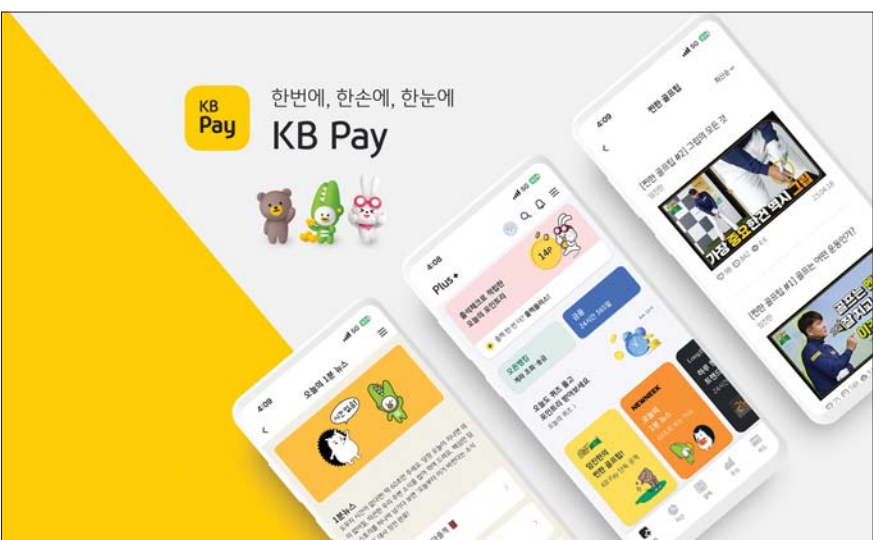


“광고보다 강한 입소문 잡아라” … 소비자 팬덤 만든 1등 브랜드

“역대 광고보다 강력한 소비자 입소문을 잡아라.”

한국능률협회컨설팅(KMAC)이 26일 발표한 ‘2023년도 제8차 소비자가 가장 추천하는 브랜드’ 조사에서 1위에 오른 기업의 공통적인 전략이다. 올해 조사는 소비재 14개, 내구재 13개, 서비스재 23개 등 50개 산업군에 걸쳐 이뤄졌다. 소비자 1만2300명의 개별 면접과 1년간 누적된 소셜 빅데이터 분석을 병행했다.

올해는 역대 가장 높은 ‘고객지수’를 기록했다. ‘바이탈’(입소문)의 파괴력이 해가 갈수록 강력해지면서 기업들이 긍정적 입소문을 만들기 위해 다양한 전략을 펼친 결과다. 소비재 부문에서는 테라(국산맥주)와 셀렉스(단백질음료), 내구재 부문은 삼성 비스포크(냉장고)와 귀뚜라미보일러(가정용보일러), 서비스재 부문에선 KB국민카드(신용카드)와 로젠택배(택배서비스) 등이 1위 브랜드로 조사됐다.



한국능률협회컨설팅 ‘2023 소비자가 가장 추천하는 브랜드’ 소비자 1만2000명 개별 면접·소셜 빅데이터 분석 통해 선정 “엔데믹 시대, 경험의 중요성 커져 … 소비자와 점점 강화해야”

연령별로 보면, 10대는 브랜드치킨 전문점과 온라인동영상서비스(OTT), 20~30대는 국산맥주와 다이어트식품, 40~50대는 생활의료기관과 건강증진센터 등에서 강한 입소문 효과가 나타났다. 특히 소셜네트워크서비스(SNS)는 전 연령대의 일상적 채널로 자리매김하면서 이를 통한 추천 비율이 작년보다 높아졌다.

엔데믹 이후에도 생활의료기관, 상처·흉터치료제, 건강증진센터 등 건강 관련 산업군 상당수가 높은 입소문을 탔다. 브랜드치킨전문점은 환경 변화에 큰 영향 없이 높은 추천 비율을 유지했다. 신용카드 산업은 지난해 대비 추천 비율이 큰 폭으로 증가했다. 단종 카드가 늘면서 새로운 카드를 찾는 소비자 사이에서 입소문이 증가했기 때문



이다.

KMAC는 “경험을 통해 소비자 접점을 강화하고, 적극적으로 입소문을 일으키는 팬덤을 형성할 것”을 제안했다. 이기동 KMAC 사업가치진단본부장은 “엔데믹을 맞아 오프라인 활동이 회복되면서 ‘경험’의 중요성이 다시 주목받고 있다”며 “브랜드 가치를 담은 경험 제공을 통해 소비자와의 접점을 강화해야 한다”고 말했다.

KMAC는 다양한 공간에서 끊임없이 발생하는 소비자의 목소리에 적극적으로 귀 기울여야 한다는 제안도 내놴다.

2023년 소비자가 가장 추천하는 브랜드 주요 1위 브랜드 리스트

소비재 부문			
산업명	1위 브랜드	산업명	1위 브랜드
SPA브랜드	탑텐	단백질음료	셀렉스
국산맥주	테라	소주	진로
다이어트 식품	세리박스	애슬레저웨어	안다르
		유산균제품	듀오락
내구재 부문			
산업명	1위 브랜드	산업명	1위 브랜드
가정용보일러	귀뚜라미보일러	드럼세탁기	LG TROMM
공기청정기	코웨이 공기청정기	에어컨	LG WHISEN
냉장고	삼성 BESPOKE	전기레인지	쿠쿠 전기레인지
		정수기	코웨이 정수기
서비스재 부문			
산업명	1위 브랜드	산업명	1위 브랜드
건강증진센터	서울아산병원 건강증진센터	위터파크	하이원 위터월드
고속버스	천일고속	유아교육서비스	신기한 나라
다이어트 자동차보험	AXA다이렉트 자동차보험	은퇴설계 금융서비스	하나연금닥터
생명보험	라이나 생명보험	은행	신한은행
신용카드	KB국민카드	이동통신서비스	SK텔레콤
아파트	포스코이앤씨 더샵	중고차플랫폼	엔카(Encar)
알뜰폰	SK 세븐모바일	증권회사	NH투자증권
온라인 패션플랫폼	무신사	택배서비스	로젠택배



SK 세븐모바일 ‘프리미엄 알뜰폰’ 주목

알뜰폰 부문 1위

SK 세븐모바일은 급성장하는 알뜰폰 시장에서 차별화된 브랜드 콘셉트로 2030 MZ세대의 선택을 받았다. 합리적인 가격으로 SK텔레콤의 고품질 통신 서비스를 이용할 수 있다는 점을 내세워 ‘프리미엄 모바일 경험’을 강조했다.

다. 가치와 취향을 중시하고 좋아하는 일에 열정을 쏟는 젊은 세대를 겨냥해 브랜드 슬로건도 ‘나를 아끼는 모바일’로 새로 정했다. 선한 기업에 호응하는 젊은 세대에 발맞춰 ESG(환경·사회·지배구조) 활동도 강화하고 있다. 배송상자와 포장재 등을 친환경 소재로 바꾼 ‘에코 패키지’가 대표적이다.

신한은행, 디지털 기술로 ‘뉴 बैं킹’ 이끌어

은행 부문 1위

신한은행은 금융업의 한계를 뛰어넘는 ‘디지털 컴퍼니’로 거듭나겠다는 목표 아래 혁신 드라이브를 걸고 있다. 신한금융그룹의 비전인 ‘더 쉽고 편안한, 더 새로운 금융’을 실현하기 위해서다. 지난해 10월 고객자문단과 함께 만든

새 앱 ‘뉴솔(NewSOL)’은 슈퍼 बैं킹 앱으로 올라섰다. 평가다. 기본 은행 업무는 물론 마이데이터 자산관리 서비스인 ‘머니버스’, 배달 앱 ‘뽕겨요’ 등 비금융 서비스까지 한 번에 이용할 수 있다. 최근 KT와 협업해 국내 최초로 TV 화상 상담을 선보인 신한홈뱅크도 신개념 बैं킹 서비스로 호평받고 있다.

귀뚜라미보일러, 스마트 가전으로 진화

가정용보일러 부문 1위

가정용 보일러의 대명사인 귀뚜라미보일러는 ‘스마트 가전제품’으로 거듭나고 있다. 인공지능(AI)과 빅데이터를 활용해 사용자의 시간대별 온수 사용 패턴을 파악하고, 사용 예상 시간에 맞춰 빠르게 온수를 공급하는 ‘거

꾸로 NEW 콘덴싱 L10 가스보일러’가 대표적이다. 귀뚜라미는 성숙기에 접어든 가정용 보일러 시장을 넘어 난방, 냉방, 공기조화 등 다양한 분야로 제품군을 넓히고 있다. 프리미엄 난방매트 ‘3세대 카본매트 온돌’, 공기 정화와 실내 환기를 동시에 해주는 ‘환기플러스 공기정정시스템’ 등을 출시했다.

신기한 나라, 창의력 키우는 한글 교육

유아교육서비스 부문 1위

신기한 나라는 32년간 업계 정상을 지켜온 영유아 한글 학습 프로그램이다. 차별화된 교육을 받은 전문교사가 프리미엄 교구를 활용해 영유아의 한글 공부를 도와준다. 영유아 전문교사인 ‘신나쌤’은 영유아 성장 발달 단계에 대한

이해를 바탕으로 아이 한 명 한 명의 성향과 기질에 맞춰 놀이수업을 제공한다. 아이의 창의력과 표현력을 키울 수 있도록 과학적으로 설계된 한글 교구도 신기한 나라의 강점으로 꼽힌다. 한글 떼기를 넘어 ‘책을 좋아하는 아이’로 키우기 위해 매주 한 권씩 그림책 기반의 학습 프로그램을 운영하고 있다.

NH투자증권, 고객과 동반성장 ‘순항’

증권회사 부문 1위

NH투자증권은 ‘투자, 문화가 되다’를 브랜드 슬로건으로 내걸고 새로운 투자 문화 정착에 힘쓰고 있다. 투자가 단순한 수익 추구 수단을 넘어 일상에 풍요를 가져오는 문화 활동이 될 수 있도록 투자자의 진정한 어드바이저가

되겠다는 목표다. 올해 취임 5년차를 맞은 정영채 NH투자증권 대표의 고객 중심 경영 전략에 따라 고객과의 동반 성장을 통한 ‘순이익 1조’ 목표를 겨냥하고 있다. ESG(환경·사회·지배구조) 경영도 전면에 내세웠다. 지난해 ESG위원회를 출범한 이후 친환경 투자 확대 등의 활동을 강화하고 있다.

라이나생명보험, 고령화 맞춤 보험 내놔

생명보험 부문 1위

라이나생명보험은 미국 최대 손해보험 성장사인 처버그그룹의 한국 계열사다. 1987년 한국에 진출한 이후 국내 최초로 텔레마케팅 판매, 무진단·무심사 보험과 ‘차아보험·실버 암보험’을 선보이는 등 업계 혁신을 선도해왔다는 평

가를 받았다. 최근엔 초고령화 시대 흐름에 맞는 보장성보험을 많이 선보이고 있다. 소비자 보호 측면에서도 성과가 뚜렷하다. 지난해까지 6년 연속 ‘고객 민원 건수 최저’를 달성했다. 보험금 부지급 등 소비자보호 지표에서도 업계 최고 수준을 유지하고 있다. 재무 건전성 역시 업계 선두로 꼽힌다.

하나 연금닥터, 365일 빈틈 없는 종합관리

은퇴설계금융서비스 부문 1위

‘하나 연금닥터’는 하나은행이 지난해 내놓은 퇴직연금 브랜드다. 연금 관리 1등 은행으로서 고객이 평생 믿고 맡길 수 있는 종합 연금 관리를 제공하겠다는 사업 철학이 담겼다. 모바일과 대면 채널을 연계한 ‘옴니채널’ 서비스로 365일

24시간 언제나 하나은행의 퇴직연금 관리 서비스를 경험하도록 한 점이 높은 평가를 받았다. 앱으로 퇴직연금 관리 현황을 진단할 수 있는 ‘모바일 연금닥터 서비스’와 1대1 맞춤 상담을 제공하는 ‘IRP·DC 컨설턴트’, 인공지능(AI)이 생애 투자 포트폴리오를 관리해주는 ‘AI 연금투자 솔루션’ 등을 이용할 수 있다.

로젠택배, 전기 택배차로 ESG 앞장

택배서비스 부문 1위

로젠택배는 6년 연속으로 ‘소비자가 가장 추천하는 브랜드’ 택배서비스 부문 1위에 올랐다. 대리점과의 꾸준한 소통과 상생 노력이 높은 평가를 받았다. 최정호 로젠택배 대표는 대리점과의 원활한 협업을 위해 지점협의회 회의체, 권

역별 회의체 등 상시 소통 체계를 구축했다. 지속 가능한 경영도 주목받았다. 로젠택배는 택배차를 전기차로 바꾸고 LS이링크와 협업해 충전 인프라 확대에 나섰다. ESG(환경·사회·지배구조) 경영위원회를 꾸린 데 이어 구성원의 안전한 근무 환경을 위해 안전 보건 경영 시스템 ISO 45001 인증을 획득했다.

포스코이앤씨 더샵 ‘친환경 설계’ 돋보여

아파트 부문 1위

포스코이앤씨의 더샵은 아파트를 삶의 가치를 높이는 친환경 주거 공간으로 설계하겠다는 목표를 내걸었다. 이를 위해 ‘그린 라이프 위드 더샵’을 슬로건으로 정하고 거실 내 정원인 ‘바이오 필릭 테라스’, 친환경 지하주차장 ‘바이

오림픽 주차장’ 등을 선보였다. 작년엔 ‘EV 과금형 콘서트’를 개발해 입주민이 220V 충전 케이블로 더샵내 일반 주차구간에서도 전기차 충전이 가능하도록 했다. 업계 최초로 도입한 주택 분야 스마트기술 브랜드인 ‘아이큐택’도 차별화 요소다. 스마트폰으로 밖에서도 실내 조명, 난방 등을 조절할 수 있다.

5년 이상 연속 1위 ‘골든마우스’

KB국민카드 ‘KB페이’로 플랫폼 통합

신용카드 부문 1위

KB국민카드는 지난해 ‘KB페이’를 중심으로 ‘일 플랫폼’을 구축하고 고객 중심 서비스로 지속적으로 업그레이드하고 있다.

모바일 홈 앱의 기능을 KB페이 내에 구현해 주요 서비스 프로세스 최적화와 양질의 비금융 콘텐츠 및 ‘펀(FUN) 콘텐츠’를 강화했다.

KB국민카드는 새로운 상품 라인업을 확장하는 데도 주력하고 있다. 최근 ‘KB국민 위시(WE:SH)카드’를 내놓은 게 대표적이다. 이카드는 모두의 카드인 ‘위시 올(WE:SH All)’, 나의 행



복을 위한 필수 혜택 카드 ‘마이 위시(My WE:SH)’, 함께 사는 우리를 위한 필수 카드인 ‘아워 위시(Our WE:SH)’ 등 세 종류로 나왔다. 이와 함께 5년 만에 선보인 프리미엄 카드 브랜드 ‘헤리티지’는 등급별로 차별화된 서비스를 제공한다.

AXA손해보험, 보험료 낮춰 고물가 고통 분담

다이렉트자동차보험 부문 1위

AXA손해보험은 2001년 국내 최초로 다이렉트 자동차보험을 선보인 뒤 2011년 업계 최초로 마이리치자동차보험을 출시하며 선도 기업으로 거듭났다.

지난해 3월에 전기차 전용 특약을 내놔 주목받았다. △전기차 충전 중 위험 보장 특약 △전기차 초과수리비용 지원 특약 △긴급출동서비스 확장 특약 등이다. 이처럼 차별화된 혜택을 제공한 결과 회사의 개인·업무용 전기차 특약 가입 대수가 1년 만에 50% 이상 증가했다.



AXA손해보험은 올해 4월 고물가, 고금리 등으로 인한 경제적 부담을 덜기 위해 AXA다이렉트자동차보험의 보험료를 1% 인하했다. 해당 보험은 개인용뿐만 아니라 업무용, 영업용, 이륜차 자동차보험의 전체 담보에 적용됐다. 이와 함께 자동차를 이용하는 누구나 혜택을 누릴 수 있게 보험료를 조정했다.

천일고속, 유지보수 전담팀으로 안전운행 선도

고속버스 부문 1위

천일고속은 1949년 창립해 70년이 넘는 기간 동안 고속버스 운수업에 전념하고 있다. 고객 만족을 넘어 고객 감동으로 이어지는 서비스를 위해 체계적인 승무원 교육을 실시하고 안전 운행 기법을 전수하고 있다. 이와 함께 차량 유지보수와 고객서비스 전담팀을 운용해 보다 신속하고 정확한 서비스를 제공하는데 노력하고 있다.

천일고속은 어떤 상황에서도 국민의 이동권을 보장하기 위해 전사적 역량을 집중하고 있다. 세계를 강타한 코로나19 확산에 따른 사회적 거리두기 여



파, 국제적 이슈로 인한 유가 급등 등 대내외 불확실성이 확대되는 악조건 속에서도 국민의 이동권을 보장하기 위해 해 위기 극복 캠페인을 펼쳤다.

천일고속은 ‘오로지 사람을 위한 기업, 사람을 향하는 기업’이라는 창업정신을 앞세워 △최신 차량 도입 △최적의 서비스 실천 △철저한 안전 운행 등 3대 과제를 실행하고 있다.