화할 수 있도록 한다. “뭐라고요?”, “잘 안 들리는데요.”와 같은 표현은 쓰지 않도록 하고, “좀 멀게 들립니다.”, “전화회선이 고르지 않은 것 같습니다.”와 같은 고객을 탓하지 않는 완곡한 표현을 사용한다.

40 ⑤

5 정보탐색 후 여러 평가요인을 가지고 어느 하나를 선택하려는 ‘대안평가의 단계’에 있는 대화 내용이다. 계약 이전의 상황이니 ‘구매의 단계’로 볼 수 없다.

41 ①

신체언어에는 얼굴표정, 눈의 접촉, 고개 끄덕이기, 몸의 움직임, 자세 등이 포함되고, 의사언어에는 말투, 음조의 변화, 음고, 음량의 정도, 말의 속도, 발음 등이 있다.

42 ⑤

- 1 재고가 없더라도 완곡한 표현(예: “제가 일단 알아봐 드리겠습니다.”)을 사용할 수 있어야 한다.
- 2 나중에는 구매가 불가능할지도 모름을 고객이 느끼게 해야 한다.
- 3 고객의 구매욕구를 일으켰을 것이다.
- 4 ‘지금이 적기(適期)’임을 알려야 한다.
- 5 정답

43 ⑤

고객이나 내방객이 5분 이상 대기하는 일이 없도록 해야 하지만, 부득이 발생할 경우는 음료를 대접하거나 무료하게 시간을 보내지 않도록 신문, 잡지 등 볼거리를 제공하는 것이 좋다.

44 ②

3 경청(상담원칙에서 고객의 말을 끝까지 잘 듣고 고객이 원하는 것이 무엇인지 파악하는 것이 제일 중요하다. 위의 사례는 고객의 말을 중간에 끊고 자기 주관적인 판단으로 일방적으로 의사소통하려는 잘못된 상담사례이다.)

45 ①

1 기본적인 인사이면서 좋은 분위기를 형성하고 고객을 편안하게 해 주는 목적
첫 대면 구성 : 인사, 밝은 분위기 조성, 회사소개, 자기소개, 상담·판매의 철학, 상담의 목적

46 ②

2 고객을 맞이하기 전에 바로 판매 상담으로 진입하게 되면 고객은 구매에 대한 압박으로 판단하게 되어 부담을 많이 갖게 된다.

47 ⑤

가망고객이며 설명 내용은 의견 선도 고객을 의미. 충성고객은 상품을 반복적으로 구매하여 기업과 강한 유대를 형성하는 고객임

48 ⑤

잠재고객인 신혼부부에게 00여행사의 상품을 적극적으로 홍보하여 구매에 영향을 미칠 수 있으므로 마케팅 측면에서는 구매 영향자 고객 범주로 해석할 수 있다.
기타 풀이 : 예비부부는 웨딩플래너 박팀장의 신규 고객이며 00여행사에게는 현재까지는 잠재 고객이다. 웨딩플래너 박팀장은 00여행사와 유대가 있다 해도 충성고객으로 해석될 수는 없다. 충성고객은 실제 상품, 서비스를 반복적으로 구매하는 고객이다.

49 ②

교류분석에서 대화하는 사람들의 심리상태는 부모 자아 또는 어버이 자아(parent self), 성인 자아(adult self), 어린이 자아(child self)로 구분된다. 부모 자아는 상대에게 규범을 제시하는 유형으로, 본 사례에서 A 대리는 부모 자아의 상태이고, B사원은 어린이 자아 상태이다.

50 ③

반응적 피드백의 부족은 고개 고덕임, 맞장구 등이 부족한 것을 말하며, 준거의 틀 차이는 동일한 개념이나 표현에 대하여 발신자와 수신자가 서로 다르게 이해하는 것을 말한다. 본 사례에서 B 사원이 습관적으로 시계를 보는 것은 비언어적 메시지의 오용에 의한 커뮤니케이션 장애라고 할 수 있다.