



2022년 고객이 가장 추천하는 기업 (KNPS)

조사결과

KmAC

제1부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요

KNPS 정의

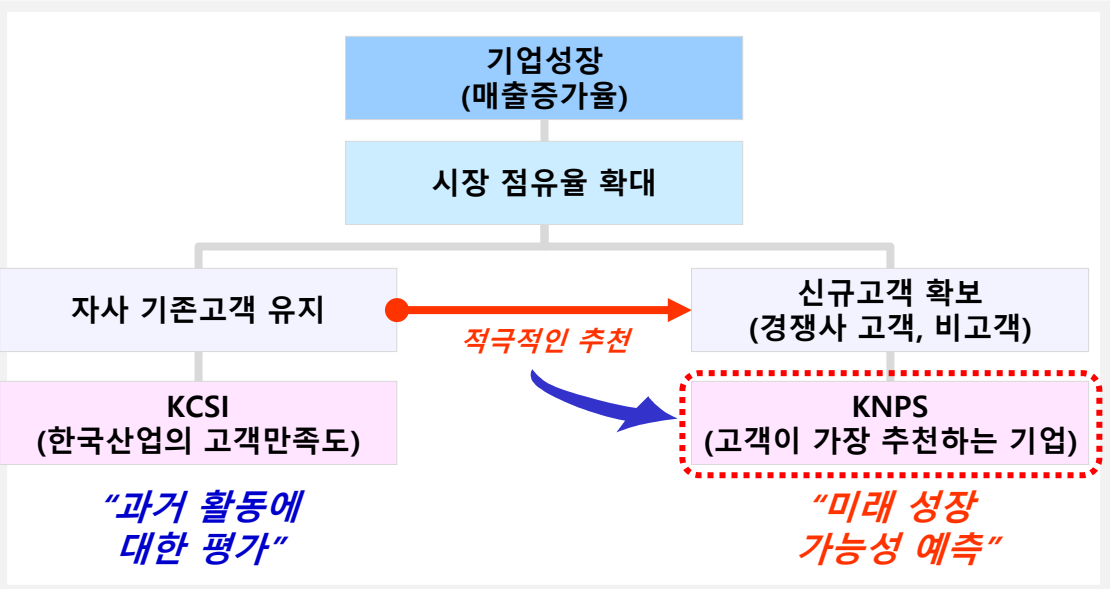
상품 또는 서비스에 대한 고객의 타인추천의향 정도를 조사하여 지수화

- 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

2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요

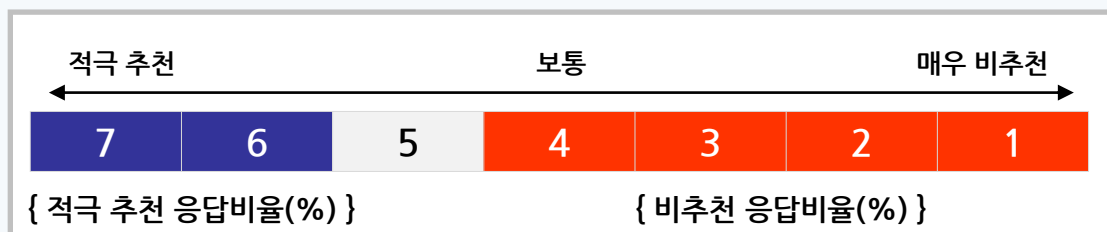
KNPS 측정 모델 및 분석 방법

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
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 조사
설계

약 4개월 간 11,000여 명의 고객들로부터 고객추천지수 측정

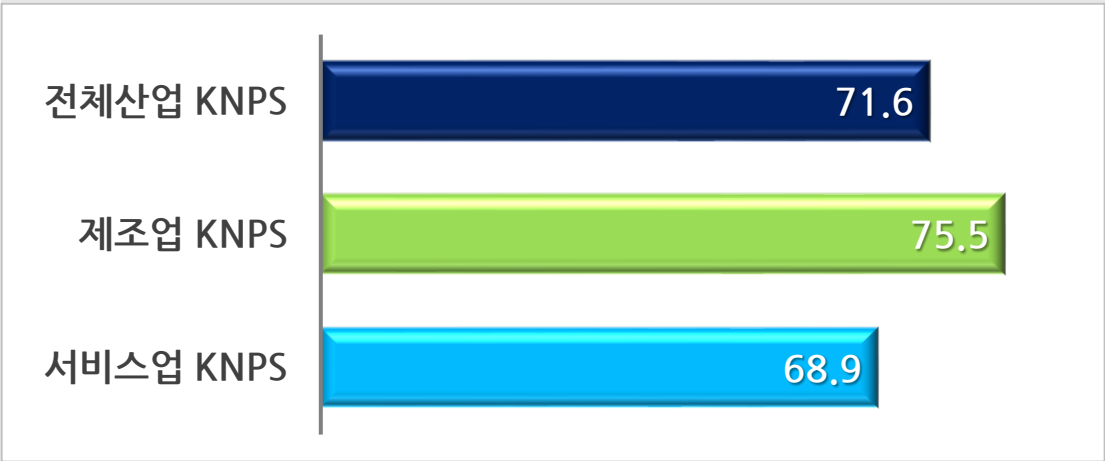
- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 11,055명
- 3) 표본추출방법 : 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/ 지역별 인구수, 성별을 고려한 할당
- 4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
- 5) 조사지역 : 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 남양주, 용인, 화성) 및 6대 광역시
- 6) 조사기간 : 2022년 4월 11일 ~ 8월 16일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 서비스업 등 총 107개 산업(366개 기업)

산업부문	2022년 KNPS 조사대상 산업
소비재 제조업 (24개)	1) 과자 2) <u>두부(신규)</u> 3) 맥주 4) 소주 5) 식용유 6) 아이스크림 7) 우유 8) 유산균발효 유 9) 음료 10) 전통장 11) 참치캔 12) 홍삼가공식품 13) 껌연형전자담배 14) 담배 15) 생리대 16) 샴푸 17) 세탁세제 18) 아웃도어의류 19) 여성내의 20) 여성용기초화장품 21) 제화 22) 주방세제 23) 치약 24) 화장지
내구재 제조업 (26개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 김치냉장고 3) 냉장고 4) 무선청소기 5) 사무용복합기(복 사기) 6) 세탁기 7) 식기세척기 8) 에어컨 9) <u>의류건조기(신규)</u> 10) 전기레인지 11) 전 기밥솥 12) 정수기 13) 헬스케어(안마의자) 14) 휴대폰(스마트폰) 15) PC 16) TV 17) 가정용가구 18) 가정용건축자재 19) 경형승용차 20) 보일러 21) 부엌가구 22) 블랙박 스 23) 승용차타이어 24) 일반승용차 25) 침대 26) RV승용차
일반 서비스업 (57개)	1) 간편결제서비스 2) 생명보험 3) 신용카드 4) 은행 5) 인터넷전문은행 6) 자동차보험 7) 장기보험 8) 저축은행 9) 증권 10) 체크카드 11) 대형마트 12) 대형서점 13) 대형슈 퍼마켓 14) 면세점 15) 배달앱 16) 백화점 17) <u>부동산플랫폼(신규)</u> 18) 숙박업 19) 스 크린골프 20) 영화관 21) 오픈마켓 22) <u>음원플랫폼(신규)</u> 23) 인터넷서점 24) 인터넷 쇼핑몰 25) 전자제품전문점 26) 제과/제빵점 27) <u>중고거래플랫폼(신규)</u> 28) <u>중고차플 랫폼(신규)</u> 29) 커피전문점 30) <u>패션온라인몰(자사몰)(신규)</u> 31) 패스트푸드점 32) 편 의점 33) 피자전문점 34) OTT서비스 35) TV홈쇼핑 36) T커머스 37) 검색포탈사이트 38) 국제전화 39) 내비게이션앱 40) 시내/시외전화 41) 이동전화 42) 인터넷전화 43) IPTV 44) 초고속인터넷 45) 고속버스 46) 렌터카 47) 무인경비 48) 아파트 49) 워터파 크 50) 저비용항공 51) 종합레저시설 52) 종합병원 53) 주유소 54) 카셰어링 55) 콘도 미니엄 56) 택배 57) 항공

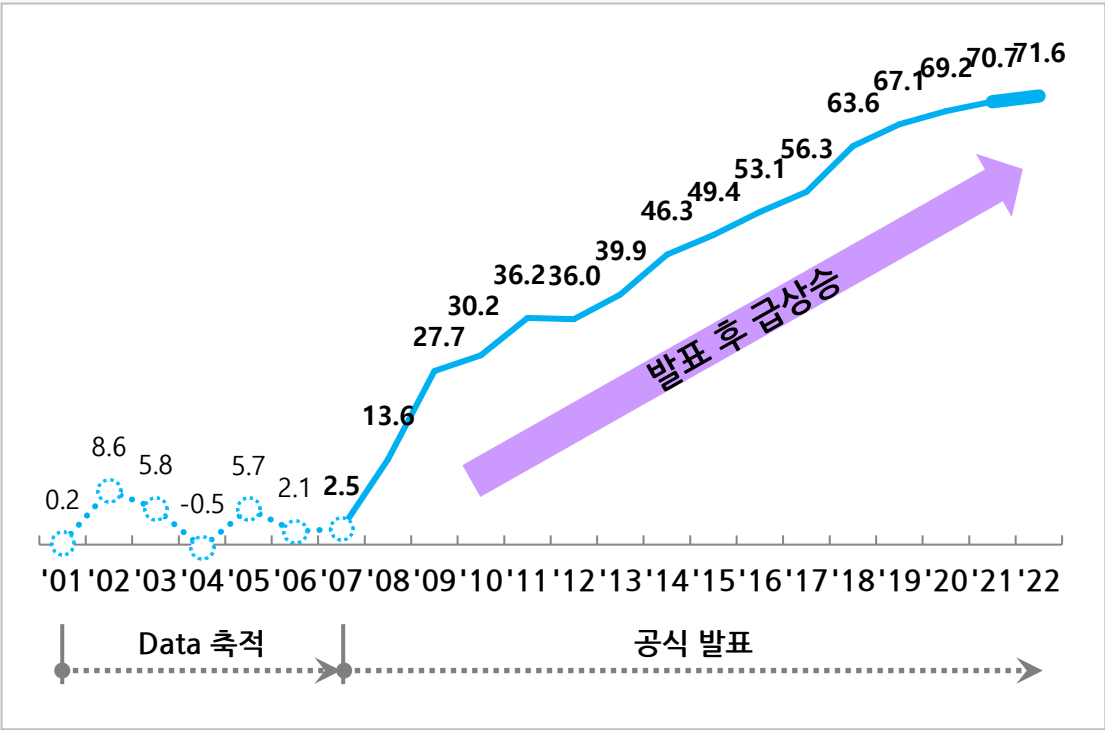
제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징

1) 2022년 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)



2) 2022년도 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수) 추이



제2부

2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

3) 2022년도 KNPS 특징 및 경향

전체 KNPS 지수는 전년 대비 0.9점 상승한 71.6점으로 11년 연속 상승

- 2022년도 KNPS 조사 결과, 산업 전체 KNPS 지수는 전년 대비 0.9점 상승한 71.6점을 기록했다. 2012년부터 11년 연속으로 상승세를 이어갔으나 상승폭에서는 최근 10년(평균 3.6점) 중 가장 낮게 나타났으며 지속적으로 상승폭의 추이가 둔화되고 있는 모습을 보였다.
- 제조업은 75.5점, 서비스업이 68.9점을 기록하며 여전히 제조업의 추천의향이 높게 나타났으며, 전년 대비 상승폭 역시 제조업이 높았다. 전년 대비 상승 비중의 경우, 내구재 제조업 26개 산업 중 77%가 상승하며 가장 높았고 서비스업은 57개 산업 중 68%가 상승한 반면, 소비재 제조업은 24개 산업 중 38%만이 상승을 보였다.
- 한편 KNPS 전체 지수 추이를 보면 2001년부터 2006년까지는 고객 추천 지수의 수준이 높지 않았으며, 심지어 음수(마이너스)를 기록한 해도 있었으나 KMAC에서 공식적으로 발표한 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.

소비심리 위축에도 고객경험 높이려는 산업 노력으로 KNPS 상승 이어가

- 올해 KNPS는 최근 국내외로 코로나 팬데믹(COVID-19)과 인플레이션 등을 겪으며 그간 기록해왔던 성장률에 비해 다소 둔화된 모습을 보였다. 고물가, 고금리 등 경기침체에 따른 소비심리 위축 역시 영향을 미쳤던 것으로 판단된다.
- 그럼에도 불구하고 KNPS 전체 지수가 상승세를 이어갈 수 있었던 이유는 현재의 시장환경과 변화하는 고객니즈를 읽고, 고객로열티를 높이기 위해 신속하게 환경을 분석하고 민첩하게 반응했던 각 기업의 다양한 노력이 반영된 것으로 볼 수 있다.
- 특히 제조업에서는 바쁜 현대인의 일상을 돕는 편리함, 가치소비에 초점을 맞춘 프리미엄 등을 반영한 제품들을 내놓으면서 시장에서 좋은 호응을 보였다. 또한 과거 제품품질에만 집중했던 것과는 달리 고객경험 향상에 높은 관심을 보였다. 서비스업에서는 사회적 거리두기의 완화로 오프라인 활동이 회복되는 모습을 보였다.
- 한편, 코로나 팬데믹 이후 언택트 환경과 비대면 서비스는 되돌릴 수 없는 대세가 되었다. 온라인 채널을 통한 제품/서비스 구매와 소통이 활발히 진행되면서 자기 경험을 공유하고 ‘추천’에 적극적인 경향을 보이고 있다. 특히 최근 소비주체로 부각되고 있는 MZ세대의 경우, 디지털 네이티브 답게 이러한 현상이 다른 세대로 지속 확산되면서 추천의 중요성은 높아질 것으로 보여 각 기업들에게는 더욱 긴밀한 관리와 대응이 요구되는 상황이다.

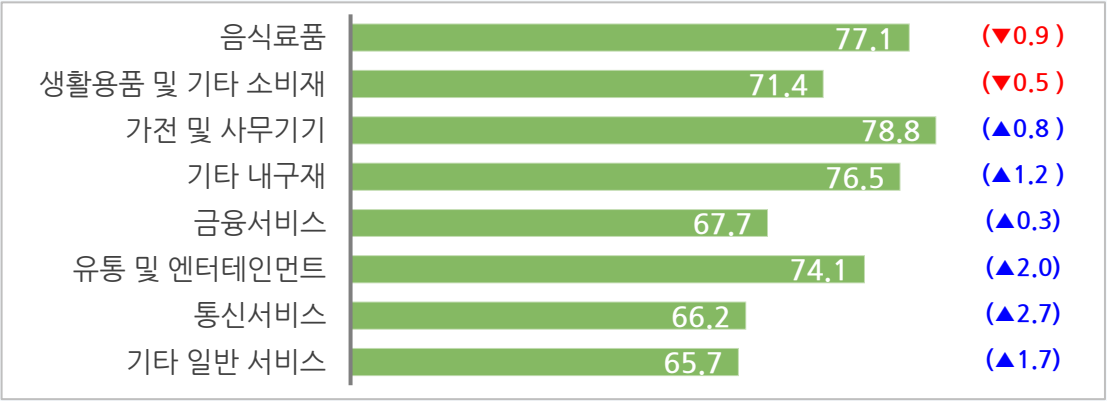
제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

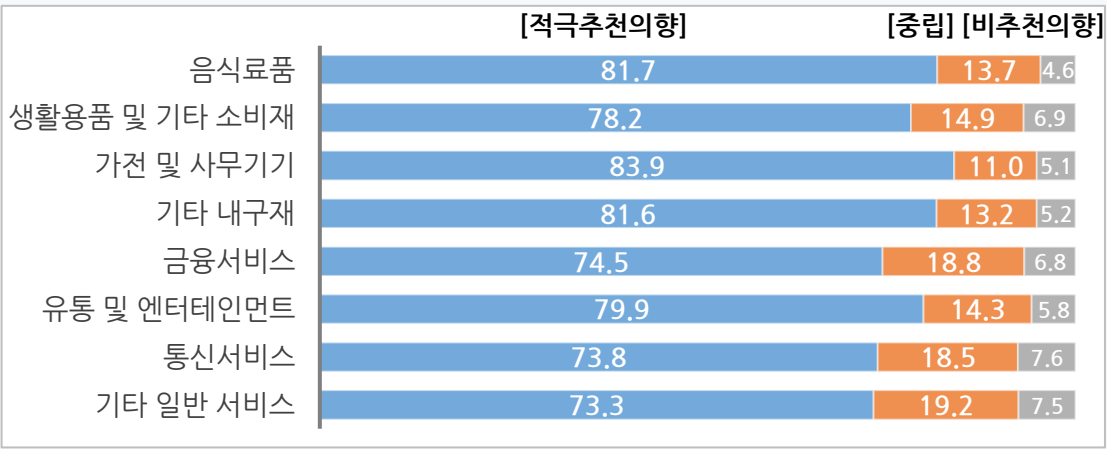
4) 분야별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)

① 분야별 KNPS 지수

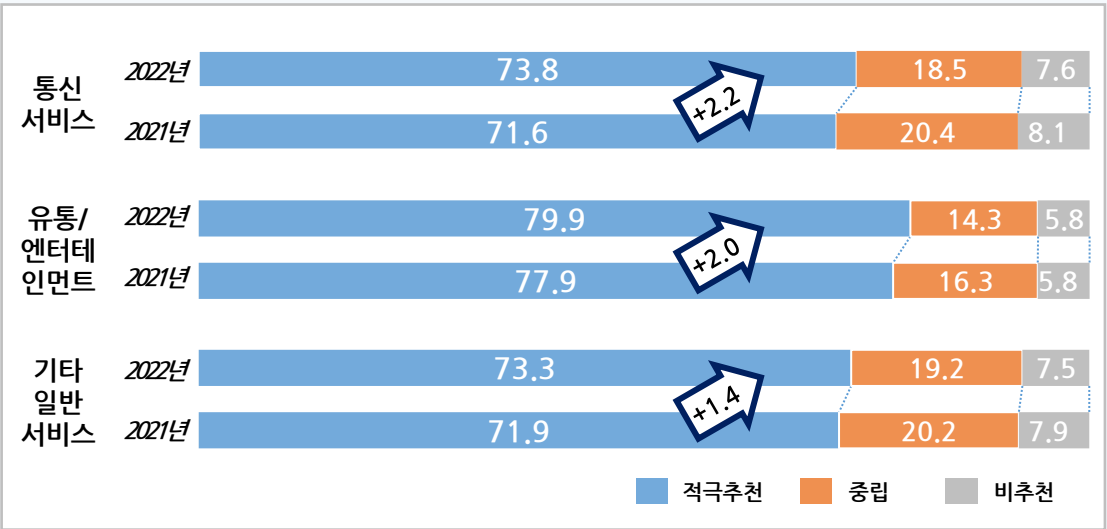
※ 괄호 안은 전년 대비 Gap



② 분야별 추천/비추천 비율



③ 전년 대비 적극추천 비율 상승폭 상위 3개 분야



제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

4) 분야별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)(계속)

제조업이 상대적으로 서비스업보다 추천지수 높게 나타나

- ▶ 산업 분야별 KNPS 지수에서는 제조업의 음식료품과 가전 및 사무기기가 70점 후반대의 높은 수준을 기록하며 산업 전체 KNPS를 이끌었다. 음식료품에서는 건강, 1인가구 관련 식문화 등의 트렌드가 반영된 제품 출시가 긍정적인 영향을 미쳤던 것으로 보인다. 다른 산업 대비 ‘적극추천의향’에서 가장 높은 비율을 보였던 가전/사무기기는 글로벌에서 입증된 품질과 더불어 편리함, 프리미엄 트렌드를 적극 반영한 제품 출시가 주효했던 것으로 판단된다.
- ▶ 반면, 서비스업은 유통/엔터테인먼트를 제외한 모든 산업군에서 60점 대의 상대적으로 낮은 추천도를 기록했다. 치열한 서비스업들의 경쟁과 함께 갈수록 산업 간의 경계가 더욱 모호해지면서 서비스 수준을 비교 및 평가하는 고객들의 눈높이가 높은 것으로 보인다. 특히 종합레저시설, 워터파크, 고속버스, 저비용항공 등 코로나19의 직접적인 영향을 받았던 산업이 다수 포함된 기타 일반 서비스는 회복하는 추이를 보였으나 여전히 낮은 추천을 기록한 것으로 조사결과 나타났다.

서비스업의 통신, 유통/엔터테인먼트 등에서 적극추천 비율 약진이 돋보여

- ▶ 전년 대비 추천/비추천 비율 증감을 살펴 봤을 때, 제조업과 서비스업 모두 대체적으로 중립 비율은 감소하고 적극추천 비율은 증가하는 모습을 보였다. 이 가운데 8개의 분야 중 통신서비스(▲2.2%p), 유통/엔터테인먼트(▲2.0%p), 기타 일반서비스(▲1.4%p) 등이 특히 적극 추천 의향 고객의 증가폭이 가장 큰 것으로 나타나 추천 고객 확보를 위한 기업들의 차별적 고객경험 제고 노력이 효과를 보인 것으로 판단된다.
- ▶ 세부적으로 통신서비스는 코로나 팬데믹 장기화에 따른 IPTV, 초고속인터넷 등의 수요 증가와 콘텐츠 및 품질향상이 적극추천 비율의 상승을 주도한 것으로 보인다. 유통 및 엔터테인먼트는 작년에 이어 인터넷쇼핑몰, 인터넷서점, TV홈쇼핑 등 비대면 서비스 혁신을 통해 언택트 시대를 선도하는 온라인 기반 산업들의 추천율 상승이 지속됐다. 기타 일반서비스는 그간 코로나19의 직접적인 영향으로 위축되었던 종합레저시설, 콘도미니엄, 고속버스, 항공 등의 수요가 회복되면서 고객들로부터 적극추천 상승에 영향을 미쳤던 것으로 풀이된다.

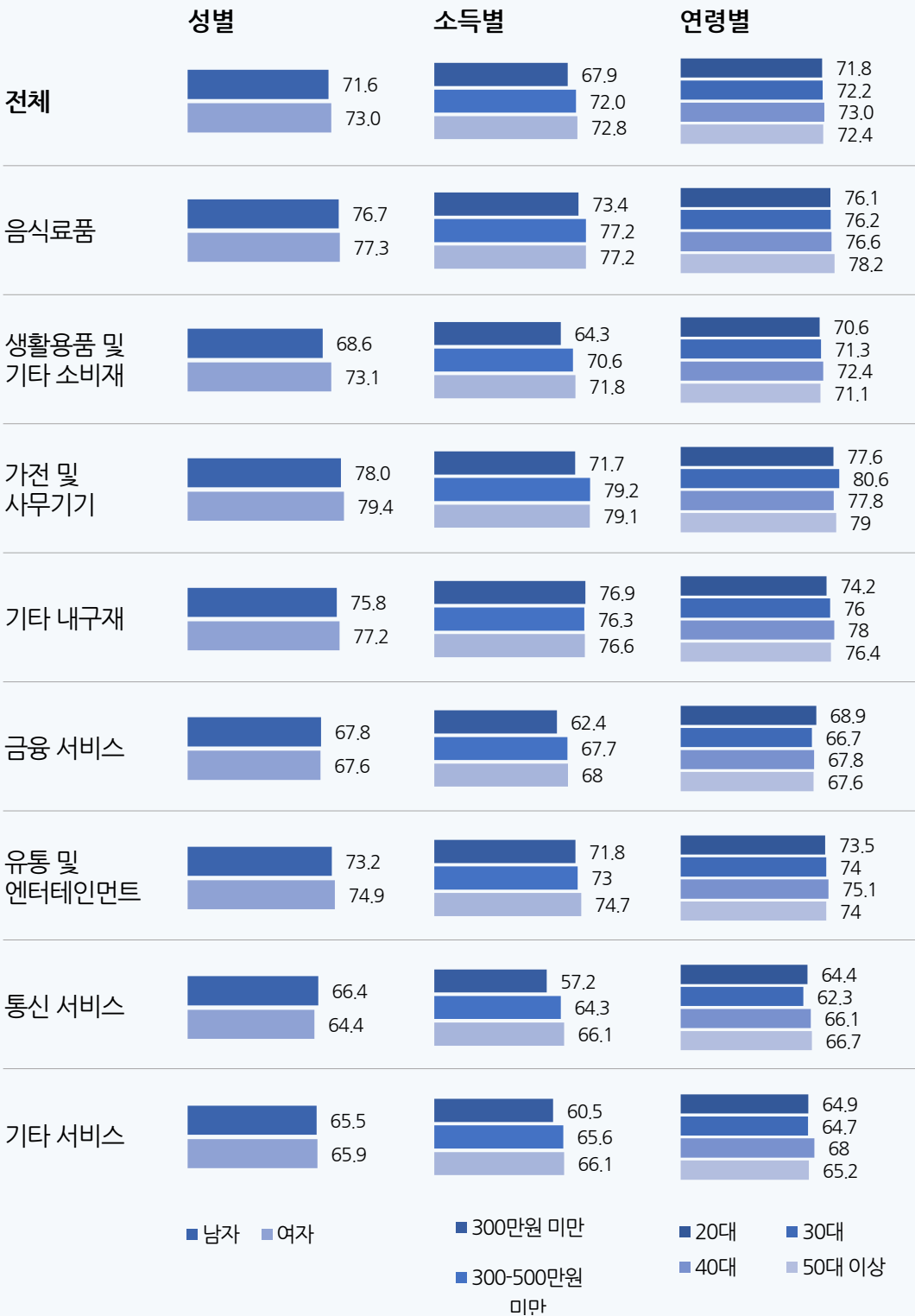
제2부

2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

4) 분야별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)(계속)

④ 응답자 특성별 KNPS 지수



제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

4) 분야별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)(계속)

여성, 고소득층, 연령이 높을수록 추천 의향도 높아

- KNPS 응답자 특성별 분석 결과, 성별로는 동일한 제품과 서비스를 경험하더라도 남성보다 여성의 추천지수가 높은 것으로 조사되었다. 상대적으로 감성적 측면이 크고, 소통과 관계를 중시하는 여성이 소비활동에서 주도적인 역할을 하면서 이들을 만족시키기 위한 기업들의 노력들이 반영된 결과라고 보여진다. 특히 여성이 주요 구매층인 생활용품 및 기타소비재의 경우, 그 차이가 더 두드러진 것으로 조사결과 나타났다. 다만, 서비스 이용에 있어 성능이나 속도 등의 세부 정보에 대한 고려한 통신 산업의 경우 남성의 추천지수가 더 높게 나타났다.
- 가구당 소득 기반의 분류에서도 특성이 드러났다. 가구당 월평균소득을 월 300만원 미만, 300~500만원 미만, 500만원 이상으로 구분했을 때, 고소득 집단일수록 추천지수도 증가하는 경향을 보였으며, 특히 300만원 미만의 집단과 타 집단 간에는 확연한 차이를 엿볼 수 있다. 임금수준이 낮은 소득자들은 새로운 상품과 서비스에 대한 경험이 적고, 고소득자들은 더 다양하고 수준 높은 상품과 서비스를 경험할 기회가 많아 추천의향도 높음을 유추할 수 있다. 제품이나 서비스를 향유할 수 있는 기회가 증가하면 같은 기업의 상품이나 서비스 중에서도 더 좋고 보다 다양한 기능을 가진 상품을 구매할 가능성이 높기 때문이다. 그 중에서도 특히 가전 및 사무기기는 최근 들어 일반 제품부터 프리미엄 제품까지 선택의 폭이 더욱 넓어진 고관여제품 산업에서 소득이 높아질수록 추천의향이 높게 나타났다.
- 연령별 분석을 보면, 연령이 높을수록 추천지수가 증가하는 경향을 보였다. 이는 소득과도 연관된다고 볼 수 있다. 나이가 들수록 소득이 높아지고 이를 바탕으로 안정적인 경제생활과 동시에 폭넓은 소비와 선택이 가능하기 때문이다. 다만 작년과 비교했을 때, 연령이 낮을수록 상승폭은 높았던 것으로 나타났다. 이는 최근 코로나 팬데믹으로 인해 디지털전환의 가속화 및 언택트 환경이 조성되면서 비대면채널 중심으로 디지털 기술을 활용한 서비스 제공이 강화되었고, 이에 보다 디지털환경에 익숙한 젊은 층일수록 다양한 경험을 접하여 추천 상승에도 영향을 미친 것으로 해석된다. 특히 금융서비스의 경우 20대의 추천이 가장 높았는데, 최근 투자에 관심이 높은 MZ세대를 대상으로 디지털 기반의 다양한 금융상품과 맞춤형 서비스가 높은 호응을 얻은 것으로 판단된다.

제2부

2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 주요
특징

1) 소비재 제조업의 KNPS 특징

소비재 전반으로 추천 하락 보인 가운데 트렌드, 고객니즈 읽은 산업에서 강세

- 소비재 제조업 부문에서는 홍삼가공식품, 아웃도어의류, 소주 등이 80점을 상회하는 높은 추천지수를 보이며 최상위권을 보였다.
- 건강에 대한 높은 관심이 지속되고 있는 가운데, MZ세대를 겨냥한 제품군 확대로 인기를 끌고 있는 홍삼가공식품이 88.1점으로 소비재 제조업을 선도했다. 뒤를 이어 아웃도어의류가 전년대비 큰 상승폭(▲3.6점)을 기록하며 84.6점으로 나타났다. 코로나19의 여파로 등산 및 캠핑족 증가에 따른 제품 출시가 주효했던 것으로 보인다. 또한 프리미엄 고품질 제품을 내놓으며 시장으로부터 인기를 끌고 있는 소주(83.3점) 역시 작년대비 3.1점 상승하며 상위권을 기록했다.
- 반면, 담배는 51.2점을 기록하며 전년과 변동없이 가장 낮은 추천을 보였고, 국내외 인플레이션의 영향으로 다수의 소비재 제품에서 하락을 기록한 것으로 조사되었다.

소비재(제조업) 산업별 KNPS

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap

홍삼가공식품	88.1	(▽1.2)	전통장	74.5	(▽2.1)
아웃도어의류	84.6	(▲3.6)	우유	74.5	(▽1.8)
소주	83.3	(▲3.1)	아이스크림	73.4	(▲1.1)
참치캔	79.1	(▽2.1)	음료	70.4	(▽2.5)
화장지	78.5	(▲0.7)	두부	69.9	신규발표
생리대	78.5	(▽1.9)	샴푸	69.3	(▽1.2)
주방세제	78.2	(▽2.9)	세탁세제	68.8	(▽2.5)
맥주	78.0	(▽0.5)	과자	68.5	(▽1.2)
식용유	76.8	(▲3.1)	제화	66.7	(▲1.3)
유산균발효유	76.2	(▲1.3)	퀵런형 전자담배	64.1	(▲2.3)
여성내의	75.2	(▽1.6)	치약	61.3	(▲1.2)
여성용기초화장품	75.0	(▽1.8)	담배	51.2	(▽0.4)

제2부

2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 주요
특징 (계속)

2) 내구재 제조업의 KNPS 특징

편리성·프리미엄의 생활가전, 레저의 RV승용차에서 추천 높아

- ▶ 내구재 제조업에서는 생활가전 및 자동차 산업이 80점 대 중후반의 높은 수준을 보이며 상위권에 올랐다. 산업별로는 냉장고(89.9), TV(89.8), 세탁기(88.1) 등의 추천지수가 높았다. 생활가전에서는 편의성과 프리미엄에 초점을 맞춘 제품이 많은 인기를 끌었다.
- ▶ RV승용차 역시 전년대비 0.5점 상승한 87.0점으로 상위권을 차지했다. 차박, 캠핑 등 레저활동을 선호하는 소비자가 늘고 넉넉한 공간에 실용성을 갖춘 차량이 출시되고 있는 점에서 높은 고객추천을 보인 것으로 풀이된다.
- ▶ 그 밖에도 사무용복합기(복사기), 승용차타이어 등은 전년 대비 3점 이상 큰 상승폭을 보이며 두각을 나타냈고, 최근 가정에서 생활필수품으로 자리잡은 의류건조기 산업은 올해 KNPS 첫 발표에서 84.1점을 기록하며 고객들로부터 높은 추천을 받은 것으로 조사결과 드러났다.

내구재(제조업) 산업별 KNPS

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap

냉장고	89.9	(▲1.8)	보일러	80.6	(▲1.3)
TV	89.8	(▲0.5)	무선청소기	77.9	(▲0.3)
세탁기	88.1	(▲0.6)	가정용건축자재	76.2	(▲2.1)
RV승용차	87.0	(▲0.5)	전기레인지	75.3	(▲0.8)
에어컨	86.8	(▲0.3)	블랙박스	74.3	(▲0.4)
휴대폰(스마트폰)	84.8	(▲0.4)	경형승용차	72.7	(▲1.1)
부엌가구	84.2	(▲2.6)	헬스케어(안마의자)	71.9	(▽1.5)
의류건조기	84.1	신규발표	전기밥솥	71.0	(±0.0)
김치냉장고	83.2	(▽0.7)	정수기	70.6	(▲2.4)
가정용가구	82.3	(▽0.8)	사무용복합기(복사기)	66.6	(▲3.9)
일반승용차	82.1	(▲2.1)	승용차타이어	65.1	(▲3.6)
PC	81.5	(▲1.9)	침대	60.6	(▲2.0)
식기세척기	81.5	(▲1.0)	가정용복합기(프린터)	53.5	(▽0.2)

제2부

2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 주요
특징 (계속)

3) 서비스업의 KNPS 특징

고객경험 강화한 유통이 상위권 차지... 플랫폼 산업도 기대감 높여

- 서비스업에서는 인터넷쇼핑몰, 전자제품전문점, 인터넷서점, 대형서점, TV홈쇼핑 등 온·오프라인 유통이 80점 이상을 기록하며 추천지수 상위권을 차지했다.
- 인터넷쇼핑몰(84.4), 인터넷서점(83.3), TV홈쇼핑(82.6) 등 코로나 팬데믹으로 강세를 보였던 온라인 유통이 전년대비 상승과 동시에 여전히 높은 추천을 기록했다. 오프라인에서는 대형서점(83.1)이 전년대비 소폭 상승하며 역시 상위권을 유지했다. 금융에서는 체크카드(76.5), 은행(75.4), 자동차보험(74.5) 등의 순으로 나타났다.
- 그 밖에 코로나19로 위축되었던 종합레저시설(73.7)은 전년 대비 5.2점 큰 폭의 상승을 기록하며 회복세를 보였고, 올해 신규로 발표한 플랫폼 산업(패션온라인몰, 음원, 부동산, 중고차, 중고거래 등)은 서비스업 중상위 수준을 보이며 기대를 높였다.

서비스업 산업별 KNPS					
			※ 괄호 안은 전년 대비 Gap		
인터넷쇼핑몰	84.4	(▲1.8)	IPTV	69.4	(▲3.4)
전자제품전문점	84.0	(▽1.0)	중고거래플랫폼	69.2	신규발표
인터넷서점	83.3	(±0.0)	배달앱	67.6	(▲1.0)
대형서점	83.1	(▲0.8)	이동전화	67.3	(▲1.8)
TV홈쇼핑	82.6	(▲5.1)	인터넷전문은행	67.1	(▲1.3)
오픈마켓	82.3	(▲3.6)	주유소	66.6	(▽0.1)
피자전문점	81.4	(▲0.8)	편의점	66.6	(▲0.7)
스크린골프	80.6	(▽1.7)	커피전문점	66.5	(▲2.2)
패션온라인몰	78.0	신규발표	스키장	66.2	-
음원플랫폼	77.9	신규발표	콘도미니엄	65.5	(▲2.1)
부동산플랫폼	77.5	신규발표	택배/소포	65.1	(▽1.0)
제과·제빵점	76.8	(▲0.8)	대형슈퍼마켓	64.7	(▽2.5)
영화관	76.7	(▽0.3)	신용카드	63.6	(▲0.8)
체크카드	76.5	(▲0.5)	고속버스	63.5	(▲2.1)
내비게이션앱	75.7	(▲2.3)	검색포탈사이트	62.9	(▲3.1)
은행	75.4	(▲2.4)	무인경비	62.4	(▲1.4)
T커머스	74.8	(▲2.9)	국제전화	61.6	(▲3.4)
자동차보험	74.5	(▲0.9)	숙박앱	61.6	(▲3.8)
면세점	74.3	-	항공	61.1	(▲1.2)
렌터카	74.2	(▲1.0)	생명보험	60.9	(▲2.3)
백화점	74.0	(▲0.5)	패스트푸드점	60.8	(▽1.7)
종합레저시설	73.7	(▲5.2)	종합병원	60.2	(▲1.3)
간편결제서비스	73.5	(▲1.1)	저비용항공	60.1	(▲1.1)
워터파크	71.7	(▲0.9)	시내·시외전화	58.2	(▲2.0)
장기보험	71.4	(▲0.9)	대형마트	56.7	(▽3.0)
초고속인터넷	70.4	(▲2.2)	증권	56.3	(▲0.9)
OTT서비스	70.4	(▲2.2)	인터넷전화	53.3	(▲1.4)
아파트	70.0	신규발표	저축은행	48.3	(▽0.5)
중고차플랫폼	69.7	신규발표			

제2부

2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 특징

1) 전년 대비 1위 변동 산업

총 18개 산업에서 2021년도 대비 KNPS 1위 기업 변동 나타나

- 2022년 KNPS 조사결과 총 18개 산업에서 지난 2021년 대비 KNPS 1위 기업에 변동이 있는 것으로 나타났다. 신규발표를 제외한 기존산업 중 1위 기업 변동률은 18%로써 최근 3년 동안 지속적으로 증가(20년 10%, 21년 14%)를 기록했다.
- 산업군별로 살펴보면, 소비재에서는 비교적 잦은 1위 변동을 보이며 치열한 고객추천 경쟁을 드러냈다. 과자(오리온), 전통장(대상(청정원)), 담배(KT&G), 세탁세제(라이온코리아) 등이 대표적 산업으로 2007년 발표 이후 잦은 1위 변동을 보였다. 반면 제화에서는 금강제화를 제치고 탤디가 처음으로 1위에 올랐다.
- 내구재에서는 무선청소기, 세탁기, 식기세척기 등 3개 산업에서 LG전자가 1위를 차지했다. 경형승용차는 기아가 '13년 이후 처음으로 KNPS 1위를 기록했다.
- 서비스업 역시 경쟁이 치열했다. 저축은행(SBI저축은행), OTT서비스(넷플릭스), TV홈쇼핑(현대홈쇼핑), T커머스(KT알파 쇼핑), 대형슈퍼마켓(GS THE FRESH), 전자제품전문점(삼성디지털프라자), 편의점(GS25), 고속버스(금호고속), 택배/소포(우체국소포) 등이 열띤 경쟁 끝에 1위 기업의 변동이 나타난 것으로 조사결과 드러났다.

2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 변동 기업

	산업명	2022년 KNPS 1위 기업	2021년 KNPS 1위 기업
제조업 (9개)	과자	오리온	크라운제과
	전통장	대상(청정원)	CJ제일제당(해찬들)
	담배	KT&G	한국필립모리스(말보로)
	세탁세제	라이온코리아	LG생활건강
	제화	탤디	금강제화
	무선청소기	LG전자	삼성전자
	세탁기	LG전자	삼성전자
	식기세척기	LG전자	SK매직
	경형승용차	기아	한국지엠
서비스업 (9개)	저축은행	SBI저축은행	애큐온저축은행
	OTT서비스	넷플릭스	Seezn(시즌)
	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	롯데홈쇼핑
	T커머스	KT알파 쇼핑(구 K쇼핑)	SK스토아
	대형슈퍼마켓	GS THE FRESH	홈플러스 익스프레스
	전자제품전문점	삼성디지털프라자	롯데하이마트
	편의점	GS25	CU
	고속버스	금호고속	중앙고속
	택배/소포	우체국소포	CJ대한통운

제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 특징
(계속)

2) 16년 연속 KNPS 1위 기업

총 15개 산업(12개 기업)에서 KNPS 16년 연속 1위 유지

- 치열한 경쟁 속에서도 16년을 맞은 KNPS에서 16년 동안 줄곧 고객들로부터 최고의 추천을 받은 산업은 소비재 2개, 내구재 7개 및 서비스업 6개 산업으로 나타나 총 15개 산업으로 집계되었으며, 기업수로는 12개 기업인 것으로 나타났다.
- 16년 연속 1위가 유지된 산업은 소비재 제조업의 약 8%, 내구재 제조업의 약 27%, 서비스업의 약 11%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 16년 연속 1위 기업

산 업		15년 연속 1위 기업
소비재 (2개 산업/ 2개 기업)	참치캔	동원F&B(동원참치)
	화장지	유한킴벌리
내구재 (7개 산업/ 4개 기업)	에어컨	LG전자
	휴대폰(스마트폰)	삼성전자
	PC	삼성전자
	TV	삼성전자
	부엌가구	한샘
	일반승용차	현대자동차
	RV승용차	현대자동차
서비스업 (6개 산업/ 6개 기업)	생명보험	삼성생명
	대형서점	교보문고
	검색포털사이트	Naver(네이버)
	시내·시외전화	KT
	이동전화	SK텔레콤
	종합레저시설	에버랜드

제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 특징
(계속)

3) 복수 산업 KNPS 1위 기업

삼성전자 6개, LG전자 4개 부문 1위 등 16개 기업이 복수 산업 1위 기록

- 삼성전자는 김치냉장고, 냉장고, 전자제품전문점, 휴대폰(스마트폰), PC, TV 등 6개 산업에서, LG전자는 무선청소기, 세탁기, 식기세척기, 에어컨 등 4개 산업에서 KNPS가 가장 높은 것으로 나타나 고객충성도 선도 기업으로서 올해에도 많은 산업에서 고객들의 추천을 받은 것으로 나타났다.
- 그 뒤를 이어 삼성물산이 아파트, 워터파크, 종합레저시설 등 3개 산업 1위를 기록했고 GS리테일(대형슈퍼마켓, 편의점), KT(시내/시외전화, 인터넷전화), LG생활건강(삼푸, 치약), SK브로드밴드(초고속인터넷, IPTV), 라이온코리아(세탁세제, 주방세제), 롯데GRS(패스트푸드점, 커피전문점), 삼성화재(자동차보험, 장기보험), 유한킴벌리(생리대, 화장지), 캐논코리아(프린터, 복사기), 코웨이(정수기, 침대), 한샘(가정용 가구, 부엌 가구), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), 현대홈쇼핑(TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰) 등이 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 복수산업 1위 기업

기업명	2022년 KNPS 1위 산업	비고
삼성전자	김치냉장고, 냉장고, 전자제품전문점, 휴대폰(스마트폰), PC, TV	6개 산업
LG전자	무선청소기, 세탁기, 식기세척기, 에어컨	4개 산업
삼성물산	아파트, 워터파크, 종합레저시설	3개 산업
GS리테일	대형슈퍼마켓, 편의점	2개 산업
KT	시내/시외전화, 인터넷전화	
LG생활건강	삼푸, 치약	
SK브로드밴드	초고속인터넷, IPTV	
라이온코리아	세탁세제, 주방세제	
롯데GRS	패스트푸드점, 커피전문점	
삼성화재	자동차보험, 장기보험	
유한킴벌리	생리대, 화장지	
캐논코리아	가정용복합기(프린터), 사무용복합기(복사기)	
코웨이	정수기, 침대	
한샘	가정용가구, 부엌가구	
현대자동차	일반승용차, RV승용차	
현대홈쇼핑	TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰	

제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위 횟수
1	과자	오리온	오리온(71.5), 해태제과식품(68.9), 롯데제과(68.0), 크라운제과(66.2)	'21년 1위 : 크라운제과
2	두부	풀무원식품	풀무원식품(72.6), 대상(72.1), CJ제일제당(65.2)	신규조사
3	맥주	하이트진로	하이트진로(80.9), OB맥주(카스포함)(79.1), 롯데칠성음료(72.0)	4년 연속 1위
4	소주	금복주	금복주(86.2), 롯데칠성음료(처음처럼)(83.3), 하이트진로(참이슬)(82.8), 무학(79.7)	6년 연속 1위
5	식용유	사조대림(해표)	사조대림(해표)(77.7), CJ제일제당(백설)(75.7)	10년 연속 1위
6	아이스크림	빙그레	빙그레(77.5), 해태아이스크림(72.9), 롯데제과(69.8)	15년 연속 1위
7	우유	서울우유	서울우유(78.6), 매일유업(76.3), 남양유업(64.5)	15년 연속 1위
8	유산균발효유	hy	hy(77.4), 매일유업(75.9), 남양유업(73.9)	10년 연속 1위
9	음료	동아오츠카	동아오츠카(73.7), 한국코카콜라(71.0), 롯데칠성음료(67.1)	8년 연속 1위
10	전통장	대상(청정원)	대상(청정원)(77.1), CJ제일제당(해찬들)(72.6)	'21년 1위 : CJ제일제당(해찬들)
11	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(81.8), 사조산업(사조참치)(75.5), 오투기(오투기참치)(72.9)	16년 연속 1위
12	홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)	한국인삼공사(정관장)(92.6), 지씨바이오(참다한홍삼)(83.5), 농협홍삼(한삼인)(82.3)	10년 연속 1위
13	궐련형 전자담배	한국필립모리스(아이코스)	한국필립모리스(아이코스)(68.2), BAT로스만스(글로)(64.8), KT&G(릴)(61.0)	3년 연속 1위
14	담배	KT&G	KT&G(51.9), 한국필립모리스(말보로)(51.2), BAT로스만스(던힐)(50.3)	'21년 1위 : 한국필립모리스(말보로)
15	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(85.1), 깨끗한나라(81.9), LG유니참(72.6)	11년 연속 1위

제2부
2022년 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(72.5), 애경산업(71.2), 아모레퍼시픽(69.0), 한국P&G(69.0), 유니레버코리아(62.5)	4년 연속 1위
17	세탁세제	라이온코리아	라이온코리아(72.4), 헨켈코리아(68.4), LG생활건강(66.9), 애경산업(66.2)	'21년 1위 : LG생활건강
18	아웃도어의류	노스페이스	노스페이스(87.3), 네파(85.8), K2(85.6), 코오롱스포츠(84.0), 블랙야크(80.9)	7년 연속 1위
19	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(77.8), 비비안(73.0)	12년 연속 1위
20	여성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(75.8), LG생활건강(73.7)	2년 연속 1위
21	제화	탠디	탠디(70.1), 금강제화(69.0), 소다(67.9), 에스콰이아(61.5)	'21년 1위 : 금강제화
22	주방세제	라이온코리아	라이온코리아(84.3), LG생활건강(79.7), 애경산업(72.6)	12년 연속 1위
23	치약	LG생활건강	LG생활건강(62.6), 아모레퍼시픽(61.2), 애경산업(59.9)	5년 연속 1위
24	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(79.5), 모나리자(78.3), 깨끗한나라(77.5)	16년 연속 1위

제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

2) 내구재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위 횟수
1	PC	삼성전자	삼성전자(85.1), LG전자(79.0), 한국HP(77.2)	16년 연속 1위
2	TV	삼성전자	삼성전자(90.2), LG전자(89.4)	16년 연속 1위
3	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아	캐논코리아(58.5), 한국HP(51.3), 한국엡손 (47.7)	6년 연속 1위
4	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(85.7), LG전자(83.2), 위니아(78.9)	12년 연속 1위
5	냉장고	삼성전자	삼성전자(92.7), LG전자(86.9)	4년 연속 1위
6	무선청소기	LG전자	LG전자(79.0), 삼성전자(78.5), 다이슨코리아 (75.8)	'21년 1위 : 삼성전자
7	사무용복합기 (복사기)	캐논코리아	캐논코리아(68.1), 한국후지필름비즈니스이노 베이션(67.4), 신도리코(64.2)	9년 연속 1위
8	세탁기	LG전자	LG전자(88.4), 삼성전자(87.9)	'21년 1위 : 삼성전자
9	식기세척기	LG전자	LG전자(81.7), SK매직(81.2)	'21년 1위 : SK매직
10	에어컨	LG전자	LG전자(90.1), 삼성전자(88.8), 위니아(83.9), 오텍캐리어(76.1)	16년 연속 1위
11	의류건조기	삼성전자	삼성전자(84.6), LG전자(83.7)	신규조사
12	전기레인지	SK매직	SK매직(80.0), LG전자(74.1), 쿠쿠전자(73.8), 쿠첸(70.2)	5년 연속 1위
13	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(72.7), 쿠첸(67.3)	11년 연속 1위
14	정수기	코웨이	코웨이(72.7), SK매직(70.8), LG전자(70.2), 청호나이스(67.8), 쿠쿠전자(66.4)	6년 연속 1위
15	헬스케어 (안마의자)	바디프랜드	바디프랜드(74.2), 휴테크(73.3), 코지마(66.6)	3년 연속 1위

제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

2) 내구재 제조업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위 횟수
16	휴대폰 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(85.2), 애플(아이폰)(83.6)	16년 연속 1위
17	RV승용차	현대자동차	현대자동차(90.0), 기아(87.6), 쌍용자동차 (81.2)	16년 연속 1위
18	가정용가구	한샘	한샘(88.0), 현대리바트(81.4), 신세계까사 (79.9), 에몬스가구(79.8)	8년 연속 1위
19	가정용건축자재	LX하우시스	LX하우시스(78.4), 현대L&C(77.0), KCC(73.2)	2년 연속 1위
20	경형승용차	기아	기아(72.9), 한국지엠(72.4)	'21년 1위 : 한국지엠
21	보일러	린나이코리아	린나이코리아(83.7), 경동나비엔(81.4), 귀뚜라 미(76.8)	15년 연속 1위
22	부엌가구	한샘	한샘(85.5), 에넥스(82.5)	16년 연속 1위
23	블랙박스	팅크웨어 (아이나비)	팅크웨어(아이나비)(77.5), 더 미동(유라이 브)(74.8), 아이트로닉스(아이패스블랙)(73.9), 파인디지털(파인뷰)(69.5)	7년 연속 1위
24	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(67.3), 한국타이어(65.5), 넥센타이 어(61.0)	15년 연속 1위
25	일반승용차	현대자동차	현대자동차(86.4), 기아(81.3), 르노코리아자 동차(77.8), 한국지엠(76.5)	16년 연속 1위
26	침대	코웨이	코웨이(63.2), 에이스침대(60.3), 시몬스(58.6)	2년 연속 1위

제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
1	간편결제서비스	카카오페이	카카오페이(79.3), 삼성페이(74.4), 네이버페이(74.2), 페이코(63.5)	2년 연속 1위
2	생명보험	삼성생명	삼성생명(63.2), 한화생명(60.6), 교보생명(58.3)	16년 연속 1위
3	신용카드	신한카드	신한카드(67.4), 삼성카드(65.4), KB국민카드(64.9), 현대카드(62.8), 우리카드(59.9), 롯데카드(58.8), BC카드(57.9), NH농협카드(57.3)	13년 연속 1위
4	은행	신한은행	신한은행(79.7), KB국민은행(76.4), 하나은행(74.0), IBK기업은행(72.9), 우리은행(71.8), NH농협은행(71.1)	9년 연속 1위
5	인터넷전문은행	카카오뱅크	카카오뱅크(69.4), K뱅크(62.7)	2년 연속 1위
6	자동차보험	삼성화재	삼성화재(78.4), 현대해상(75.9), KB손해보험(74.2), DB손해보험(70.9), 메리츠화재(68.7)	13년 연속 1위
7	장기보험	삼성화재	삼성화재(74.8), 현대해상(72.4), KB손해보험(70.5), DB손해보험(69.5), 메리츠화재(66.1)	12년 연속 1위
8	저축은행	SBI저축은행	SBI저축은행(50.7), 애규온저축은행(49.6), 웰컴저축은행(46.4), OK저축은행(46.2)	'21년 1위 : 애규온저축은행
9	증권	삼성증권	삼성증권(60.7), KB증권(57.0), 미래에셋증권(55.5), NH투자증권(54.9), 한국투자증권(54.6), 신한투자증권(53.3)	4년 연속 1위
10	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(80.0), 신한카드(78.1), NH농협카드(75.9), 우리카드(73.7), BC카드(72.7)	5년 연속 1위
11	OTT서비스	넷플릭스	넷플릭스(72.6), 티빙(71.6), 웨이브(68.2), 왓챠(67.2), U+모바일tv(63.0)	'21년 1위 : Seezn(시즌)
12	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(87.5), 롯데홈쇼핑(82.6), GS SHOP(81.5), NS홈쇼핑(81.3), 홈앤쇼핑(80.2), CJ온스타일(80.2)	'21년 1위 : 롯데홈쇼핑
13	T커머스	KT알파 쇼핑(구 K쇼핑)	KT알파 쇼핑(구 K쇼핑)(79.6), SK스토아(75.9), 신세계TV쇼핑(68.7)	'21년 1위 : SK스토아
14	대형마트	홈플러스	홈플러스(58.1), 이마트(56.5), 롯데마트(55.7)	8년 연속 1위
15	대형서점	교보문고	교보문고(83.2), 영풍문고(82.9)	16년 연속 1위

제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
16	대형슈퍼마켓	GS THE FRESH	GS THE FRESH(68.5), 이마트 에브리데이(64.2), 홈플러스 익스프레스(63.8), 롯데슈퍼(61.1)	'21년 1위 : 홈플러스 익스프레스
17	면세점	신라면세점	신라면세점(79.1), 롯데면세점(71.5)	8년 연속 1위 ('20, '21 미발표)
18	배달앱	배달의민족	배달의민족(69.0), 요기요(68.1), 쿠팡이츠(65.5)	4년 연속 1위
19	백화점	현대백화점	현대백화점(78.7), 신세계백화점(75.1), 롯데백화점(70.0)	9년 연속 1위
20	부동산플랫폼	KB부동산	KB부동산(81.3), 호갱노노(79.8), 네이버부동산(78.0), 직방(76.8), 다방(73.2)	신규조사
21	숙박앱	야놀자	야놀자(64.5), 여기어때(57.8)	4년 연속 1위
22	스크린골프	골프존	골프존(88.9), 카카오VX(76.3), SG골프(74.9)	4년 연속 1위
23	영화관	롯데시네마	롯데시네마(78.8), CJ CGV(78.4), 메가박스(73.2)	10년 연속 1위
24	오픈마켓	11번가	11번가(85.9), 옥션(82.3), G마켓(78.3)	4년 연속 1위
25	음원플랫폼	멜론	멜론(81.1), 유튜브뮤직(77.1), 지니뮤직(77.0), 플로(76.7), 바이브(73.1)	신규조사
26	인터넷서점	알라딘	알라딘(85.5), 인터넷교보문고(83.6), YES24(83.0), 인터파크도서(80.5)	2년 연속 1위
27	인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑 (Hmall)	현대홈쇼핑(Hmall)(87.6), 롯데ON(85.6), GS 리테일(GS SHOP)(84.9), CJ ENM (CJ온스타일)(82.6), SSG닷컴(80.2)	3년 연속 1위
28	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(86.6), 롯데하이마트(84.3), LG전자 베스트샵(83.0), 전자랜드(79.0)	'21년 1위 : 롯데하이마트
29	제과·제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(77.1), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(76.1)	13년 연속 1위
30	중고거래플랫폼	당근마켓	당근마켓(71.1), 번개장터(66.8), 중고나라(65.4)	신규조사

제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
31	중고차플랫폼	KB차차차	KB차차차(75.9), 케이카(71.4), 보배드림(70.2), 엔카(61.7)	신규조사
32	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(70.2), 스타벅스(67.6), 할리스(67.1), 투썸플레이스(65.4), 이디야(64.5), 커피빈(62.5)	2년 연속 1위
33	패션온라인몰(자사몰)	SSF SHOP	SSF SHOP(83.0), S.I.VILLAGE(80.0), KOLON MALL(76.7), Lfmall(75.4), 더한섬닷컴(74.1)	신규조사
34	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(63.4), 버거킹(61.5), 맘스터치(61.2), KFC(59.2), 맥도날드(58.5)	6년 연속 1위
35	편의점	GS25	GS25(69.8), CU(68.8), 이마트24(65.5), 세븐일레븐(63.7), 미니스톱(61.5)	'21년 1위 : CU
36	피자전문점	도미노피자	도미노피자(86.4), 피자헛(80.0), 미스터피자(75.9)	10년 연속 1위
37	IPTV	SK브로드밴드	SK브로드밴드(71.9), KT(69.8), LG유플러스(64.7)	2년 연속 1위
38	검색포탈사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(63.8), 카카오(다음)(58.9)	16년 연속 1위
39	국제전화	SK텔링크(00700)	SK텔링크(00700)(65.4), KT(001)(61.3), LG유플러스(002)(55.3)	8년 연속 1위
40	내비게이션앱	티맵(TMAP)	티맵(TMAP)(79.4), 카카오내비(75.0), 네이버지도(72.1)	4년 연속 1위
41	시내·시외전화	KT	KT(58.7), SK브로드밴드(57.5)	16년 연속 1위
42	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(71.8), KT(66.7), LG유플러스(58.9)	16년 연속 1위
43	인터넷전화	KT	KT(55.3), SK브로드밴드(54.3), LG유플러스(49.5)	13년 연속 1위
44	초고속인터넷	SK브로드밴드	SK브로드밴드(73.0), KT(71.1), LG유플러스(64.7)	2년 연속 1위
45	고속버스	금호고속	금호고속(66.2), 중앙고속(63.6), 동양고속(59.4)	'21년 1위 : 중앙고속

제2부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
46	렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카(75.0), SK렌터카(73.0)	4년 연속 1위
47	무인경비	에스원	에스원(65.2), SK실더스(구 ADT캡스)(62.5), KT텔레캅(59.2)	2년 연속 1위
48	스키장	하이원리조트	하이원리조트(74.1), 무주덕유산리조트(67.5), 비발디파크(65.7), 휘닉스평창(64.3), 용평리조트(60.2)	4년 연속 1위 (’21 미발표)
49	아파트	삼성물산	삼성물산(74.3), GS건설(72.3), DL이앤씨(71.6), 현대건설(69.8), 롯데건설(67.4), 포스코건설(67.0), 대우건설(66.8)	신규조사
50	워터파크	캐리비안 베이	캐리비안 베이(74.2), 오션월드(68.4)	11년 연속 1위
51	저비용항공	에어부산	에어부산(62.0), 제주항공(61.0), 진에어(58.5), 티웨이항공(56.9)	3년 연속 1위
52	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(78.8), 롯데월드(74.4), 서울랜드(60.9)	16년 연속 1위
53	종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원(65.6), 서울아산병원(62.7), 서울성모병원(60.0), 서울대학교병원(본원)(57.4), 세브란스병원(신촌)(54.9)	6년 연속 1위
54	주유소	에쓰오일	에쓰오일(69.0), SK에너지(SK주유소)(67.6), GS칼텍스(65.0), 현대오일뱅크(63.8)	7년 연속 1위
55	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(68.2), 소노호텔&리조트(63.6)	8년 연속 1위
56	택배/소포	우체국소포	우체국소포(67.3), CJ대한통운(66.1), 한진택배(63.1), 롯데택배(61.3)	’21년 1위 : CJ대한통운
57	항공	아시아나항공	아시아나항공(62.0), 대한항공(60.6)	12년 연속 1위

제3부
2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

KNPS
향상을 위한
제언

고객추천지수를 전략적 자원화하라

- 고객추천지수는 상품 또는 서비스를 경험하고 이에 만족했을 때 지인 등 자산의 주변인을 비롯한 타인에게 그것을 소개하고 권유하는 보다 적극적인 행동이다. 일반적으로 잘 아는 주변 사람들을 통해 일어나기 때문에 추천은 최근의 SNS와 같은 IT 기술 발달에 따른 대량의 무차별적 광고보다 더 내용이 풍부하고 신뢰도가 높다는 특징이 있다.
- KNPS는 이처럼 한 기업이 경쟁사의 고객 또는 전혀 거래가 없던 새로운 고객을 자사의 신규고객으로 이끄는 데 있어 가장 효과적인 ‘추천’이라는 개념을 도입하여 개발한 지수이다. 이미 많은 선도기업이 고객추천지수를 내부성과지표로 반영해 그 중요성을 강조하고 있으며, 자사 고객이 적극추천 등 기여역할을 하여 매출증대가 이루어지는 전략을 마련하고 있다.
- 이러한 관심과 중요성에도 불구하고 아직 많은 기업들이 전략적 의사 결정에 효율적으로 활동하지 못하는 경우가 많다. 기업이 고객추천지수를 효율적으로 활용하기 위해서는 다음과 같은 단계별 상황의 고려가 필요하다.
- 첫째, 현재 기업의 위치를 좀 더 거시적으로 파악하여 우리 회사가 속해 있는 산업의 특성이나 경쟁사 대비 어떠한지 정확하게 할 필요가 있다. 둘째, 우리 회사의 고객들을 정확히 세그멘테이션(Segmentation)해야 한다. 매출 확대에 영향을 주는 고객인지 아닌지를 구분하고, 이들의 고객추천지수와 추천의향을 파악하고 이를 전략적으로 활용해야 한다. 셋째, 고객 세그멘테이션에 따른 고객추천지수 결과를 바탕으로 원인을 분석한다. 이 원인분석은 조직관점에서 투영해야 하고, 가치 사슬(Value Chain) 상에서 특정 영역의 문제인지, 총체적이고 전사적인 문제인지를 찾아야 한다. 넷째, 전략과 개선활동에 대한 모니터링을 강화해야 한다. 이 같은 단계별 점검사항을 놓치지 않고 진행된다면 기업의 고객추천지수 활동상의 시행착오를 줄이고 소기의 성과를 얻는데 도움이 될 것이다.

채널별로 세부적인 NPS를 측정하여 분석하라

- 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.
- 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 접근과 일련의 사회, 문화적 상황과 환경 및 고객 경험을 고려한 분석이 진행된다면 고객 로열티를 확대하고, 고객이 적극적으로 추천하는 기업으로 성장해 나갈 수 있을 것이다.
- CS부서는 채널별로 수집한 고객 피드백을 분석하고 이슈 및 근본원인을 파악해야 하며, 현업 부서와 지속 협의로 실질적인 개선으로 이어질 수 있도록 주도적인 역할을 수행해야 하고 개선 결과에 대해서 직접 고객과 커뮤니케이션을 진행해 충성고객을 확보해야 할 것이다.

제3부

2022년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

KNPS 향상을 위한 제언

고객추천, 이제 플랫폼으로 관리해야

- NPS가 소개되어 국내 기업들도 고객관리 지표로서 활용하는 사례가 많아진 것으로 알려져 있다. 잘 알고 있듯이 NPS의 장점은 조사의 편의성이라고 할 수 있다. 다른 사람에게 추천할 의향이 있느냐는 단순한 한 가지 질문만 조사하면 되니 기업 입장에서는 여타의 조사보다 비용적으로나 시간적으로나 훨씬 간편할 수 있다. 더구나 그 결과가 재무적 성과와 관련성이 높다고 알려진 점도 NPS를 고객관리 지표로 많이 활용하는 이유 중 하나이다.
- 그런데, 많은 기업들이 NPS를 관리하고 있음에도 불구하고 관리의 목적을 충족하고 있는지는 한 번 되돌아볼 일이 아닌가 싶다. 즉, 단순히 1년에 1~2회 조사해서 점수 확인하고 필요할 경우 조직별로 순위 매기는 정도로 그 활용을 다했다고 생각하는 경우가 많은 것 같다. 물론 이런 방식은 비단 NPS 만의 문제는 아니다. CSI 역시 이런 식으로 활용하는 경우가 대부분이다. 이렇게 해서는 최근 화두가 되고 있는 ‘고객경험’ 향상에 별반 도움이 되기는 쉽지 않을 것이다.
- 그렇다면 어떻게 하면 좋을까? 우선 NPS를 어떤 목적으로 어떤 타이밍에 조사할 것인지를 명확히 결정해야 한다. NPS의 장점이면서 동시에 단점이 될 수 있는 것이 바로 단순한 한 가지 질문이라는 것이다. 기업이 확인하고자 하는 ‘바로 그 지점’ 외에는 얻을 수 있는 정보가 매우 제한적이다. 따라서, 고객경험여정(Customer Journey) 전체를 놓고 그 중에서 확실히 고쳐야 할 Pain Point나 확실한 차별화를 만들고자 하는 Wow Point를 결정하고 그 터치포인트에서의 NPS를 조사하고 확인하는 설계가 중요하다. 결국 기업의 고객경험여정 전체를 놓고 보면 다양한 NPS가 존재할 수 있다는 결론이 된다.
- 이렇게 필요한 NPS에 대한 정의, 범위가 결정되고 나면 최대한 ‘즉시’ 조사하는 것이 좋다. 실시간(Real-time)이면 가장 바람직하겠으나 여건에 따라 가급적 간격을 좁혀서 조사하고 피드백할 수 있는 방법이 필요하다. 그래서 바로 플랫폼으로 구현되어야 한다는 것이다. NPS Dashboard를 구축하고, 모든 NPS가 종합적으로 집계되어 CEO부터 현장 관리자까지, 심지어 개인까지도 즉시 확인할 수 있는 플랫폼이 구축된다면 NPS의 활용도를 극대화할 수 있을 것으로 생각된다.
- 바야흐로 플랫폼 전성시대다. 특히 고객경험의 시대가 도래하면서 기업은 고객의 행동을 추적하고 분석하고자 한다. 우리 기업의 고객 터치포인트를 재정리하고 NPS와 같은 지표로 고객의 행동을 추적하면서 궁극적으로 내부의 CRM 데이터, 거래 데이터는 물론 외부의 소셜데이터까지 결합한 고객데이터플랫폼(CDP: Customer Data Platform)으로 진화한다면 가장 바람직한 고객중심경영의 인프라로 탄생할 수 있을 것이다.

NPS 플랫폼 구성 개념도

