

제1부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요

KNPS 정의

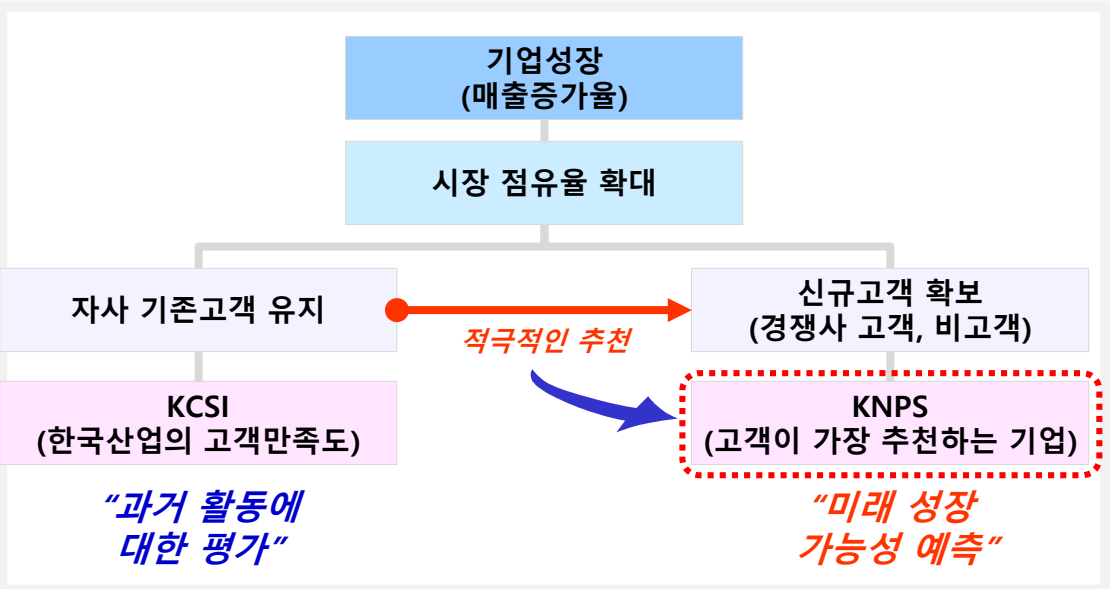
상품 또는 서비스에 대한 고객의 타인추천의향 정도를 조사하여 지수화

- 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)은 한국의 각 산업별 상품 또는 서비스를 경험해 본 고객이 이를 다른 사람에게 얼마나 추천하고자 하는지 그 의향 정도를 조사하여 지수화한 것이다
- 즉, 기업이 보유하고 있는 적극적인 추천의향을 지닌 충성고객의 비율에서 추천이 적극적이지 않은 고객비율을 뺀 ‘순 추천 고객비율’을 측정하는 개념으로 고객이 특정 기업을 타인에게 추천하고자 하는 의향을 한국적 특성에 맞는 모델로 조사하고 있다.
- 점차 중요해지고 있는 ‘고객추천’의 개념을 산업 전반에 확대하고 기업들이 이를 관리하게 하여 향후 기업 성장의 토대를 구축하게 하고자 KMAC(한국능률협회컨설팅)가 2001년부터 축적해 온 고객추천관련 데이터를 바탕으로 2007년부터 공식적으로 발표를 시행하고 있다.

KNPS 조사
배경 및
목적

고객의 적극적인 추천 정도를 통해 신규고객 확보 및 매출증가 가능성 예측

- KNPS의 추진은 기업 관점에서 볼 때, 각 기업이 고객을 만족시키면 만족한 고객이 그 기업을 계속 이용하게 되어 기존 고객을 유지하게 되고, 만족한 고객은 새로운 고객을 추천하게 되어 신규 고객을 확보하게 됨으로써 기업의 성장으로 이어질 수 있다는 전제로부터 시작된다.
- 즉, ‘고객만족도(CSI)’ 조사가 자사의 기존고객 유지에 초점을 두는 방어적인 관점이라면 ‘고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)’ 조사는 이러한 기존 고객들의 적극적인 추천행위를 통해 경쟁사 고객 및 비고객 등 신규고객의 확보에 초점을 둔 능동적이고 공격적인 관점에서 이루어진다고 할 수 있다.
- 즉, KNPS 조사 결과는 궁극적으로 기업이 시장 점유율이 확대되고 매출이 증대되어 기업이 성장할 수 있는 미래 가능성을 예측하게 해줌으로써 미래에 대한 전략적 대응을 가능토록 해준다는데 큰 의미가 있다.



제1부

2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요

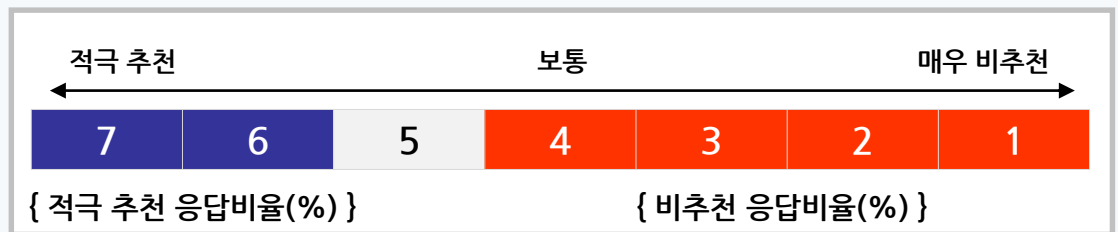
KNPS 측정 모델 및 분석 방법

적극추천 응답 고객의 비율에서 비 추천 응답 고객의 비율을 빼서 산출

- 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 지수는 다차원적 분석과 검증을 통해 매출증가율과 가장 상관관계가 높은 산출식을 선정하여 산출되었다.
- 타인추천의향'을 묻는 7점 척도의 문항에서 '적극추천(6~7점)'을 응답한 응답자의 비율과 '비추천(1~4점)'을 응답한 응답자의 비율 차이를 통해 산출된다.
- 즉, $KNPS = Top2 - Bottom4 = (6\sim7\text{점})\text{응답비율} - (1\sim4\text{점})\text{응답비율}$ 의 수식으로 나타낼 수 있다.

설문문항

귀하께서는 주변 다른 사람이 [상품 또는 서비스]를 이용하려 할 때,
OO기업의 [상품 또는 서비스]를 추천하실 의향이 어느 정도 되십니까?



지수산출

$$\text{적극추천 응답비율 (\%)} - \text{비추천 응답비율 (\%)} = \text{고객이 가장 추천하는 기업 (KNPS) 지수 (\%)}$$

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 조사
설계

약 5개월 간 11,000명 이상의 고객들로부터 고객추천지수 측정

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 11,073명
- 3) 표본추출방법 : 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/ 지역별 인구수, 성별을 고려한 할당
- 4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
- 5) 조사지역 : 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 남양주, 용인, 화성) 및 6대 광역시
- 6) 조사기간 : 2019년 4월 22일 ~ 8월 23일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 서비스업 등 총 103개 산업(342개 기업)
(※ 아래 조사대상산업 및 기업 참조)

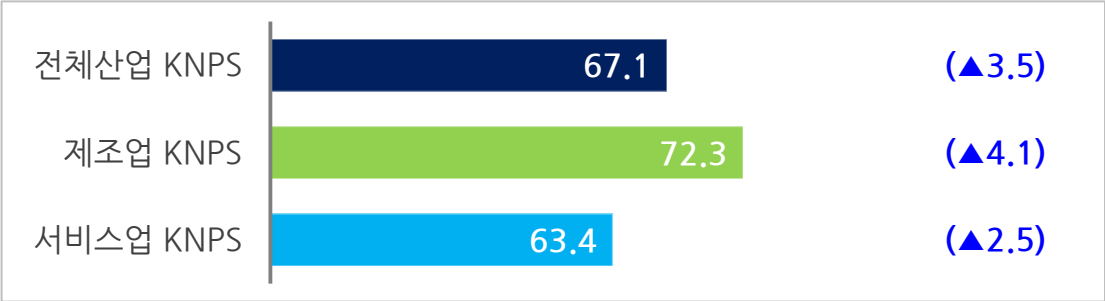
산업부문	2019년 KNPS 조사대상 산업
소비재 제조업 (26개)	1) 과자 2) 맥주 3) 소주 4) 식용유 5) 아이스크림 6) 우유 7) 유산균발효유 8) 음료 9) 전통장 10) 참치캔 11) 홍삼가공식품 12) 껌연형전자담배 13) 남성정장 14) 담배 15) 생리대 16) 샴푸 17) 섬유유연제 18) 세탁세제 19) 아웃도어의류 20) 여성내의 21) 여성용기초화장품 22) 정장구두 23) 주방세제 24) 치약 25) 캐주얼화 26) 화장지
내구재 제조업 (23개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 가정용에어컨 3) 가정용정수기 4) 김치냉장고 5) 냉장고 6) 사무용복합기(복사기) 7) 세탁기 8) 휴대폰(스마트폰) 9) 전기레인지 10) 전기면도기 11) 전기밥솥 12) PC 13) TV 14) 가정용 건축자재 15) 가정용가구 16) 가정용보일러 17) 경형승용차 18) 부엌가구 19) 블랙박스 20) 승용차타이어 21) 일반승용차 22) 침대 23) RV승용차
일반 서비스업 (54개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 은행 4) 자동차보험 5) 장기보험 6) 저축은행 7) 증권 8) 체크카드 9) 대형마트 10) 대형서점 11) 대형슈퍼마켓 12) 멤버십(포인트)(신규) 13)면세점 14) 배달앱(신규) 15) 백화점 16) 숙박앱(신규) 17) 스크린골프(신규) 18) 영화관 19) 오픈마켓 20) 인터넷서점 21) 인터넷쇼핑몰 22) 전자제품전문점 23) 제과/제빵점 24) 치킨프랜차이즈 25) 커피전문점 26) 패밀리레스토랑 27) 패스트푸드점 28) 편의점 29) 프리미엄아울렛 30) 피자전문점 31) 학습지 32) 헬스&뷰티스토어 33) TV홈쇼핑 34) 검색포탈사이트 35) 국제전화 36) 내비게이션앱 37) 시내/시외전화 38) 이동전화 39) 인터넷전화 40) IPTV 41) 초고속인터넷 42) 고속버스 43) 렌터카 44) 무인경비 45) 스키장 46) 여행사(해외여행) 47) 워터파크 48) 저비용항공 49) 종합레저시설 50) 종합병원 51) 주유소 52) 콘도미니엄 53) 택배 54) 항공

제2부

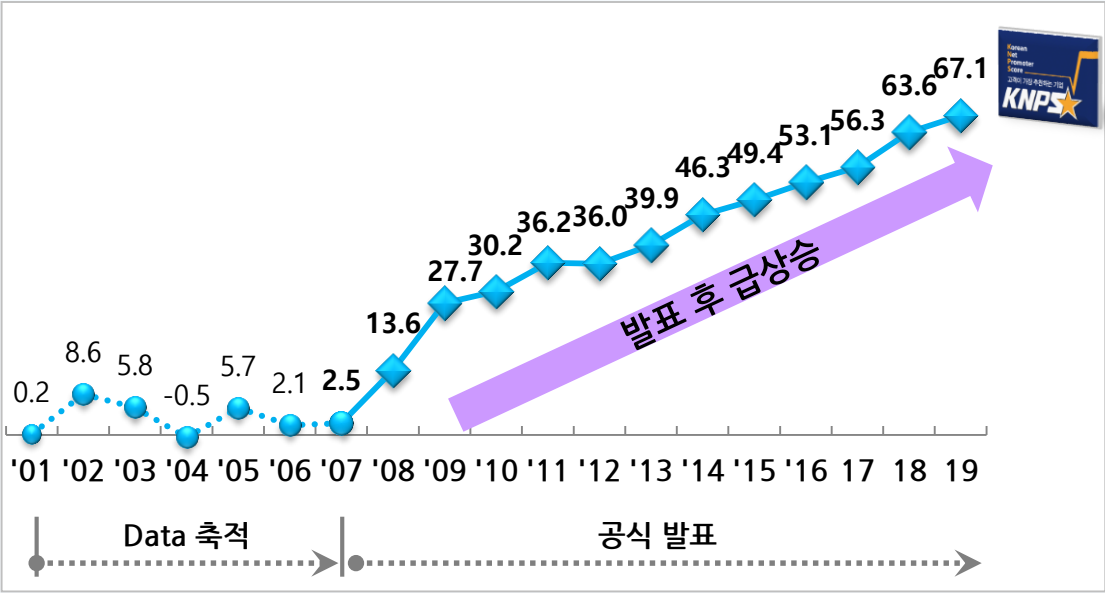
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징

1) 2019년 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)



2) 2019년도 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수) 추이



3) 2019년도 KNPS 특징 및 경향

103개 산업 중 93개 산업이 지수 상승, 산업 전체 KNPS 지수는 전년 대비 3.5점 상승, 제조업은 상승세를 이어가며 첫 70점 돌파

- 금년도 KNPS 조사 결과, 산업전체 KNPS 지수는 전년 대비 3.5점 상승한 67.1점으로 전년대비 상승을 이어갔으며, 제조업은 72.3(전년대비 ▲4.1), 서비스업이 63.4(전년대비 ▲2.5)를 기록하였다. 또한 103개 산업의 대다수인 93개 산업에서 고객추천의향이 상승한 것으로 나타났다.
- 2018년 큰 폭의 상승을 기록하며 60점을 돌파한 제조업과 서비스업은 올해 성장폭이 소폭 감소하였으나 상승을 이어갔다. 특히 제조업은 전년 대비 4.1점이 상승하며 처음으로 70점을 넘는 우수한 결과가 나타났다.

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

3) 2019년도 KNPS 특징 및 경향

지속적인 상승은 기업 노력 및 추천에 대한 인식 전환 결과

- 올해 산업 전체 KNPS가 3.5점 오르며 상승세를 유지한 것은 소비자들의 ‘추천’에 대한 인식 전환 및 각 기업들의 4차 산업 혁명 시대에 맞는 고객 추천 유도 활동을 지속해 온 노력 등이 중요 요인으로 볼 수 있다.
- 상품과 서비스가 셀 수 없이 쏟아져 나오는 현재, 일반 소비자들은 정보의 홍수 속에서 검색 및 구매 선택에 큰 어려움을 보일 수 밖에 없다. 이에 SNS나 인터넷 상에 나타난 다른 사람들의 추천들에 관심을 갖게 되고 자연스럽게 자신도 스스로의 경험을 손쉽게 타인에게 공유하기도 한다. 이러한 현실에 맞게 기업들도 추천 받기 위한 적극적 대응을 진행하고 있다. 또한 ‘추천’이라는 행동이 자신이나 타인의 편의성을 높이기 위한 자발적인 행동이라는 인식이 소비자들에게 확산되면서 추천 자체에 대한 인식이 차츰 긍정적으로 전환되는 데에 영향을 미친 것으로 보인다. 과거에는 국내 소비자들이 상품이나 서비스에 만족하면서도 타인에게 추천으로 이어지는 데에 다소 소극적인 모습을 보였다면, 이제는 자신의 경험과 판단에 대해 자신감을 갖고 당당히 소개하는 주체적인 소비의 모습을 보이고 있는 시대가 된 것이다.
- 한편 KNPS 전체 지수 추이를 보면 2001년부터 2006년까지는 고객 추천 지수의 수준이 높지 않았으며, 심지어 음수(마이너스)를 기록한 해도 있었으나 KMAC에서 공식발표한 2007년을 기점으로 각 산업 및 기업에서 ‘고객 추천’에 대한 중요성을 깨닫고 로열티(Loyalty)에 많은 관심을 갖으면서 이를 관리하기 시작해 그 후 큰 폭의 상승을 이어감을 볼 수 있다

15개 기업(19개 산업)이 13년 동안 한번도 1위 내주지 않아

- 금년 13년째를 맞는 KNPS에서 한번도 1위를 놓치지 않은 13년 연속 1위는 19개 산업의 15개 기업으로 나타났으며, 제조업이 11개, 서비스업이 8개로 나타나 유형의 제품을 기반으로 한 제조업이 고객추천 1위 유지의 안정성이 더 높은 것을 볼 수 있다.
- 전년도 KNPS 조사결과 대비 1위 기업 변동 현황을 분석한 결과 제조업은 49개 산업 중 7개 산업이 변경되어 약 14%의 변동률을 보였고, 서비스업은 54개 산업 중 8개 산업이 변경되어 15%의 변동률을 기록하는 등 제조업과 서비스업 모두 전년 대비 1위 변동률이 낮아졌다.
- 금년 KNPS 조사대상 산업 총 103개 산업에서 선정된 1위 기업을 KCSI(한국산업의 고객만족도) 결과와 비교한 결과 23개 산업을 제외한 80개 산업(78%)에서 1위 기업이 중복되는 것으로 나타나 전년대비 비율이 증가하며 고객만족도와 고객추천 간의 높은 상관관계가 나타났다.

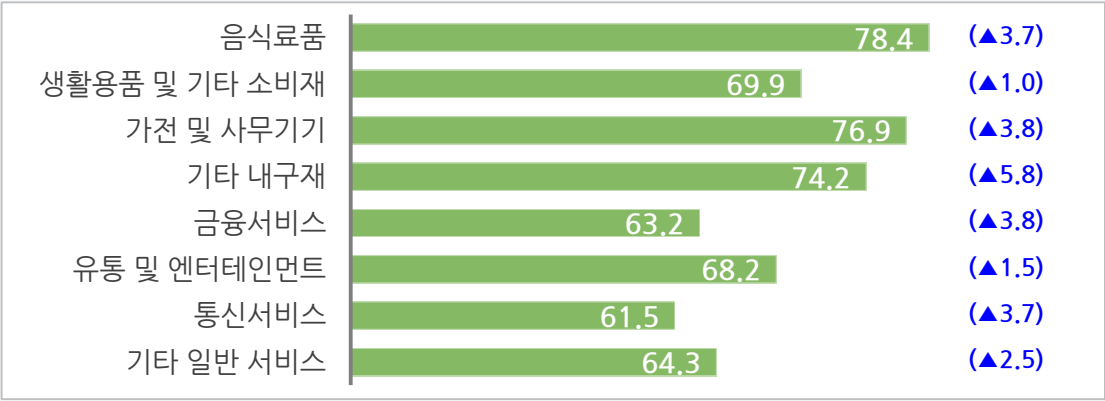
제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

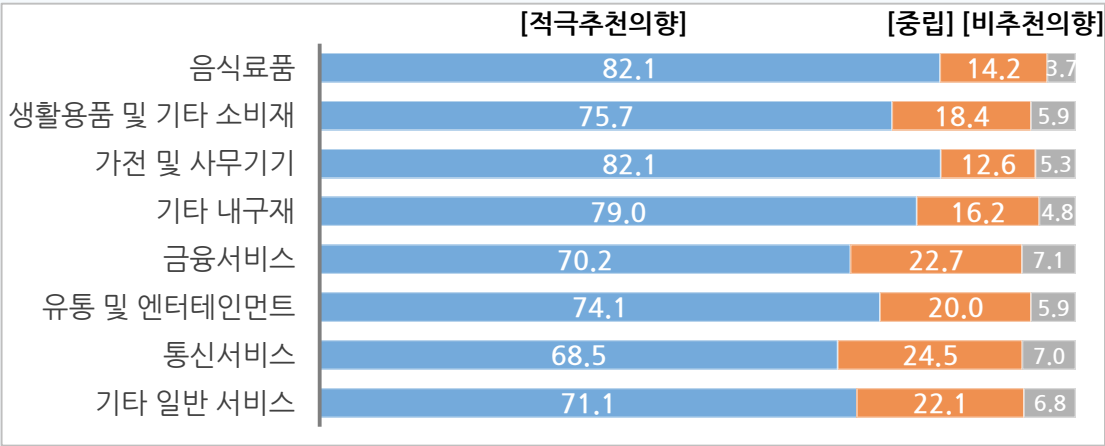
4) 분야별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)

① 분야별 KNPS 지수

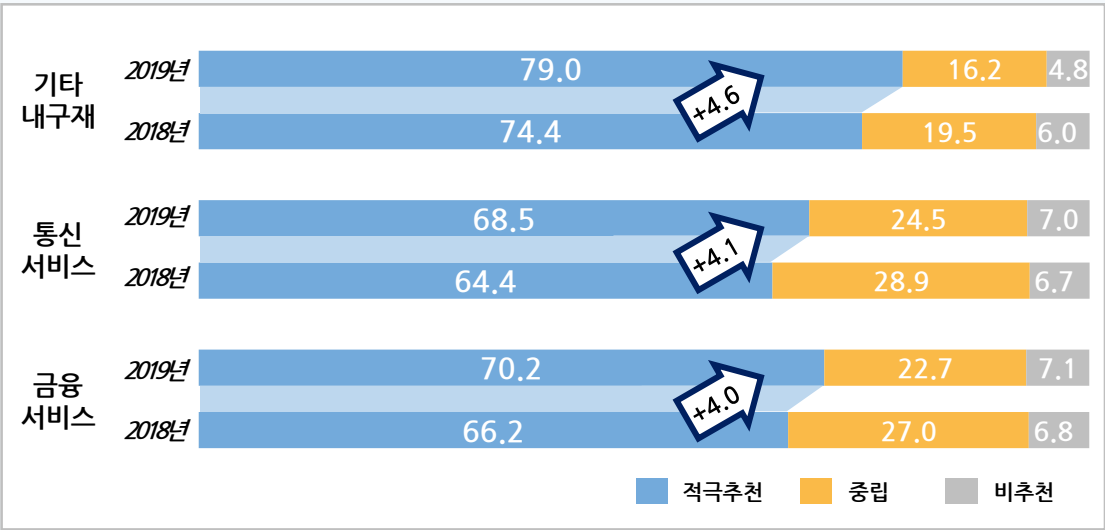
※ 괄호 안은 전년 대비 Gap



② 분야별 추천/비추천 비율



③ 전년 대비 적극추천 비율 상승폭 상위 3개 분야



제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

4) 분야별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)(계속)

**제조업과 서비스업 모든 분야에서 추천지수 동반 상승, 소비재 등 제조업
추천지수 여전이 높아**

- 총 103개의 조사대상 산업을 제조업과 서비스업으로 구분했을 때 두 분류간의 차이는 존재하지만 동반 상승하는 모습을 보였다. 제조업에서는 음식료품, 가전 및 사무기기, 기타 내구재 산업이 70점을 넘는 등 작년 대비 상승을 보였으며, 서비스업도 모든 분야에서 고루 상승하였다.
- 세부적으로는 예년과 비슷하게 제조업의 음식료품, 가전 및 사무기기, 기타 내구재는 70점을 넘는 점수를 기록하며 산업 전체 KNPS를 이끌고 있으며, 서비스업에서도 상승세를 이어가며 모든 산업이 60점을 넘어서는 결과를 보이고 있다. 다만, 국민들의 일상과 가장 밀접한 산업이라고 할 수 있는 금융과 통신 서비스업은 지속적인 추천지수 향상을 기록하고 있으나 여전히 타 산업 대비 추천지수가 낮은 영역으로 분류되었다.
- 산업별 추천/비추천 비율을 살펴 봤을 때, 제조업과 서비스업의 비추천고객 비율은 비슷한 수준이지만 적극추천고객 비율은 제조업이 서비스업보다 높은 것으로 나타났다. 이는 객관적으로 실체를 만질 수 없고 표준화가 어려운 서비스의 특성이 반영된 것으로 판단된다.

**서비스업의 충성고객 확보 노력이 효과를 보인 가운데, 기타 내구재, 통신, 금융
산업에서 적극추천 비율 약진이 돋보여**

- 전년 대비 추천/비추천 비율 증감을 살펴 봤을 때, 제조업과 서비스업 모두에서 중립 비율은 감소하고 적극추천 비율은 증가하는 모습을 보였다. 이 가운데 서비스업에서 전년도 20% 중후반대였던 중립 비율이 20%초반대로 감소하여 그 감소분만큼 적극추천 비율이 증가한 것으로 나타났다. 특히 8개의 분야중 기타 내구재(▲4.6%), 통신서비스(▲4.1%), 금융서비스(▲4.0%) 분야에서 충성고객 증가폭이 가장 큰 것으로 나타나 충성고객 확보를 위한 기업들의 차별적 고객경험 제고 노력이 효과를 보인 것으로 판단된다.
- 세부적으로 기타 내구재에서는 고객추천지수를 핵심 지표로 활용하여 고객중심경영을 고도화하고 있는 승용차(RV, 일반) 및 가구 산업 등에서 기업들의 고객가치 혁신 노력이 빛을 발한 것으로 보인다. 통신 산업에서는 5G 상용화 등 ICT 발전에 따라 고객관점에서 가치를 극대화한 상품과 서비스를 선보인 통신사의 고객만족 활동이 주요했던 것으로 판단된다. 금융 산업에서는 디지털 기술을 접목한 고객경험 제공을 통해 고객 편의성을 극대화한 은행 및 보험 산업의 노력이 적극추천 비율 상승을 주도한 것으로 보인다.

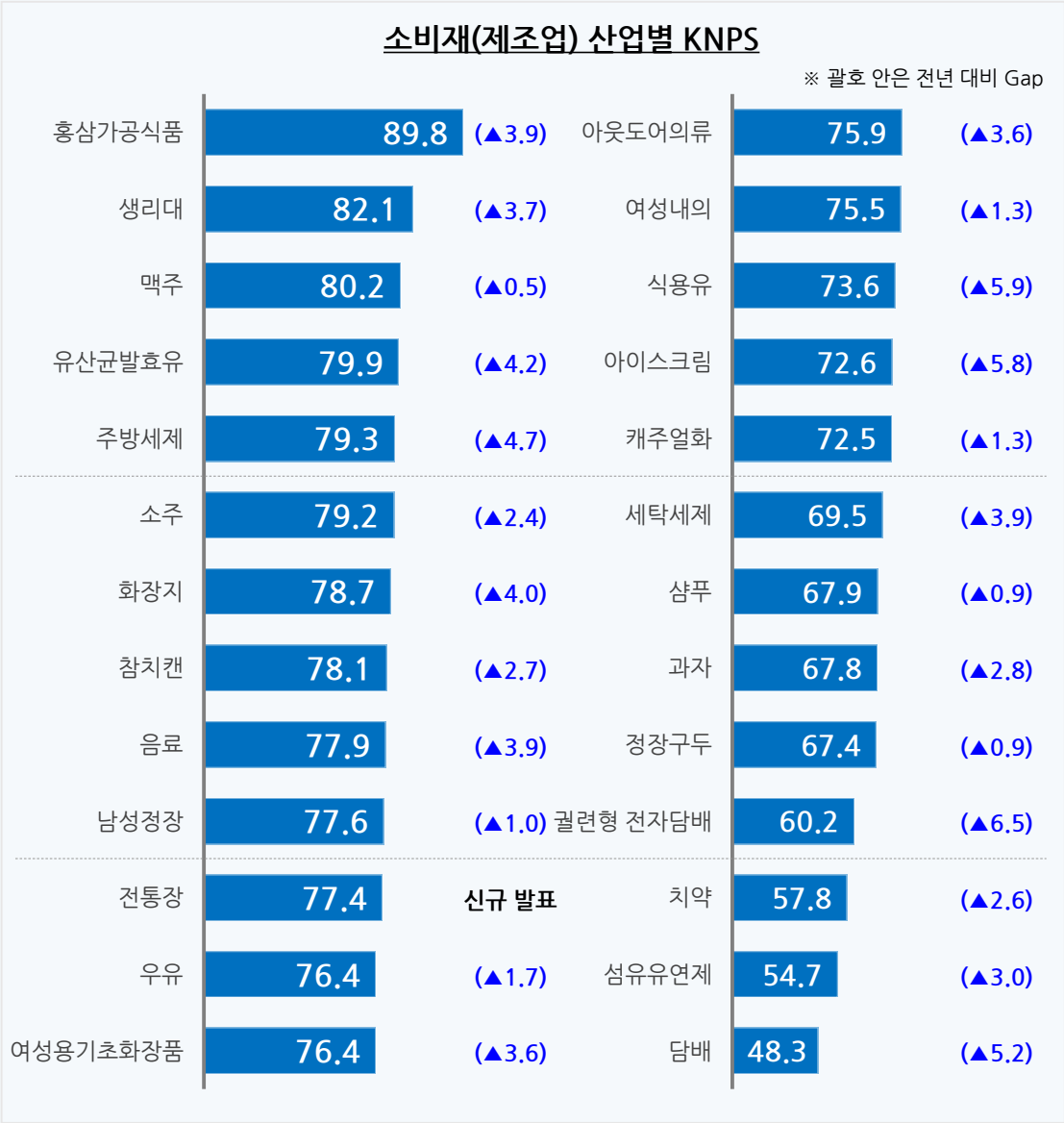
제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 주요
특징

1) 소비재 제조업의 KNPS 특징

홍삼가공식품, 생리대, 맥주 산업이 최상위권, 모든 산업에서 상승을 보여

- 소비재 제조업 부문에서는 홍삼가공식품(89.8), 생리대(82.1), 맥주(80.2) 산업이 80점이 넘는 높은 KNPS 지수를 나타내며 최상위권을 이뤘다.
- 산업 내에서는 특히 건강에 대한 높아진 고객니즈를 충족하는 제품과 서비스를 선보인 홍삼가공식품이 89.8점으로 산업 전체에서 가장 높은 점수를 보이며 소비재 산업 전체를 선도하였다. 친환경과 1인 가구 트렌드에 적극적으로 대응하며 고객들에게 인기를 얻은 생리대(82.1), 맥주(80.2), 유산균발효유(79.9) 등이 그 뒤를 이었다.
- 전년 지수 대비 꺾련형 전자담배(▲6.5), 식용유(▲5.9), 아이스크림(▲5.8) 산업 등이 큰 폭으로 상승하였고, 신규 조사한 전통장을 제외한 모든 소비재 제조업 산업 점수가 상승을 보였다.



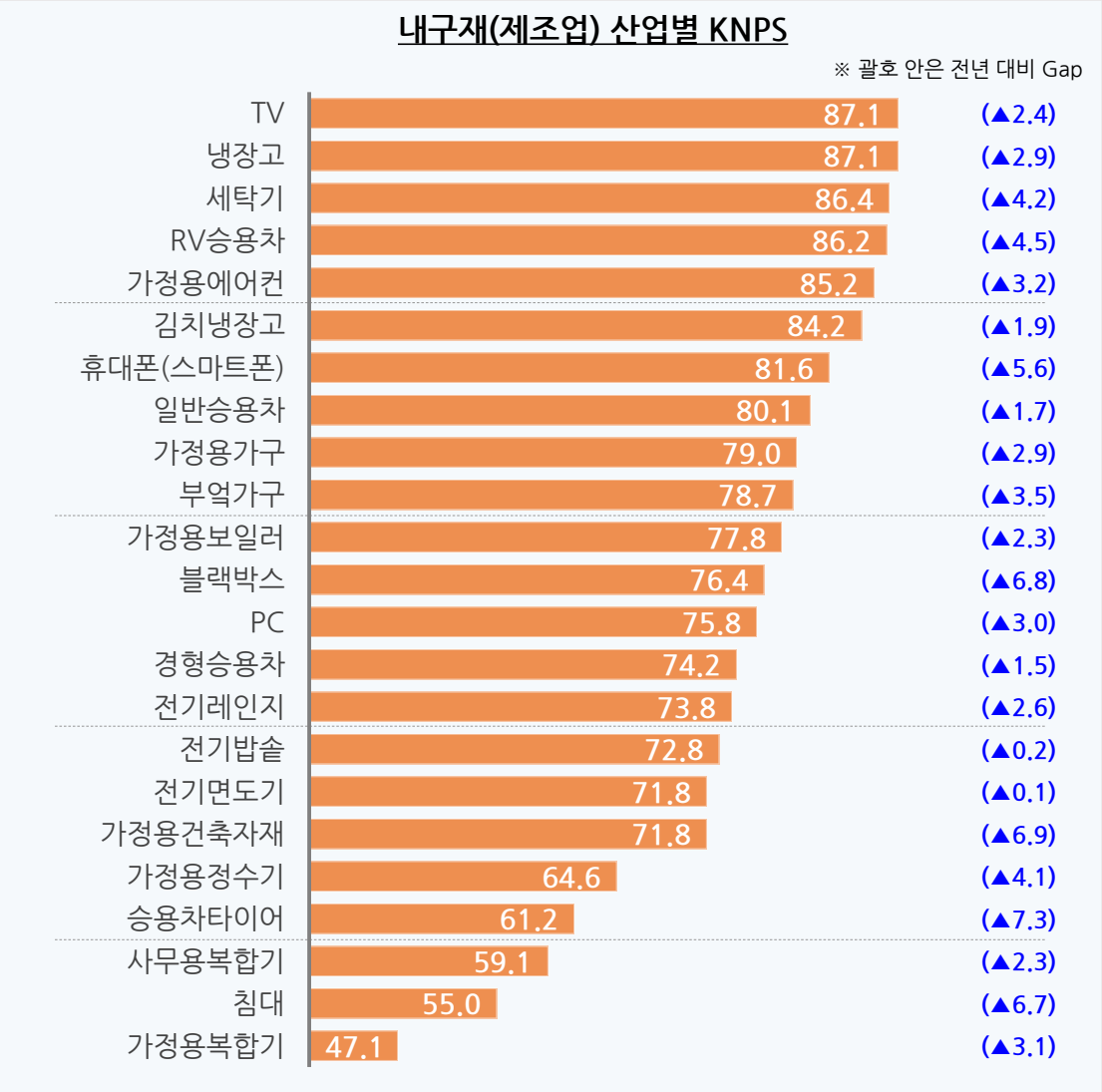
제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 주요
특징 (계속)

2) 내구재 제조업의 KNPS 특징

글로벌에서 경쟁력이 입증된 생활가전 및 자동차 산업이 최상위권 형성, 승용차타이어, 가정용건축자재, 블랙박스, 침대 산업의 KNPS 큰 폭으로 상승

- 내구재 제조업에서는 생활가전 및 자동차 산업이 상위 5개를 모두 차지하며 85점 이상의 높은 추천지수를 보였다. 글로벌 시장에서 기술력과 품질 경쟁력이 입증된 제품들이 국내 고객들에게도 인정을 받으며 내구재 산업 전체를 선도한 것으로 보인다.
- 또한 모든 산업의 추천지수가 상승한 가운데 승용차타이어 (▲7.3), 가정용건축자재(▲6.9), 블랙박스(▲6.8), 침대(▲6.7) 등이 높은 상승폭을 나타내며 제조업 KNPS 지수 상승을 주도한 것으로 조사되었다.
- 52시간 근무제의 영향으로 소비문화가 집 밖에서 집 안으로 들어오며 주목 받고 있는 가정용가구(79.0), 부엌가구(78.7)는 80점에 가까운 준수한 모습을 보였다.
- 지난 해 라돈 사태로 파장을 일으켰던 침대(55.0)는 전년 대비 높은 지수 상승폭을 기록했으나 여전히 낮은 고객추천의향을 보여 충성고객 확보를 위한 기업들의 차별적 고객경험 제고 노력이 지속적으로 필요한 것으로 나타났다.



제2부

2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별 KNPS 주요 특징 (계속)

3) 서비스업의 KNPS 특징

오프라인 고객경험을 제공하는 산업에서 높은 고객추천의향이 나타나

- ➔ 서비스업의 KNPS는 대부분의 산업이 전년 대비 상승했으며 54개 산업 중 영화관(81.5)이 전년 대비 지수하락에도 불구하고 여전히 가장 높은 고객추천의향을 나타냈다.
- ➔ 프리미엄아울렛 산업이 81.0점으로 그 뒤를 이은 가운데, 대형서점, 전자제품전문점 등 오프라인 매장 기반 산업이 80점 이상의 높은 KNPS 지수를 기록했다.
- ➔ 여가문화 확산에 따라 올해 신규 조사된 산업 중 스크린골프는 76.8점으로 높은 KNPS 지수를 보였다. 반면 배달앱(64.5)과 숙박앱(60.2) 등 모바일 기반 신규 서비스는 다소 미흡한 점수를 보였다.

서비스업 산업별 KNPS					
			※ 괄호 안은 전년 대비 Gap		
영화관	81.5	(▽3.0)	패스트푸드점	63.7	(▽0.5)
프리미엄아울렛	81.0	(▲4.1)	스키장	63.7	(▲2.6)
대형서점	80.6	(▲4.1)	콘도미니엄	63.3	(▲3.8)
전자제품전문점	80.5	(▲3.7)	커피전문점	62.9	(▲0.3)
피자전문점	77.3	(▲2.0)	이동전화	62.9	(▲6.1)
면세점	77.1	(▲2.1)	편의점	62.8	(▲2.4)
인터넷서점	77.1	(▲4.3)	항공	62.7	(▲1.3)
스크린골프	76.8	신규 발표	저비용항공	62.5	(▲5.6)
인터넷쇼핑몰	76.5	(▲7.9)	대형슈퍼마켓	62.1	(▲5.0)
제과·제빵점	74.7	(▲6.9)	IPTV	61.8	(▲5.5)
백화점	74.6	(▲3.0)	대형마트	61.6	(▲5.7)
오픈마켓	73.5	(▲1.7)	치킨프랜차이즈	60.9	(▲1.2)
TV홈쇼핑	73.4	(▲5.1)	숙박앱	60.2	신규 발표
체크카드	73.0	(▲2.6)	택배	59.6	(▲3.9)
워터파크	73.0	(▲2.2)	무인경비	59.4	(▽0.4)
렌터카	72.9	(▲0.7)	헬스&뷰티스토어	58.0	(▲0.1)
자동차보험	71.7	(▲3.8)	검색포탈사이트	58.0	(▲1.7)
종합레저시설	70.8	(▲3.7)	시내·시외전화	57.5	(▲0.9)
은행	69.9	(▲4.8)	생명보험	57.1	(▲3.7)
내비게이션 앱	69.1	(▲4.9)	국제전화	56.8	(▲1.6)
멤버십(포인트)	67.8	신규 발표	종합병원	56.8	(▲3.6)
여행사(해외여행)	66.9	(▲0.8)	신용카드	55.5	(▲4.5)
장기보험	66.8	(▲4.6)	학습지	54.2	(▲0.3)
고속버스	65.5	(▽2.5)	인터넷전화	50.3	(▲1.4)
초고속인터넷	65.0	(▲1.6)	저축은행	48.5	(▲4.8)
주유소	64.9	(▲2.0)	패밀리레스토랑	47.4	(▽1.6)
배달앱	64.5	신규 발표	증권	44.2	(▲3.1)

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 특징

1) 전년 대비 1위 변동 산업

총 15개 산업에서 2018년도 대비 KNPS 1위 기업 변동 나타나

➔ 2019년 KNPS 조사결과 소비재(4개) 및 내구재 제조업 3개 산업, 서비스업 8개 산업 등 총 15개 산업에서 지난 2018년 대비 KNPS 1위 기업에 변동이 있는 것으로 나타나, 산업 내 고객추천 확보를 위한 치열한 경쟁을 대변하는 것으로 판단된다.
(※ 2018년에는 20개 산업 변동)

2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 변동 기업

산업명		2019년 KNPS 1위 기업	2018년 KNPS 1위 기업
소비재 (4개)	과자	해태제과	크라उन제과
	맥주	하이트진로	OB맥주(카스포함)
	샴푸	LG생활건강	애경
	캐주얼화	형지ես스콰이아(영에이지)	금강제화(랜드로바)
내구재 (3개)	냉장고	삼성전자	LG전자
	세탁기	삼성전자	LG전자
	가정용건축자재	KCC	현대L&C(구 한화L&C)
서비스 (8개)	저축은행	애규온저축은행	SBI저축은행
	증권	삼성증권	NH투자증권
	오픈마켓	11번가	옥션
	치킨프랜차이즈	교촌에프앤비(교촌치킨)	비에이치씨(BHC치킨)
	학습지	교원구몬(구몬학습)	대교
	내비게이션 앱	티맵(Tmap)	카카오내비
	렌터카	롯데렌탈 (롯데렌터카)	AJ렌터카
	무인경비	ADT캡스	에스원

제2부

2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 특징
(계속)

2) 13년 연속 KNPS 1위 기업

총 19개 산업(15개 기업)에서 KNPS 13년 연속 1위 유지

- 치열한 경쟁 속에서도 13년을 맞은 KNPS에서 13년 동안 줄곧 고객들로부터 최고의 추천을 받은 산업은 소비재 4개, 내구재 7개 및 서비스업 8개 산업으로 나타나 총 19개 산업으로 집계되었으며, 기업수로는 15개 기업인 것으로 나타났다.
- 13년 연속 1위가 유지된 산업은 소비재 제조업의 약 15%, 내구재 제조업의 약 30%, 서비스업의 약 15%로서 내구재 제조업에 속한 기업들에 대한 고객 Loyalty가 높은 것으로 나타나 해당 산업 기업의 고객 추천을 높이기 위한 활동이 우수한 것을 볼 수 있다.

고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 지수 13년 연속 1위 기업

산 업		13년 연속 1위 기업
소비재 (4개 산업/ 4개 기업)	참치캔	동원F&B(동원참치)
	남성정장	삼성물산
	정장구두	금강제화
	화장지	유한킴벌리
내구재 (7개 산업/ 4개 기업)	가정용에어컨	LG전자
	휴대폰(스마트폰)	삼성전자
	PC	
	TV	
	부엌가구	한샘
	일반승용차	현대자동차
	RV승용차	
서비스업 (8개 산업/ 7개 기업)	생명보험	삼성생명
	대형서점	교보문고
	검색포탈사이트	네이버
	시내/시외전화	KT
	초고속인터넷	
	이동전화	SK텔레콤
	고속버스	금호고속
	종합레저시설	에버랜드

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 특징
(계속)

3) 복수 산업 KNPS 1위 기업

삼성전자 6개, KT 4개, 삼성물산, LG생활건강 3개 부문 1위 등 14개 기업이 복수 산업 1위 기록

- ➔ 삼성전자는 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, 휴대폰(스마트폰), PC, TV 등 6개 산업에서, KT는 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷, IPTV 등 4개 산업에서 KNPS가 가장 높은 것으로 나타나 고객충성도 선도 기업으로서 올해에도 많은 산업에서 고객들의 추천을 받은 것으로 나타났다.
- ➔ 그 뒤를 이어 삼성물산(남성정장, 워터파크, 종합레저시설), LG생활건강(삼푸, 섬유유연제, 치약)이 3개 산업에서 1위를 차지했다. 이외에도 라이온코리아, 삼성화재, 유한킴벌리, 캐논코리아, 한샘, 현대백화점, 현대자동차, 홈플러스, SK텔레콤, KT&G 등이 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 복수산업 1위 기업

기업명	2019년 KNPS 1위 산업	비고
삼성전자	김치냉장고, 냉장고, 세탁기, 휴대폰(스마트폰), PC, TV	6개 산업
KT	시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷, IPTV	4개 산업
삼성물산	남성정장, 워터파크, 종합레저시설	3개 산업
LG생활건강	삼푸, 섬유유연제, 치약	
라이온코리아	세탁세제, 주방세제	2개 산업
삼성화재	자동차보험, 장기보험	
유한킴벌리	생리대, 화장지	
캐논코리아 비즈니스솔루션	가정용복합기(프린터), 가정용복합기(복사기)	
한샘	가정용가구, 부엌가구	
현대백화점	백화점, 프리미엄아울렛	
현대자동차	일반승용차, RV승용차	
홈플러스	대형마트, 대형슈퍼마켓	
SK텔레콤	이동전화, 내비게이션 앱	
KT&G	담배, 궤련형 전자담배	

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위 횟수
1	과자	해태제과	해태제과(73.5), 크라운제과(71.7), 오리온(69.1), 롯데제과(62.1)	'18년 1위 : 크라운제과
2	맥주	하이트진로	하이트진로(83.2), OB맥주(카스포함)(82.2), 롯데칠성음료(클라우드, 피츠)(77.8)	'18년 1위 : OB맥주 (카스포함)
3	소주	금복주	금복주(83.7), 하이트진로(참이슬)(78.9), 롯데칠성(주류BG)(처음처럼)(78.3), 무학(70.8)	3년 연속 1위
4	식용유	사조대림(해표)	사조대림(해표)(77.0), CJ제일제당(백설)(70.6)	7년 연속 1위
5	아이스크림	빙그레	빙그레(82.4), 롯데제과(78.8), 롯데푸드(70.9), 해태제과(67.3)	12년 연속 1위
6	우유	서울우유	서울우유(77.8), 매일유업(75.0), 남양유업(73.2)	12년 연속 1위
7	유산균발효유	한국야쿠르트	한국야쿠르트(81.5), 매일유업(79.0), 남양유업(78.3)	7년 연속 1위
8	음료	동아오츠카	동아오츠카(80.6), 롯데칠성음료(78.2), 한국코카콜라(74.7)	5년 연속 1위
9	전통장	CJ제일제당(해찬들)	CJ제일제당(해찬들)(79.7), 대상(청정원)(75.0)	신규 발표
10	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(81.4), 사조산업(사조참치)(70.7), 오투기(오투기참치)(67.0)	13년 연속 1위
11	홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)	한국인삼공사(정관장)(90.4), 농협홍삼(한삼인)(87.8)	7년 연속 1위
12	궐련형 전자담배	KT&G(릴)	KT&G(릴)(62.6), B.A.T코리아(글로)(61.5), 한국필립모리스(아이코스)(57.7)	2년 연속 1위
13	남성정장	삼성물산	삼성물산(78.4), LF(76.2)	13년 연속 1위
14	담배	KT&G	KT&G(50.9), 한국필립모리스(말보로)(48.6), B.A.T.코리아(던힐)(44.1)	2년 연속 1위
15	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(83.4), 깨끗한나라(81.6), LG유니참(78.9)	8년 연속 1위

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
16	삼푸	LG생활건강	LG생활건강(71.6), 한국P&G(69.2), 아모레퍼시픽(67.9), 애경(65.1), 유니레버코리아(63.2)	'18년 1위 : 애경
17	섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(56.3), 한국P&G(55.7), 피죤(50.4)	2년 연속 1위
18	세탁세제	라이온코리아	라이온코리아(71.7), LG생활건강(69.3), 애경(66.2)	6년 연속 1위
19	아웃도어의류	노스페이스	노스페이스(79.5), K2(77.5), 코오롱스포츠(77.2), 블랙야크(74.3), 네파(73.8)	4년 연속 1위
20	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(76.4), 남영비비안(비비안)(74.8)	9년 연속 1위
21	여성용 기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(77.8), LG생활건강(74.7)	5년 연속 1위
22	정장구두	금강제화	금강제화(69.7), 소다(68.1), 탠디(62.4)	13년 연속 1위
23	주방세제	라이온코리아	라이온코리아(80.7), LG생활건강(78.9), 애경(76.7)	9년 연속 1위
24	치약	LG생활건강	LG생활건강(59.7), 아모레퍼시픽(57.4), 애경(56.3)	2년 연속 1위
25	캐주얼화	형지ես콰이아(영에이지)	형지ես콰이아(영에이지)(73.8), 금강제화(랜드로바)(71.9)	'18년 1위 : 금강제화(랜드로바)
26	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(81.8), 모나리자(79.1), 깨끗한나라(77.4)	13년 연속 1위

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

2) 내구재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
1	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아 비즈니스솔루션	캐논코리아비즈니스솔루션(52.2), 한국엡손 (49.2), 한국HP(39.8)	3년 연속 1위
2	가정용에어컨	LG전자	LG전자(87.4), 삼성전자(86.3), 위니아딤채(구 대유위니아)(79.0), 오텍캐리어 (76.7)	13년 연속 1위
3	가정용정수기	웅진코웨이	웅진코웨이(65.7), SK매직(65.2), LG전자(62.9), 청호나이스(62.7)	3년 연속 1위
4	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(87.4), LG전자(85.5), 위니아딤채(구 대유위니아)(78.0)	9년 연속 1위
5	냉장고	삼성전자	삼성전자(87.5), LG전자(86.6)	'18년 1위 : LG전자
6	사무용복합기 (복사기)	캐논코리아 비즈니스솔루션	캐논코리아비즈니스솔루션(62.1), 한국후지제록스(61.1), 신도리코(54.9)	6년 연속 1위
7	세탁기	삼성전자	삼성전자(87.5), LG전자(85.4)	'18년 1위 : LG전자
8	전기레인지	SK매직	SK매직(75.9), 쿠첸(68.6)	2년 연속 1위
9	전기면도기	필립스코리아	필립스코리아(73.6), 파나소닉(70.4), 브라운(68.9)	2년 연속 1위
10	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(74.2), 쿠첸(69.5)	8년 연속 1위
11	휴대폰 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(83.1), 애플(아이폰)(79.9), LG전자(74.0)	13년 연속 1위
12	PC	삼성전자	삼성전자(78.1), LG전자(75.6), 한국HP(64.4)	13년 연속 1위
13	TV	삼성전자	삼성전자(88.0), LG전자(86.0)	13년 연속 1위
14	가정용가구	한샘	한샘(81.7), 현대리바트(80.6), 에몬스가구 (79.7), 까사미아(71.3)	5년 연속 1위
15	가정용건축자재	KCC	KCC(74.1), LG하우시스(72.3), 현대L&C(구 한화L&C)(69.3)	'18년 1위 : 현대L&C (구 한화L&C)

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

2) 내구재 제조업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위 횟수
16	가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(78.9), 경동나비엔(78.5), 귀뚜라미보일러(76.5)	12년 연속 1위
17	경형승용차	한국지엠	한국지엠(75.1), 기아자동차(73.6)	6년 연속 1위
18	부엌가구	한샘	한샘(79.2), 에넥스(77.4)	13년 연속 1위
19	블랙박스	팅크웨어 (아이나비)	팅크웨어(아이나비)(78.2), 아이트로닉스(아이 패스블랙)(75.0), 더 미동(유라이브)(71.7)	4년 연속 1위
20	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(62.1), 넥센타이어(61.4), 한국타이어(59.8)	12년 연속 1위
21	일반승용차	현대자동차	현대자동차(82.7), 기아자동차(80.7), 한국지엠(76.4), 르노삼성자동차(76.0)	13년 연속 1위
22	침대	시몬스	시몬스(56.0), 에이스침대(54.1)	6년 연속 1위
23	RV승용차	현대자동차	현대자동차(88.9), 기아자동차(86.3), 쌍용자동차(81.8)	13년 연속 1위

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(58.7), 한화생명(57.2), 교보생명(54.3)	13년 연속 1위
2	신용카드	신한카드	신한(59.6), 삼성(58.6), KB국민(57.3), 현대(55.3), 우리(54.6), BC(51.3), 롯데(49.9), NH농협(49.1)	10년 연속 1위
3	은행	신한은행	신한(75.1), KEB하나(73.0), KB국민(72.0), IBK기업(68.2), 우리(65.2), NH농협(61.2)	6년 연속 1위
4	자동차보험	삼성화재	삼성화재(76.5), 현대해상(74.8), KB손해보험(69.9), DB손해보험(68.1), 메리츠화재(66.6)	10년 연속 1위
5	장기보험	삼성화재	삼성화재(69.5), 현대해상(68.0), DB손해보험(66.5), KB손해보험(65.7), 메리츠화재(62.2)	9년 연속 1위
6	저축은행	애뉴온저축은행	애뉴온저축은행(51.1), OK저축은행(49.6), 웰컴저축은행(48.1), SBI저축은행(43.7)	'18년 1위 : SBI저축은행
7	증권	삼성증권	삼성증권(46.5), NH투자증권(45.9), KB증권(44.1), 대신증권(43.4), 미래에셋대우(42.6), 한국투자증권(42.4)	'18년 1위 : NH투자증권
8	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(76.6), 신한카드(75.0), 우리카드(71.9), BC카드(69.9), NH농협카드(68.2)	2년 연속 1위
9	대형마트	홈플러스	홈플러스(66.9), 롯데마트(62.3), 이마트(60.5)	5년 연속 1위
10	대형서점	교보문고	교보문고(84.3), 서울문고(반디앤루니스)(76.5), 영풍문고(76.3)	13년 연속 1위
11	대형슈퍼마켓	홈플러스 익스프레스	홈플러스 익스프레스(63.2), GS THE FRESH (구 GS슈퍼마켓)(62.8), 롯데슈퍼(62.0), 이마트 에브리데이(60.1)	2년 연속 1위
12	멤버십(포인트)	롯데멤버스(엘포인트)	롯데멤버스(엘포인트)(71.5), 해피포인트(69.4), OK캐쉬백(66.7), CJ ONE(60.4)	신규 발표
13	면세점	호텔신라(신라면세점)	호텔신라(신라면세점)(78.2), 호텔롯데(롯데면세점)(76.5)	7년 연속 1위
14	배달앱	배달의민족	배달의민족(66.1), 요기요(64.7), 배달통(55.2)	신규 발표
15	백화점	현대백화점	현대백화점(77.9), 롯데백화점(74.4), 신세계백화점(73.0)	6년 연속 1위

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
16	숙박업	야놀자	야놀자(61.6), 여기어때(58.6)	신규 발표
17	스크린골프	골프존	골프존(81.7), 카카오VX(72.9), SG골프(65.0)	신규 발표
18	영화관	롯데시네마	롯데시네마(84.9), CJ CGV(80.7), 메가박스(76.1)	7년 연속 1위
19	오픈마켓	11번가	11번가(79.5), G마켓(75.9), 옥션(65.9)	'18년 1위 : 옥션
20	인터넷서점	알라딘	알라딘(79.4), 교보문고(78.0), 예스24(76.3), 인터파크도서(75.3)	4년 연속 1위
21	인터넷쇼핑몰	SSG닷컴	SSG닷컴(77.4), 현대홈쇼핑(Hmall)(76.7), CJ오쇼핑(CJmall)(76.4), 롯데닷컴(76.3), GS홈쇼핑(GS SHOP)(75.6)	2년 연속 1위
22	전자제품전문점	롯데하이마트	롯데하이마트(82.5), 삼성디지털프라자(80.5), LG베스트샵(76.2), 전자랜드 프라يس킹(73.9)	2년 연속 1위
23	제과·제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(75.4), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(72.1)	10년 연속 1위
24	치킨프랜차이즈	교촌에프앤비 (교촌치킨)	교촌치킨(64.0), BHC치킨(61.8), 네네치킨(58.7), BBQ(51.0)	'18년 1위 : 비에이치씨 (BHC치킨)
25	커피전문점	스타벅스	스타벅스(65.4), 엔제리너스(63.3), 투썸플레이스(61.7), 이디야커피(61.5), 커피빈(61.3), 할리스커피(55.9)	4년 연속 1위
26	패밀리레스토랑	빕스(VIPS)	빕스(VIPS)(50.7), 아웃백스테이크하우스(46.6), TGI프라이데이스(45.8), 애슐리(44.0)	7년 연속 1위
27	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(68.1), 버거킹(66.5), KFC(64.0), 맥도날드(57.3)	3년 연속 1위
28	편의점	CU	CU(65.3), GS25(63.1), 세븐일레븐(61.7), 이마트24(60.4), 미니스톱(52.7)	2년 연속 1위
29	프리미엄아울렛	현대 프리미엄 아울렛	현대 프리미엄 아울렛(85.9), 신세계사이먼 프리미엄 아울렛(80.2), 롯데 프리미엄 아울렛(78.5)	2년 연속 1위
30	피자전문점	도미노피자	도미노피자(80.9), 미스터피자(76.0), 피자헛(73.7)	7년 연속 1위

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
31	학습지	교원구몬 (구몬학습)	교원구몬(구몬학습)(56.5), 대교(55.2), 재능교육(53.4), 웅진씽크빅(50.9)	'18년 1위 : 대교
32	헬스&뷰티 스토어	올리브영	올리브영(59.5), 롬스(54.4), 띄라블라(52.4)	2년 연속 1위
33	TV홈쇼핑	롯데홈쇼핑	롯데홈쇼핑(74.7), CJ오쇼핑(74.5), 현대홈쇼핑 (73.6), 홈앤쇼핑(72.4), GS홈쇼핑(71.6), NS홈쇼핑(69.7)	2년 연속 1위
34	검색포탈사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(58.8), 카카오(다음)(54.7)	13년 연속 1위
35	국제전화	SK텔링크(00700)	SK텔링크(00700)(60.6), KT(001)(58.2), LG유플러스(002)(46.6)	5년 연속 1위
36	내비게이션 앱	티맵(Tmap)	티맵(Tmap)(74.1), 카카오내비(73.3), 네이버지도(59.8)	'18년 1위 : 카카오내비
37	시내·시외전화	KT	KT(58.9), SK브로드밴드(53.2)	13년 연속 1위
38	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(66.9), KT(63.8), LG유플러스(53.1)	13년 연속 1위
39	인터넷전화	KT	KT(55.0), SK브로드밴드(51.1), LG유플러스(43.7)	10년 연속 1위
40	초고속인터넷	KT	KT(68.2), SK브로드밴드(66.5), LG유플러스(53.5)	13년 연속 1위
41	IPTV	KT	KT(65.3), SK브로드밴드(62.6), LG유플러스(53.5)	4년 연속 1위
42	고속버스	금호고속	금호고속(67.4), 동양고속(64.9), 중앙고속(62.1)	13년 연속 1위
43	렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카(78.1), SK렌터카(73.9), AJ렌터카(66.9)	'18년 1위 : AJ렌터카
44	무인경비	ADT캡스	ADT캡스(61.9), 에스원(60.3), KT텔레캅(55.0)	'18년 1위 : 에스원
45	스키장	하이원리조트	하이원리조트(72.5), 비발디파크(69.0), 휘닉스평창(65.9), 용평리조트(58.5), 무주덕유산리조트(52.5)	2년 연속 1위

제2부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위 횟수
46	여행사 (해외여행)	하나투어	하나투어(73.1), 노랑풍선(65.2), 롯데관광개발 (61.0), 모두투어네트워크(60.3)	5년 연속 1위
47	워터파크	캐리비안 베이	캐리비안 베이(75.2), 오션월드(70.3)	8년 연속 1위
48	저비용항공	제주항공	제주항공(65.3), 에어부산(64.2), 진에어 (63.1), 티웨이항공(60.7), 이스타항공(57.3)	5년 연속 1위
49	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(77.6), 롯데월드(69.4), 서울랜드(55.5)	13년 연속 1위
50	종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원(60.5), 서울아산병원(59.8), 서울성모병원(57.8), 세브란스병원(신촌)(54.5) 서울대학교병원(본원)(49.8)	3년 연속 1위
51	주유소	에쓰오일	에쓰오일(66.8), SK에너지(SK주유소)(64.9), 현대오일뱅크(64.3), GS칼텍스(63.2)	4년 연속 1위
52	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(64.9), 대명리조트(62.6)	5년 연속 1위
53	택배	CJ대한통운	CJ대한통운(61.5), 우체국택배(60.4), 롯데택배(56.6), 한진택배(56.4)	4년 연속 1위
54	항공	아시아나항공	아시아나항공(63.4), 대한항공(62.2)	9년 연속 1위

제3부

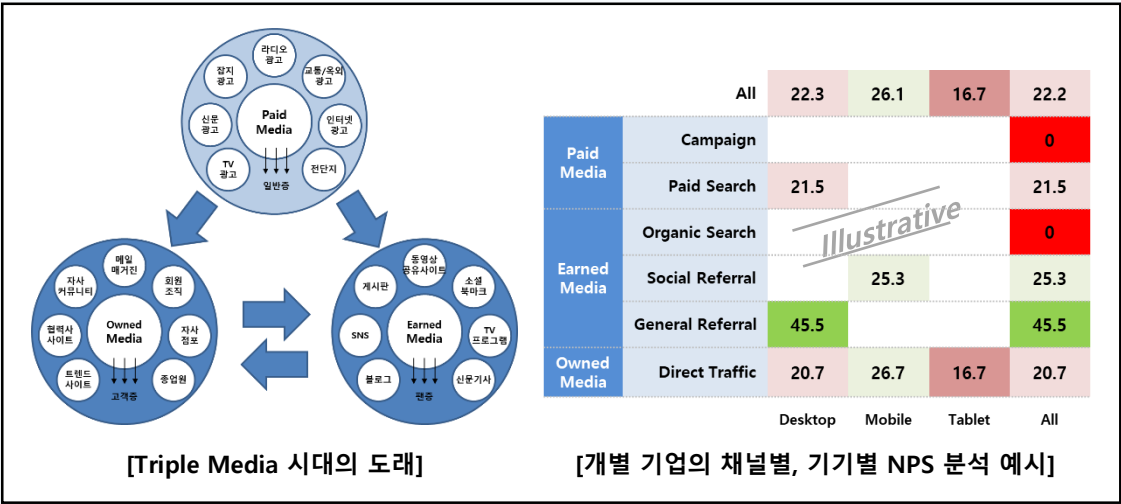
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

KNPS 향상을 위한 제언

채널별 세부 NPS를 측정하고 분석하여 고객 로열티(Loyalty)를 향상시키라

- ➔ IT기술의 발전과 활용의 급격한 확산으로 이제 온라인 시대는 목표가 아니라 현실로 다가왔다. 이에 고객 변화 속도와 트렌드에 맞는 기업의 대응이 무엇보다 중요하다. 스마트 기기의 일상화로 이용하는 제품이나 서비스 관련 콘텐츠 생산이 쉬워졌다. 또한 구전이나 기존 채널 뿐만 아니라 제각각 특색을 가진 다양한 SNS 채널로 인해 고객추천이나 비추천을 쉽게 표현하고 공유할 수 있다. 이에 따라 자발적으로 가치가 창출되는 고객 중심의 수요시장은 갈수록 고도화되고 있으며, 그 속도는 더욱 가속화될 예정이다. 하지만, 이는 긍정적 경험을 공유하는 고객추천만큼 부정적 경험의 고객비추천 또한 쉽게 형성될 수 있음을 의미하며, 이에 따라 기업의 타겟 고객군별 만족·불만족 경험요인에 대한 적극적 관리가 필요할 것으로 보인다. 특히 채널별로 고객 추천의 방식과 파급효과가 상이하므로 고객세분화 뿐 아니라 채널에 주목한 추천을 분석을 통한 대응이 요구된다.
- ➔ 이러한 채널 다변화 및 확장으로 “Triple Media 시대”가 열리게 되었다. 기존에 비용을 통해 진행한 Paid Media, 자체 보유 매체로 로열티를 강화할 수 있는 Owned Media, 마지막으로 고객 스스로 기업의 신뢰와 평판을 만들어 줄 수 있는 Earned Media가 그것이다. 닐슨은 조사를 통해 이들 중 Earned Media가 가장 신뢰할 수 있는 정보를 담고 있고, 고객이 구매를 가장 잘 자극할 수 있는 채널이라고 밝혔다. 기업들은 추천지수를 토대로 자신들의 제품과 서비스가 어떤 채널에서 가장 고객의 추천이 많이 발생하는지 채널별 추천 지수에 대한 고민이 필요하다. 특히, Earned Media를 통해 만들어지는 고객추천은 고객 스스로 로열티를 표현하고 다른 잠재고객을 끌어들이는 데 효과적으로 작용하기에 더욱 신중한 검토가 진행되어야 할 것이다.
- ➔ 채널 별로 고객니즈를 파악하는 것은 차후에 고객에게 접근하는 방법을 설계하는 데 도움을 줄 수 있다. 디지털 변혁(Digital Transformation) 시대의 기술은 온오프라인이 상생하는 옴니채널 환경을 현실화하였다. 다양한 채널에서의 긍정적 고객추천이 실제로 재구매로 이어질 수 있도록 개별 고객 라이프 사이클에 맞춘 기민한(Agile) 접근과 일련의 사회, 문화적 상황과 환경 및 고객 경험을 고려한 컨텍스트 플래닝(Context Planning)이 진행된다면 고객 로열티를 확대하고, 고객이 적극적으로 추천하는 기업으로 성장해나갈 수 있을 것이다.

KNPS를 활용한 채널별 고객니즈 파악 및 개선



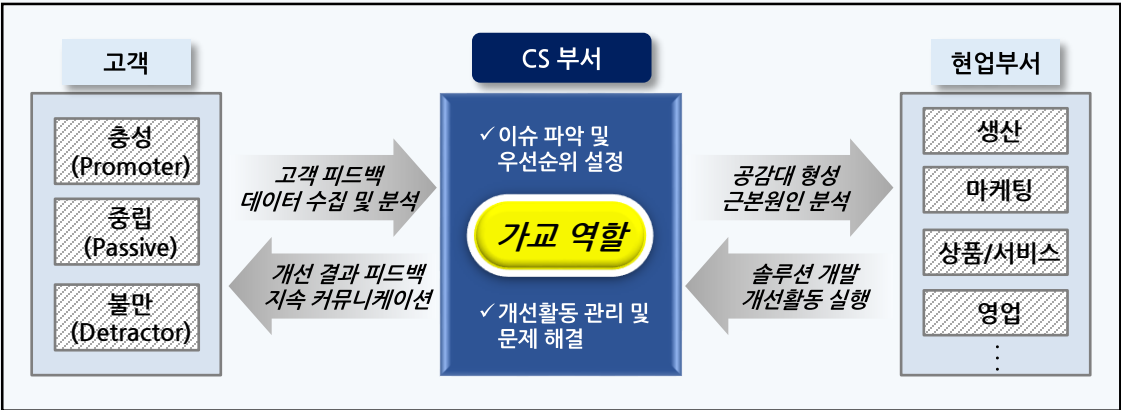
제3부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

KNPS
향상을 위한
제언 (계속)

고객 피드백이 개선으로 이어지는 선순환 구조를 만들어라

- 충성고객은 기업의 성장에 있어 핵심적인 동력이다. 충성고객은 기업에 대한 긍정적인 이미지를 확산하고 일반 고객보다 더 많이 지출하며 서비스 비용이 낮기 때문이다. 또한 한번 충성고객이 되면 일반적인 구매 단계 상의 초기 고려 단계나 평가 단계를 건너 뛰고 바로 재구매로 이어지는 이상적인 구매 루트(로열티 루프*)로 진입하게 된다. 이에 비해 불만고객은 기업의 상품 및 서비스를 구매할 가능성이 적고, 설사 구매해도 불평하며 부정적인 이미지를 확산할 수 있는 가능성이 높다. 불만고객은 서비스 제공 비용이 높고, 고객과의 커뮤니케이션 활동의 효율을 한층 떨어지게 한다.
* 로열티 루프(Loyalty Loop) : 글로벌 컨설팅사인 맥킨지에서 제시한 새로운 소비자 구매결정 여정 모델의 핵심적인 부분으로 새로운 제품 구매를 고려하는 시점에서 별도의 평가 단계를 거치지 않고 바로 구매를 결정하는 구매 루트
- 이러한 배경에서 많은 기업들은 기존 충성고객은 유지하고, 불만고객은 충성고객으로 전환하기 위해 고객추천지수를 전략적으로 활용하고 있다. 예를 들면, 기업은 다양한 채널을 통해 고객들과 적극 소통하며 이들이 해당 기업을 지인에게 추천하거나 비추천하는 이유를 추적한다. 그리고 이렇게 확보한 응답을 조직 내 담당 부서에 전달하여 점점 및 서비스 개선, 고객경험 차별화에 활용한다. 그러나 제품 및 서비스에 대한 고객의 피드백이 실제 개선으로 이어지지 않는다면 어떨까?
- Microsoft의 글로벌 고객서비스 리포트*에 따르면 기업이 고객 피드백에 대해 무언가 조치를 취한다고 믿는 소비자는 절반에 불과했다. 고객들이 온라인과 오프라인을 넘나들며 여러 채널을 통해 기업과 소통하고 있는 시대에 CS부서의 역할이 더욱 중요한 이유가 여기에 있다. CS부서는 다양한 경로를 통해 수집된 고객의 피드백이 실제 CS경영활동에 반영될 수 있도록 고객과 현업 부서를 이어주는 가교 역할을 해야 하기 때문이다. 한데 CS부서의 역할이 고객의 피드백을 현업 부서에 단순히 전달만하는 것에 그친다면 실질적인 개선으로 연결되지 않을 것이다. 그 결과, 충성고객 이탈과 불만고객 증가가 나타날 것이고 이는 향후 기업 성장에 심각한 타격을 입힐 것이다.
* STATE OF GLOBAL CUSTOMER SERVICE REPORT(Microsoft, 2017)
- 따라서 CS부서는 수집한 고객의 피드백을 분석하고 이슈 및 근본원인을 파악해야 하며, 현업 부서와 지속적으로 협의해 실질적인 개선으로 이어질 수 있도록 주도적인 역할을 수행해야 한다. 또한 개선 결과에 대해서 직접 고객과 커뮤니케이션을 진행해 충성고객을 확보해야 한다. 나아가 이러한 충성고객의 피드백을 관련 부서와 공유하고 지속적인 개선이 이뤄질 수 있도록 고객과 기업간의 선순환 구조를 만들어야 한다. 이러한 메커니즘을 통해 기업은 고객에 대한 이해를 고도화하고 경쟁사와 차별화된 고객경험을 제공할 수 있을 것이다.

충성고객을 확보하는 선순환 구조



제3부
2019년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

KNPS
향상을 위한
제언 (계속)

재무 성과 측정에 고객추천지수를 활용하라

- ➔ 일반적으로 기업의 재무적 성과에는 경기상황, 경쟁구조 등 예측하기 어렵거나 통제하기 힘든 많은 요인들이 영향을 주게 된다. 이러한 환경에서 수익성 있는 성장이 필수적인 경영 현장에서는 오래전 부터 전사적, 장기적 관점의 효과적인 전략으로 ‘로열티(Loyalty) 경영’을 추진해 왔다. 그럼에도 불구하고, 많은 기업들이 고객 로열티를 제대로 측정하고 활용하기 위한 방안을 이해하거나 찾는 데 어려움을 호소하고 있다. 뿐만 아니라 재무적 성과와 연계하여 분석, 입증하는데 어려운 것이 현실이다. 이로 인해 로열티 향상을 위해 선행되어야 할 고객경험(Customer Experience)의 최적화에 대한 투자를 가로 막고 있는 악순환이 반복되고 있다.
- ➔ 글로벌화에 따른 산업계의 경쟁강도가 점점 높아지면서, 우리 회사의 제품/서비스가 고객에게 선택받을 수 있는가의 바로미터(barometer)로 고객추천지수에 대한 관심과 도입이 더 활발해지고 있다. 비록 많은 기업들이 고객만족도와 함께 추천 의향을 측정, 관리하고 있지만, 추천이나 소개와 같은 고객의 특정 행동과 기업의 재무적 성과의 상관관계와 선행지표로서의 설명력에 대한 체계적인 분석은 낮은 수준에 머물러 있다. 고객추천지수를 단순히 또 다른 평가 수단으로 쓰는 단계를 넘어, 미래 성장을 예측하고 향상 시키기 위한 경영혁신 Tool로 적극 활용해야 한다.
- ➔ 예를 들어, 적극추천 고객(Promoter)과 비추천 고객(Detractor)의 주요 결과지표(인당 수익성, 재구매율, 고객유지율, 교차판매율 등)와 연계 분석한다면 고객 구매행동에 대한 선행지표로서 활용될 수 있다. 또한 고객을 세분화하고 각 그룹(교차판매 가능층, 재구매 예상층, 이탈 예상층 등)에 제공할 가치를 전략적, 전술적으로 접근하기 위한 방향성을 도출할 수도 있을 것이다. 더 나아가 추천(또는 비추천) 행동에 따른 신규고객(또는 이탈고객)의 그 가치를 추적하여 산출함으로써, 고객로열티를 계량화하고 재무적 성과와 연계할 수 있는 현실적인 수단으로 적극 활용 할 수 있을 것이다. 이처럼 고객추천지수가 장기적인 성장을 위한 발판임을 수치적으로 확인할 수 있다면, 진정한 성장을 달성하는 열쇠가 될 것이다.

재무적 성과 향상을 위한 고객추천지수 활용방안

