

고객 눈높이 맞춰 제품·서비스 고도화 … 치열한 경쟁 이겨냈다



에버랜드, 서비스업 첫 30회 1위
20회 이상 1위 기업 모두 30개사
제조업 18개사, 서비스업 12개사

KCSI(한국산업의 고객만족도) 조사가 올해로 33년째를 맞이했다. 올해는 서비스업 최초로 30회 1위(에버랜드, 종합레저시설 산업)를 차지한 기업이 배출됐다. 20회 이상 1위 기업은 총 30곳이다. 소비재(8개), 내구재(10개) 등 제조업 부문에서만 총 18곳이다. 서비스업은 공공서비스를 포함해 12개 기업이 20회 이상 1위를 차지했다. 5회 이상 1위를 기록한 기업은 총 78곳이다.

◆제조업의 두각
가장 많은 횟수의 1위를 차지한 기업은 현대자동차(31회, 일반승용차)로 집계됐다. 산업별 역대 1위 비중을 분석해 보면 20회 이상 장기 1위의 경우 제조업이 36.0%로 서비스업(19.7%)보다 상대적으로 많다. 이는 세계 일류 수준의 기술력을 갖추며 글로벌 기업으로 거듭난 제조회사들이 오랫동안 1위를 유지하며 KCSI를 선도하는 것으로 분석된다.
서비스업에서의 고객만족 경쟁이 더욱 치열한 것도 원인으로 꼽힌다. 특히 국내 활동이 큰 비중을 차지하는 서비스업에서는 많은 기업들이 고객만족을 위해 노력하고 있지만 자주 1위가 변동되며 특정 기업의 독보적 선두 유지가 어려운 것으로 나타났다. 서비스 업종에서 까다로운 국내 소비자들의 눈높이와 니즈를 맞추는 것이 얼마나 어려운지를 방증한다.
◆에버랜드의 선전
이같은 경쟁 속에서 에버랜드는 종합



Getty Images Bank

레저시설 산업에서 서비스업 최초로 KCSI 30회 1위를 기록하며 고객만족 우수기업으로서 명성을 떨쳤다. 그 뒤를 이어 라이온코리아(세탁세제)가 29회 1위에 선정됐다. 28회에는 삼성전자(휴대폰), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이, 27회 1위는 SK텔레콤(이동전화), 삼성전자(PC, TV)가 뒤를 이었다.

26회 1위 기업은 우정사업본부(공공서비스), 아시아나항공(항공), 삼성생명(생명보험), hy(유산균발효유) 등이, 25회 1위는 신영와코루(여성내의), GS25(편의점), 라이온코리아(주방세제), SK에너지(주유소) 등이 입지를 구축했다.

삼성전자는 8개 산업(스마트폰, TV, PC, 세탁기, 냉장고, 김치냉장고, 전자제품전문점, 에어컨)에서 10회 이상 1위

를 차지하며 한국의 대표 고객만족 선두 기업으로서 위상을 드높였다. 현대자동차는 2개 산업(일반승용차, RV승용차)에서 20회 이상 1위를 차지하며 우수기업의 면모를 뽐냈다.

◆경쟁 치열한 서비스업
산업별로 1위 경쟁이 유독 치열한 산업도 확인됐다. 서비스 업종의 경우 여러 산업에 걸쳐 고객만족 선두경쟁이 뚜렷했다. 유통 서비스의 대표 업종인 백화점은 현대백화점 16회, 롯데백화점 10회, 신세계백화점 6회로 치열한 경쟁을 보였다. 대형마트(롯데마트 12회, 이마트 11회, 홈플러스 3회), 대형슈퍼마켓(GS THE FRESH 11회, 롯데슈퍼 5회) 역시 1위 변동이 잦았던 것으로 집계됐다.

통신 부문에서는 국제전화(SK텔레콤 11회, KT 9회), IPTV(SK브로드밴드 8회, KT 7회), 초고속인터넷(KT 16

회, SK브로드밴드 9회) 등이 시장 내 선두를 차지하기 위해 고객만족 경쟁을 벌였고, 외식프랜차이즈에서도 제과제빵점(파리바게뜨 16회, 푸레쥬르 9회), 피자전문점(도미노피자 10회, 미스터피자 7회, 피자헛 7회), 패스트푸드점(롯데리아 13회, 버거킹 8회, KFC 4회) 등에서 주도권을 잡기 위해 치열한 접점을 펼치고 있는 것으로 나타났다.

소비재 산업은 주로 저가여 산업으로서 타사 전환 의향이 쉽고 대체 상품이 많은 이유로 인해 품질·서비스 경쟁이 더욱 치열하게 전개되고 있다. 절대 강자가 없는 산업도 주목할 만하다. 예를 들어 소주산업의 금북주(14회)와 하이트진로(9회), 롯데칠성음료(4회)와 과자 산업의 오리온(10회), 롯데월드(8회), 크라운(4회), 해태(4회) 등이 1위를 번갈아가며 접전을 벌이고 있다. 김리안 기자

KCSI5회 이상 1위 기업 리스트

No	산업명	기업명	역대 1위 횟수
1	일반승용차	현대자동차	31회
2	종합레저시설	에버랜드	30회
3	세탁세제	라이온코리아	29회
4	대형서점	교보문고	29회
5	휴대폰(스마트폰)	삼성전자	28회
6	자동차보험	삼성화재	28회
7	이동전화	SK텔레콤	28회
8	TV	삼성전자	27회
9	PC	삼성전자	27회
10	공공서비스	우정사업본부(우편)	27회
11	유산균발효유	hy	26회
12	생명보험	삼성생명	26회
13	항공	아시아나항공	26회
14	여성내의	신영와코루(비너스)	26회
15	편의점	GS25	26회
16	주방세제	라이온코리아	25회
17	주유소	SK에너지 (SK주유소)	25회
18	전기발송	쿠쿠전자	24회
19	참치캔	동원F&B(동원참치)	24회
20	화장지	유한킴벌리	24회
21	종합병원	삼성서울병원	24회
22	세탁기	삼성전자	22회
23	검색포털사이트	Naver(네이버)	22회
24	RV승용차	현대자동차	21회
25	승용차타이어	금호타이어	21회
26	은행	신한은행	21회
27	정수기	코웨이	21회
28	냉장고	삼성전자	21회
29	식용유	사조대림(해표)	20회
30	여행용기초화장품	아모레퍼시픽	20회
31	증권	삼성증권	19회
32	담배	한국필름모리스 (말보로)	18회
33	아이스크림	빙그레	18회
34	영화관	롯데시네마	17회
35	오픈마켓	11번가	17회
36	인터넷서점	YES24	17회
37	제과·제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	16회
38	부엌가구	한샘	16회
39	백화점	현대백화점	16회

*역대 1위 횟수순

No	산업명	기업명	역대 1위 횟수
40	맥주	하이트진로	16회
41	음료	롯데칠성음료	16회
42	인터넷전화	KT	16회
43	커피전문점	엔제리너스	15회
44	콘도미니엄	한화리조트	15회
45	전자제품전문점	삼성스토어	15회
46	김치냉장고	삼성전자	15회
47	장기보험	삼성화재	14회
48	신용카드	신한카드	14회
49	치약	애경산업	14회
50	위터파크	캐리비안베이	14회
51	여행사(해외여행)	하나투어	14회
52	에어컨	삼성전자	13회
53	체크카드	KB국민카드	13회
54	택배/소포	우체국소포	13회
55	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	13회
56	패스트푸드점	롯데리아	13회
57	홍삼가공식품	한국인삼공사 (정관장)	12회
58	보일러	경동나비엔	12회
59	대형마트	롯데마트	12회
60	국제전화	SK텔레콤(00700)	12회
61	대형슈퍼마켓	GS THE FRESH	11회
62	피자전문점	도미노피자	11회
63	면세점	신라면세점	11회
64	무인경비	에스원	11회
65	과자	오리온	11회
66	렌터카	롯데렌터카	11회
67	블랙박스	팅크웨어(아이니비)	11회
68	가정용가구	한샘	11회
69	지하철	부산교통공사	11회
70	초고속인터넷	SK브로드밴드	11회
71	소주	하이트진로(참이슬)	11회
72	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아	11회
73	IPTV	SK브로드밴드	11회
74	도시가스	서울도시가스	11회
75	스크린골프	골프존	11회
76	인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑(Hmall)	11회
77	헬스케어 (안마기전)	바디프랜드	11회
78	가정용건축자재	LX하우시스	11회

한국산업의 대표적 ‘고객만족 지수’ … 질적성장 평가

KMAC가 발표하는 KCSI

KCSI(한국산업의 고객만족도)는 한국 산업의 산업별 상품, 서비스에 대한 고객들의 만족 정도를 나타내는 지수로 미래의 질적인 성장을 보여주는 지표다. KCSI는 KMAC가 1992년 한국산업의 특성을 감안해 개발했다.

KCSI는 국내에서 가장 오랜 역사와 공신력을 인정받고 있는 한국산업의 대표적인 고객만족 지수다. 일반 소비자들에게도 널리 알려져 있다. 이는 미국의 ACSI에 2년, 국내 NCSI에 6년 앞선 평가 모델이다. 조사대상 산업이 전체 국내총생산(GDP)의 약 74%를 차지

할 만큼 국내 산업의 대표적 고객만족도 조사제도로 평가된다.

KCSI는 경제성장의 양적 성장을 평가하는 GNP, GDP 등 생산성 지표와 달리 국가산업경제의 질적 성장을 평가하는 지표다. KCSI는 국내 산업의 질적 성장을 유도하고 각 산업 또는 기업들이 경쟁력을 확보할 수 있도록 개발됐다. KCSI 조사 결과는 매년 국내 경제사태에 공표함으로써 각 산업 및 기업의 현 위치를 확인하고 향후 관련 산업 및 기업의 경쟁력 향상을 위한 기초자료로 활용할 수 있도록 하는 데 목적이 있다.

KCSI 조사 결과를 통해 각 기업은

시장에서 자사 경쟁력 파악은 물론 고객의 불만을 야기하는 상품이나 서비스 문제점들을 개선하고, 고객지향적인 경영활동을 전개할 수 있도록 해준다. 미래에 자사의 성장 가능성을 예측함으로써 미래에 대한 대비도 할 수 있게 해준다.

고객만족에 대한 개념이 전무하던 1990년대 초반부터 KCSI가 해마다 조사 및 발표돼 각 기업들은 고객만족경영에 대해 점차 관심을 갖게 됐고, 이를 토대로 산업계 전반에 고객만족 문화가 확산됐다. 현재 공공부문까지 퍼져 모든 공공기관이 고객만족도에 의해 평가받는 시대가 됐다. 김리안 기자

고객 행동까지 예측 … 매끄러운 디지털 경험 제공해야

KCSI 향상을 위한 제언

KCSI 향상을 위한 제언으로 △성과 관점에서 고객경험을 관리하고 △단순 불만 관리를 넘어 고객 행동까지 예측하는 고객의 소리 서비스를 제공하고 △심리스한(Seamless-하나의 통합된 과정처럼 중단이나 불편함 없이 매끄럽게 이어지는) 디지털 경험을 선사해야 한다는 제언이 나왔다.

고객의 로열티는 다른 기업의 제품이나 서비스를 구입하도록 하는 잠재적인 상황 요인, 혹은 다른 기업의 적극적인 활동에도 불구하고 자사 제품이나 서비스를 일관되게 재구매하고, 반복

적으로 구매하고자 하는 고객 몰입 정도를 말한다.

KMAC 분석에 따르면 KCSI 조사에서 고객경험을 평가하는 요소 만족도와 고객 로열티 측정 지표인 재구입 의향간 상관관계가 지속적으로 상승하는 경향을 보였다. 최근에는 ‘이용 편리성’ 관련 속성의 중요도가 꾸준히 높아지고 있다. 보완 및 기능적인 가치 이외에 제품, 서비스, 직원, 커뮤니케이션 등을 보고 느낀 감성적인 가치 전달에도 집중할 필요가 있다. 재구입 의향은 인지적인 요인보다는 행동적 요소가 강하게 작용하기 때문이다.

또한 디지털 트랜스포메이션 시대에

는 고객과 시장 변화에 따라 기존 고객의 소리 서비스처럼 불만 처리 및 개선을 넘어 고객의 소리 범위를 보다 확대해야 한다는 지적도 나왔다. 다양한 형태로 표출되는 고객의 직간접적 활동과 관련된 광범위한 데이터 수집과 분석 및 관리 방안 구축을 통해 향후 고객의 행동 예측까지 추진해야 할 것이다. 모바일 환경에서의 고객 경험을 혁신하기 위해서는 디지털상에서 고객 여정을 면밀히 분석하고, 부드럽게 이어지는 고객 경험의 설계를 통해 온라인 최대 접점인 최적의 편리성을 확보해야 한다는 제언도 나왔다.

송광호 KMAC 기업가치전략본부장

“새로운 경험 콘텐츠 제공 … 고객 행복과 함께 성장할 것”

특별기고 / 정해린 삼성물산 에버랜드리조트 대표

삼성물산 리조트부문 모든 임직원을 대표해 ‘한국산업의 고객만족도(KCSI)’에서 종합레저시설 부문 30년 연속 1위라는 영광의 순간을 맞이하게 돼 깊이 감사드립니다. 1976년 국내 최초의 가족공원의 자연농원을 개장하며 국내 레저, 서비스 문화의 시작을 알린 에버랜드는 지난 반

세기 동안 국내 여가문화의 수준을 세계적으로 끌어올리며 ‘고객 행복’을 새롭게 창조해 나가고 있다. 이러한 뜻깊은 성과를 더욱 이어가기 위해 다음과 같이 발전시켜 나갈 계획이다.

먼저, 에버랜드는 고객을 더욱 중요하게 여긴다. 고객 삶에 휴식과 충전을 제

공하며, 고객이 느끼는 행복과 함께 성장하고자 한다. 에버랜드 고유의 강점이자 역량을 집결한 동·식물 콘텐츠를 지속 강화해 에버랜드 만이 줄 수 있는 있는 새로운 경험 콘텐츠를 제공하고, 단순한 고객 만족을 넘어 고객 경험을 향상시키고자 노력할 것이다.

둘째, 새로운 경험가치를 제공하기 위해 노력할 것이다. 매년 새로운 스토리와



이색 협업을 선보이며 MZ세대 등을 대상으로 새로운 트렌드 변화에 대응한 콘텐츠를 구성해 고객이 몰입하는 경험 가치를 제공할 수 있도록 최선을 다할 것이다. 올해 여덟 번째 시즌을 맞는 가을 축제에선 수 년간 쌓아온 호러 헤리티지에 넷플릭스, 삼성전자 등 글로벌 기업들과의 협업이 더해져 더욱 직관적이고 스토리가 있는 고객경험을 선사하고 있다. 셋째, 팬들과 고객의 소리에 더욱 귀

를 기울이고자 한다. 다양한 경로를 통해 들어오는 고객의 소리를 적극적으로 경청하고, 수집된 고객의 소리(VOC)를 데이터베이스화해 다각도로 분석·활용할 수 있도록 ‘통합 CS관리 시스템’에 연동하고 있다. 이런 데이터를 통계적으로 분석해 인사이트를 발굴하는 등 고객만족 요인에 대한 심도있는 접근이 되도록 지속적으로 힘을 예정이다.

마지막으로, 에버랜드의 가장 큰 자산은 캐스트를 포함한 임직원이다. 특히 최전선에 있는 에버랜드의 캐스트들은 에버랜드를 방문하는 고객들에게 서비

스를 제공하는 중요한 역할을 담당하며 서비스를 창조하고 있다. 이런 캐스트들이 고객들에게 더 좋은 서비스를 제공할 수 있도록 캐스트의 성장을 돕기 위한 종합교육체계 ‘캐스트 유니버시티’를 통해 훗날 사회의 일원으로 그 역할을 다할 수 있도록 지원할 것이다.

변화의 중심에는 늘 고객이 있다고 생각한다. 앞으로 에버랜드는 고객 경험 관점에서 비즈니스 모델을 새롭게 재구성해 고객의 삶이 더욱 활기차고 풍성할 수 있도록 혁신과 협업을 통해 새로운 가치를 제공할 것이다.

세계 최대의 보험회사 신용평가 기관으로부터 13년 연속 최고 등급 획득

(A·M·Best)

자동차보험·장기보험 부문

삼성화재



삼성화재(대표 이문화·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한

2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 자동차보험 부문과 장기보험 부문에서 1위를 차지했다. 각각 27년 연속, 14년 연속이다.

삼성화재는 탁월한 자본력, 안정적인 영업 성과, 견실한 리스크 관리 역량을 인정받아 세계 최대의 보험회사 신용평가 기관인 A·M·Best로부터 최고 등급인 A++ Superior를 13년 연속 획득

했고, 글로벌 신용평가 기관 S&P에서도 AA-를 획득하는 등 우량한 신용등급을 유지하고 있다.

2005년 손해보험업계 최초로 고객패널 제도를 도입한 삼성화재는 올해는 대학생 영패널을 신규 도입했고, 30~40대 고객으로 구성된 일반패널과 10년 이상 활동한 심층패널도 함께 운영한다. 또한 콜센터에 고령층·2030·수어 상담과 같은 전담팀을 운영, 고객별 맞춤상담 서비스를 제공한다.

삼성화재는 AI 신기술을 활용해 고객 편의를 강화했다. 특히 올해 상반기 특허를 취득한 장기보험 상병심사 시스템 '장기U'는 머신러닝을 기반으로 보험 가입자의 고지 내용과 보험금 청구 이력을 통해 인수 가능한 최적의 담보를 신속하게 결정하고, 자체 심사 결과를 바탕으로 고객에게



삼성화재는 '고객의 더 나은 내일을 만드는 파트너'로서 고객에게 만족을 넘어 감동을 주는 경영을 위해 노력하고 있다.

승인 여부를 통보한다. AI를 활용한 이 시스템 도입 이후 가장 많은 시간이 소요되는 보험심사(Underwriting) 프로세스에서 유병력 고객이라도 1초 내로 인수 여부를 확인할 수 있다.

삼성화재가 지난 7월 출시한

마이핏 건강보험은 모듈형 보장 구조를 통해 고객의 생애 주기에 따라 맞춤형 보장을 제공하고, 가입자와 부모님의 건강·주거·운전자 비용 등을 종합적으로 보장해준다. 또한 지난 1월 운전자 보험 '착한 3천플랜'을 시작으로

'착한 펫보험' '착 easy 암보험' '주택보험 착한플랜' 등을 다이렉트 전용으로 새로 출시했다.

자동차보험 역시 다양해진 고객 니즈에 부응하기 위해 업계 최초로 이륜차 긴급출동서비스, 윈터타이어, 실시간 임시운전자특

약 등 3종 특약을 신설했다. 지난 7월에 차량점검과 경정비, 수리를 모바일로 간편하게 예약할 수 있는 'Car케어 서비스'를 오픈했는데, 한 달 만에 3만 명이 가입하는 등 좋은 반응을 얻고 있다.

삼성화재는 사회적 책임(CSR) 비전 '함께 가요 미래로! Enabling People' 아래 특화사업·공동사업·지역기여 등 다양한 프로그램을 운영한다. 이런 사회공헌 활동을 통해 지난해에만 약 169억원을 사회에 환원했다. 특히 '시각장애인 안내견 지원 사업' '모빌리티 뮤지엄' '교통안전문화연구소'는 안정적인 사회 안전망을 추구하는 보험업의 본질과 연계된 삼성화재만의 CSR로 인정받는다.

김재학 중앙일보M&P 기자
kim.jaihak@joongang.co.kr

보험 거래 전반에 걸쳐 고객 맞춤 서비스

생명보험 부문

삼성생명



삼성생명(대표 홍원학·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한

2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 생명보험 부문 1위를 차지했다. 20년 연속이다.

보험 거래 전반에 걸쳐 고객의 눈높이에서 생각하고, 고객과 진정성 있는 소통 노력 덕분이다. 삼성생명은 지난해 회사가 직접 고객의 보험 계약을 관리·지원하는 조직인 '고객경험관리센터'를 신설했다. 이곳에선 보



삼성생명은 불만 제기 전 원인을 찾아 개선하는 등 선제적 고객 보호에 힘쓴다.

험 가입 후 유지에 필요한 서비스는 물론, 예상 연금액과 개인 맞춤 연금 수령 방식 등을 제공한다.

삼성생명은 전국 8개 권역 고객센터에 '보험QC(Quality Control, 신계약 품질관리) 조사업'을 배치, 보험상품 판매 과정에서 금융소비자보호법 준수 여부를 관리한다. 아울러

365일 24시간 고객이 보이스 피싱을 신고하고 지급을 중지할 수 있는 신고센터를 운영하고, 업계 최초로 이상금융거래 탐지시스템(FDS)을 구축했다. 또한 안내 콘텐츠를 고객이 읽기 쉽고 공감하도록 작성하는 CX(Customer Experience) 글쓰기 체계를 도입해 운영하고 있다. 김재학 중앙일보M&P 기자

증권 부문

삼성증권



삼성증권(대표 박종문·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한

2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 증권 부문 1위를 차지했다.

삼성증권은 자산관리 노하우가 결집된 디지털 인프라, 최상의 자산관리 역량을 갖춘 PB, 최적의 상품 솔루션 공급 능력을 갖춘 대한민국 '자산관리의 명가'로 성장하고 있다.

먼저 고객의 목소리를 경청하기 위해 분기마다 회사, PB, 비



삼성증권은 고객 자문단 제도를 운영해 고객의 의견을 적극적으로 반영하고 있다.

대면 상담, Family Center(콜센터), mPOP(모바일트레이딩시스템·MTS)에 대한 고객추천지수(NPS)를 조사한다. 또한 연 2회 이상 고객 자문단 제도를 운영해 고객의 의견을 상품과 서비스 등에 적극적으로 반영하고 있다.

종합 자산관리에서도 차별화를 거듭하고 있다. 국내외 네트워크와 전문가 인력을 활용한

글로벌 자산관리 서비스, 법인 고객을 위한 토털 솔루션 등을 제공 중이다. 업계 최초로 패밀리오피스 서비스를 론칭해 가문 전담 위원회 및 기관투자자급 특화상품도 선보였다. 삼성증권이 삼성생명·화재·카드와 운영하는 '모니모' 역시 금융 종합 플랫폼으로 성공적으로 자리매김했다. 박지원 중앙일보M&P 기자

매월 고객 중심으로 업무 프로세스 개선

공공서비스 부문

우정사업본부



우정사업본부(우정사업본부장 조해근·사진)가 한국능률협회컨설팅이

발표한 2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 공공서비스 부문 1위를 차지했다. 26년 연속이다.

우정사업본부는 매월 우편·예금·보험·집배 서비스별 만족도를 측정해 고객 중심으로 업무 프로세스를 개선한다. 또한 2003년 정부기관 중 최초로 우체국콜센터를 구축, 고객의 민원을 즉시



우정사업본부는 '복지등기' 등 우체국을 이용한 다양한 공공 서비스를 제공한다.

처리하고 있으며, 챗봇 및 채팅 상담서비스, 원스톱손해배상 서비스 등을 제공한다. 만 60세 이상 고객 대상의 상담사 바로연결 서비스도 지난 5월 도입했다.

안전한 중고거래를 위해 우체국 발송 소포 내용물을 수취인이 사진으로 미리 확인할 수 있는 '소포물품사진서비스'를 5월

부터 시범 운영하고 있다. 아울러 ▶카카오페이 간편결제서비스 등을 제공한다. 만 60세 이상 국가보훈등록증을 이용한 신원 증명 서비스 ▶비대면 계좌 개설 시 모바일 신분증 신원 증명 서비스 확대 적용 등을 올해 들어 잇달아 시행했다.

김재학 중앙일보M&P 기자

업계 최고의 익일배송률·반품회수율 기록

택배/소포 부문

우체국 소포

우정사업본부(우정사업본부장 조해근)의 우체국소포가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 택배/소포 부문 1위를 차지했다. 7년 연속이다.

우체국소포는 전국 동일한 요금·서비스를 제공하고, 민간 택배사 파업 시 우체국 인력과 장비를 지원하는 등 국민의 생활 안정과 공공복지 증진에 기여하고 있다. 특히 대기시간을 줄이기 위해 모바일·인터넷우체국 간편 사전접수 시스템을 개선하고, 외부플랫폼과 제휴해 우체



우정사업본부는 비대면 무인접수기 등 우정 디지털플랫폼을 구축하고 있다.

국소포를 신청할 수 있도록 접수 채널을 확대했다. 또한 모바일을 통해 손해배상 청구가 가능하게 절차를 간소화했다. 특히 창구소포 물량 감소에 적극적으로 대응하기 위해 점심시간 휴무 중 소포 보관·접수 서비스(14개 우체국), 소포물품사진서비스(134개 우체국) 등을 시범

운영 중이다. 한편 우체국소포는 업계 최고의 익일배송률 및 반품회수율, 업계 최저 수준의 운송사고율을 기록하고 있다. 전 직원을 대상으로 현장 컨설팅 및 CS 교육을 실시해 직원 친절도 또한 높이고 있다.

박지원 중앙일보M&P 기자
park.jiwon5@joongang.co.kr

차량 구매부터 정비·멤버십까지 ... 고객 편의성 높여 최고의 경험을 선사

일반승용차·RV승용차 부문



현대자동차(국내사업본부장 부사장 정유석·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산업의 고객만족도조사

에서 승용·RV·경형·전기차 부문 1위를 차지했다. 차량 구매부터 정비, 멤버십은 물론 대차에 이르기까지 고객 니즈에 대응하는 서비스 고도화를 위해 고객 입장에서 바라보는 서비스 마인드 강화와 더불어 다양한 구매·서비스 프로그램의 개발과 개선을 위해 노력한 결과다.

특히 고객이 구매 고려에 참고할 수 있도록 전기차 라인업 및 서비스·혜택, 전기차 가이드 등 다양한 특화 콘텐츠



현대자동차는 항속거리 315km의 캐스퍼 일렉트릭을 출시했다. LG 에너지 솔루션-현대차그룹 합작법인 HLI그린파워 제작 배터리팩을 탑재했다.

를 한 페이지에서 확인할 수 있는 'Hi, EV'를 공식 홈페이지인 현대닷컴에 오픈해 고객 편의성을 높였다. 또 충전 크레딧, 홈충전기, EV타이어 등 전기차 구매 혜택과 구매 후 고전압 배터리 및 냉각 시스템, 차량 하체 충격 여부 등을 점검하는 EV 안심점검에 더해 신차 교환 지원, 중고차 잔존가치 보장 등이 포함된 'EV 에브리케어+'를 지난달

리뉴얼 출시했다. 지난 7월 론칭한 'EV 플러스 케어'는 1년/2만km 내 차량 외관 손상을 보장하는 바디케어 서비스와 일반부품 2년/4만km의 추가 보증 기간을 제공하는 워런티플러스 서비스를 결합해 개별 상품 구매 대비 최대 40% 저렴한 EV 특화 서비스 상품으로, 지난달부터 12월까지 'EV 에브리케어+'에 포함해 한시적으로 무상 제

공한다. 현대자동차는 2020년부터 전기차 정비 거점 개발을 추진해왔다. 2021년부터 개발된 전기차 블루핸즈는 전국 1200여 개 블루핸즈 중 1000여개 이상을 차지한다. 지난 1월에는 차량에 따라 어떤 서비스를 제공받을 수 있는지 시각화한 '올케어 서비스 가이드 e-Book'을 새롭게

출시했다. 디지털 형식으로 제작했으며, PC·모바일 등 기기별로 최적화된 레이아웃을 적용했다.

또 고객의 사고 예방과 안전을 위해 다양한 형태의 차량 무상점검을 지속해서 실시하고 있다. 매년 명절 특별점검 서비스를 진행하고 있다.

현대자동차는 다양한 이벤트를 진행해 고객에게 최고의 고객경험을 제공하고자 한다. 전기차 고객의 충전 시간과 이동 시간을 절약해주는 '픽업엔충전' 서비스 지역을 서울 상시운영에서 6개 광역시로 기간 한정 확대 운영하는 전국 투어 이벤트를 진행해 전기차 고객에게 편리성을 제공하고 있다.

지난 8월, 현대자동차는 전기차 대중화의 새로운 기준점을 제시할 캐스퍼 일렉트릭을 출시했다. 315km의 항속 거리에 2000만원대로, 보조금 적용 시 2000만원대 초반에 구매할 수 있다.

김승수 중앙일보M&P 기자
kim.seungsoo@joongang.co.kr



경동나비엔은 1988년 개발한 콘텐싱보일러로 보일러의 패러다임을 전환한 데 이어 '온수, AI, 지속가능한 미래'를 키워드로 혁신을 주도하고 있다. 사진은 경동나비엔 서탄공장 전경.

AI로 사용자 패턴 분석하는 보일러 친환경성으로 '녹색제품인증' 받아

보일러 부문



경동나비엔(영업마케팅 총괄임원 김용범·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 보일러 부문 1위를 차지했다.

경동나비엔은 1988년 콘텐싱보일러를 개발하며 보일러의 친환경·고효율 트렌드를 선도해왔다. 콘텐싱보일러는 92% 이상의 높은 에너지 효율을 가진 1등급 제품으로, 일반 보일러 대비 가스 사용량을 19% 절감할 수 있다. 질소산화물(NOx)과 일산화탄소(CO)를 각각 87%, 70% 저감하며, 이산화탄소 배출도 19% 줄여준다.

경동나비엔은 콘텐싱보일러로 보일러의 패러다임을 전환한 데 이어 '온수, AI, 지속가능한 미래'를 키워드로 혁신을 주도하고 있다. 2022년에 온수 기능을 대폭 강화한 '나비엔 콘텐싱 ON AI'를 출시했다.

대표적인 기능은 '온수레디 시스템'으로, 쿼버튼을 눌러두면 기존 보일러 대비 93%나 단축된 10초 이내에 온수를

사용할 수 있다. 덕분에 온수가 원하는 온도로 나올 때까지 기다리던 불편함을 해소하고, 13.7L가량의 물을 아낄 수 있다. 이런 친환경성을 인정받아 '녹색제품인증'을 받았다.

AI기능을 접목해 스마트한 보일러 사용도 돕는다. 매일 발간되는 'HEMS 보고서'를 통해 난방과 온수에 사용된 가스 사용량을 계산하고 예상 가스 요금을 산출하며, 실내 환경에 따른 보일러 사용법을 권장한다. 또 '무선 펌웨어 업데이트(FOTA)' 기능으로 보일러의 소프트웨어를 최신 버전으로 유지할 수 있게 했다.

이뿐 아니라 '빠른온수 스마트운전 기능'으로 AI 서버가 가정의 온수 사용 패턴을 자동으로 분석하고, 주사용 시간에 맞춰 빠르게 온수를 공급한다. '스마트진단' 기능을 통해 보일러 상태를 가정에서 자가진단할 수도 있다.

경동나비엔 김용범 영업마케팅 총괄 임원은 "경동나비엔은 콘텐싱 기술을 바탕으로 '환경(Environment)과 에너지(Energy)의 길잡이(Navigator)'라는 사명을 실천하며 사회에 기여하고 있다"며, "앞으로도 온수 기능이 대폭 강화된 '나비엔 콘텐싱 ON AI'로 쾌적한 생활환경과 지구환경을 만드는 데 앞장서겠다"고 밝혔다.

김승수 중앙일보M&P 기자

ASIA CSCON

CO-CREATION
WAY TO SUSTAINABLE GROWTH
주요 이해관계자와 공동의 가치창출을 통한 지속가능 성장방향



2024. 10. 29 (화) KINTEX 제2전시장 6 HALL
주최/주관 KMAC

KEYNOTE SPEECH



과학기술문명과 창의성의 시대
기업이 창의적 인재를 키우려면

POSTECH
김성근 총장



eggiscoming
이명한 대표

대세를 만드는 알찬 콘텐츠,
익숙함을 조합하라
독특한 개성을 모아 세상을 움직이는 법

CONCURRENT SESSION

21개 Track 60여 개 우수기업 사례

CX
Customer experience

Track 1. Differentiated Contents
Track 2. Customer Loyalty
Track 3. Brand Communication
Track 4. Digitalized CX
Track 5. Digital Contact Center
Track 6. Evolving Customer Satisfaction

OI
Open Innovation

Track 13. Equity Investment
Track 14. Technical Cooperation

PS
Public Sector

Track 15. Public Private Mix
Track 16. Regional Economy
Track 17. 공공기관 성과 고도화 세미나 ①
Track 18. 공공기관 성과 고도화 세미나 ②
Track 19. Data-driven Interaction with Customer

EX
Employee experience

Track 7. Global HR Trend
Track 8. Organization Culture
Track 9. Re-Skilling&Up-Skilling

DX
Digital experience

Track 10. AX Strategy
Track 11. Big Data & Cloud
Track 12. Digital ESG

CC
Conference in Conference

Special 1. K-Connected Growth Strategy
Special 2. Business Opportunity - UAE 진출기업 초청

ASIA CSCON 운영사무국 T. 02-3786-0544/0538 E. conference@kmac.co.kr

보이스피싱 예방 종합 솔루션 플랫폼 운영

은행 부문



신한은행(은행장 정상환·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국

산업의 고객만족도 조사에서 은행 부문 1위를 차지했다. 신한은행은 국내 금융권 최초로 ‘고객만족경영’을 도입하고 시대 변화에 맞춰 차별적 서비스를 제공해 왔다. ‘소비자보호그룹’을 통해 금융소비자보호법 정착을 지원하고, 금융소비자보호 오피스·옴브즈만 제도와 보이스피싱 예방 종합 솔



신한은행은 고령층·장애인 등 금융 취약계층 대상 금융교육을 확대하고 있다.

루션 플랫폼 ‘지켜요(소중한 나의 자산)’를 운영하고 있다. 은행권 최초 데이터 기반 금융 소비자보호 통합 플랫폼인 ‘소보플

러스+’도 활용해 고객 금융자산 보호에 앞장선다.

신한은행은 고령층 고객의 금융 편의성 증대를 위해 큰 글씨와 쉬운 말로 구성된 시니어 맞춤형 자동화기기(ATM)를 전국 모든 영업점으로 확대하고 있다. 또한 금융권 최초 시니어 고객을 위한 디지털 맞춤 영업점을 열고, 금융 취약계층의 금융교육을 확대하고 있다. 장애인을 위한 업무 개선에도 매진한다. 시각장애인을 위한 마음맞춤 응대 KIT를 제작해 영업점에 배치하고, 청각 장애인을 위해 상담 내용을 실시간 자막으로 보여주는 ‘글로 보는 상담 서비스’와 ‘수어 상담 서비스’도 함께 운영 중이다.

김재학 중앙일보M&P 기자
kim.jaihak@joongang.co.kr

상담·금융 서비스 등 전 과정에 AI 적용

신용카드 부문



신한카드(대표 문동권·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산

업의 고객만족도 조사에서 신용카드 부문 1위를 차지했다. 14년 연속이다. 신한카드는 사업 영역에서 인공지능(AI) 전환을 실현하기 위해 ‘AI 5025’ 프로젝트를 추진한다. AI를 활용해 2025년까지 대고객 상담 커버리지를 50%까지 대체하는 것을 목표로 상담 프로세스 전반을 개



신한카드가 인공지능 전환을 실현하기 위해 ‘AI 5025’ 프로젝트를 추진한다.

선하는 게 골자다. 단순하고 반복적으로 발생하는 상담은 AI가 대체하고, 기존 상담 인력은 난도가 높은 상담에 집중한다. 나아가 카드발급, 결제, 금융서비스뿐만 아니라 마케팅, 리스크 관리 등까지 전 과정에서 AI를 적용할 방침이다. 신한카드는 현재 ‘AI음성봇(AI상담사)’을 결제내역 안내, 분실신고·해제, 카드 발급심

사, 대출상담 등에 활용하고 있다. 챗봇 서비스는 상담사가 퇴근한 이후라도 필요한 상담은 24시간, 365일 가능하도록 개선해 나가고 있다. 고객이 문의하는 내용에 적합한 메뉴를 추천해주거나 고객이 자주 찾는 메뉴나 이벤트를 챗봇이 바로 안내해주는 서비스도 제공하고 있다.

박지원 중앙일보M&P 기자

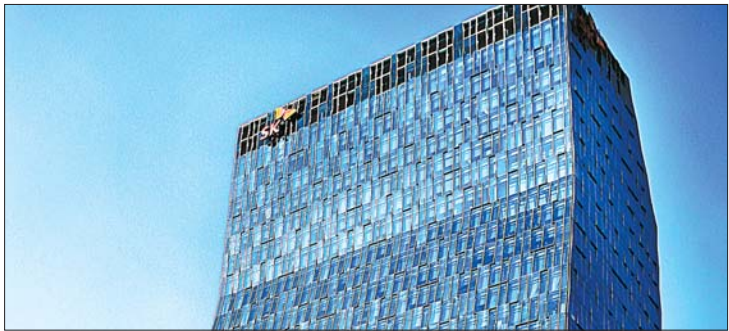
AI 비서 ‘에이닷’ 개편…데일리 기능 선포

이동전화 부문



SK텔레콤(대표 유영상·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산

업의 고객만족도 조사에서 이동전화 부문 1위를 차지했다. 27년 연속이다. SKT는 고객이 AI를 쉽고 편리하게 이용할 수 있도록 에이닷의 대규모 개편을 지난 8월 진행했다. 에이닷은 할 일, 일정, 기록 등 일상을 통합 관리하는 ‘데일리’ 기능을 선보였다. 또한 비서에게 이야기하듯 에이닷에 알



SK텔레콤은 에이닷 서비스를 개편, 고객이 AI를 더 쉽게 이용할 수 있게 했다.

려주면 약속, 할 일 등을 관리할 수 있다. 날씨·교통 상황과 고객의 취향을 고려해 맞춤형 제안을 하는 등 일상의 ‘AI 비서’ 경험을 강화했다. 또한 멀티 거대언어모델(LLM) 에이전트를 통해 퍼플렉시티(Perplexity)·챗GPT·클로드 등 다양한 대화형 AI 모델을 경험할 수 있다.

SKT는 만 34세 이하 고객 대상의 ‘0정년 요금제’를 지난해

출시했다. 같은 가격대의 5G 요금제 대비 데이터 제공량이 최대 50GB 더 많고, 커피·영화·로밍 가격을 매월 50% 할인하는 요금제다. 또한 SKT는 5년 이상 함께한 고객에게 매년 가입 연수만큼의 데이터(1GB 단위)를 제공하고 10년 이상 고객에게 다양한 혜택을 추가 제공하는 ‘스페셜T’ 프로그램을 올해 1월 시작했다. 김재학 중앙일보M&P 기자

암·호흡기 분야 아시아 태평양 최고 병원 선정

종합병원 부문



삼성서울병원(원장 박승우·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산

업의 고객만족도 조사에서 종합병원 부문 1위를 차지했다. 7년 연속이다. 삼성서울병원은 지난 6월 글로벌 주간지 뉴스위크가 발표한 ‘2024 아시아 태평양 베스트 전문병원’ 암 및 호흡기 2개 분야에서 아시아 태평양 지역 최고 병원으로 선정됐다. 삼성서울병원은 최신 치료 기



삼성서울병원 의료진들이 최신 뇌동맥류 스텐트 장비로 시술하고 있다.

법에 도전하고 연구를 지속해 중증 중심 미래 병원으로 나아가고 있다. 삼성서울병원 이식외과는 지난해 11월 국내 최초로 생체 기증자 소형 간 좌엽이식술에 성공하고, 결과를 한국간담체외과학회지에 게재했다. 간암 말기 환자가 크기가 작은 간의 좌엽을 이식받아 용량을 키우는 방식으로 간 기능을 회복할 수 있는 길을 연 것이다. 삼

성서울병원 뇌졸중센터는 지난해 7월 뇌동맥류에 대한 연구와 치료 성과를 인정받아 최신 스텐트 장비인 ‘서페이스 엘리트 플로우다이버터’를 세계에서 가장 먼저 시술할 기회를 얻었다. 이를 계기로 미국 신경외과 교수진이 삼성서울병원을 방문하는 등 최신 시술 경험과 기법을 공유했다.

박지원 중앙일보M&P 기자

뮤직룸·캐릭터룸…다양한 테마 객실 제공

콘도미니엄 부문



한화호텔&리조트(대표 김형조·사진)가 운영하는 한화리조트가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산

업의 고객만족도 조사에서 콘도미니엄 부문 1위를 차지했다. 13년 연속이다. 한화리조트는 2016년부터 꾸준히 리모델링을 진행하고 있다. 한화리조트 설악 쏘라노, 대천 파로스 등 순차적으로 노후 시설을 교체하고 스위트 객실을



한화리조트는 고객 편의를 향상하기 위해 디지털 컨시어지를 도입했다.

늘려왔다. 특히 한화리조트 경주 프리미어 스위트 객실은 고급스러운 원목 인테리어로 바꾸고 LG 스타일러, 발무다 공기청정기 등을 갖춰 인기가 좋다.

한화리조트는 객실 청결 전담 부서와 청결 우수사례 및 개선 방안을 논의하는 정기 워크숍 제도를 운용한다. 고객 설문을 기반으로 열 가지 준수사항을

정리한 ‘객실 청결 관리 Must 10’ 캠페인도 진행한다. 뮤직룸·캐릭터룸·명파커룸·위케이션룸 등 다양한 테마 객실별로 즐길 거리를 제공하면서 재방문 고객이 77%를 웃돌았다. 특히 마티에 오시리아잔망루피 캐릭터 객실은 평균 투숙률이 80% 이상을 유지하고 있다.

김재학 중앙일보M&P 기자

고객만족 1위…20년간 꾸준히 기부도 진행

피자전문점 부문



한국도미노피자(대표 오광현·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024

한국산업의 고객만족도 조사에서 피자전문점 부문 1위를 차지했다. 10년 연속이다. 도미노피자는 1990년 1호점 오금점을 시작으로 한국 시장에 진출했다. 1999년 100호 점, 2003년 1월 200호 점을 개점했고, 2024년 8월 현재 482개 점을 운영하고 있다.



도미노피자가 지난 8월 서울대어린이병원에 1억원의 기부금을 전달했다.

도미노피자는 신메뉴 개발 시 블랙타이거 새우 등 고급 식재료를 활용하고 적극적인 이종 간의 협업을 시도하고 있다. 지난 5월에는 축구선수 손흥민을 모델로 발탁해 다양한 마케팅을 펼치고 있다.

도미노피자는 나눔의 미학 실천이라는 경영 철학 아래 지난 20년간 서울대어린이병원에

총 16억원을 기부하는 등 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있다. 또한 야외 배달 서비스도 미노스팟, 내 피자의 위치를 실시간으로 파악할 수 있는 GPS 트래커 서비스 등을 운영하는 등 정보기술(IT) 도입에도 적극적이다.

박지원 중앙일보M&P 기자
park.jiwon5@joongang.co.kr