



2023년 고객이 가장 추천하는 기업 (KNPS)

조사결과

KmAC

제1부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요

KNPS 정의

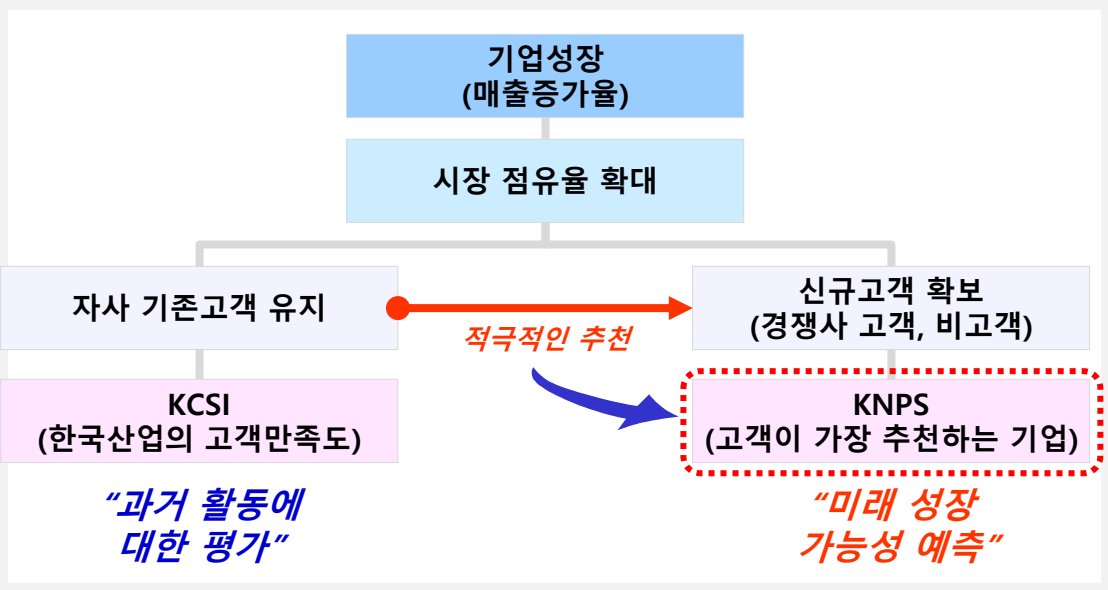
상품 또는 서비스에 대한 고객의 타인추천의향 정도를 조사하여 지수화

- 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

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요

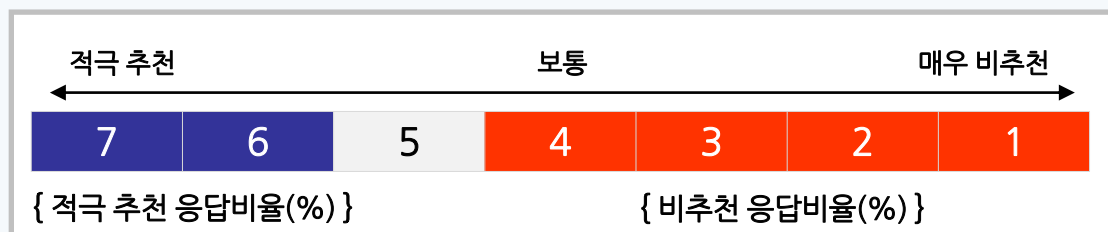
KNPS 측정 모델 및 분석 방법

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

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 조사
설계

약 4개월 간 11,000여 명의 고객들로부터 고객추천지수 측정

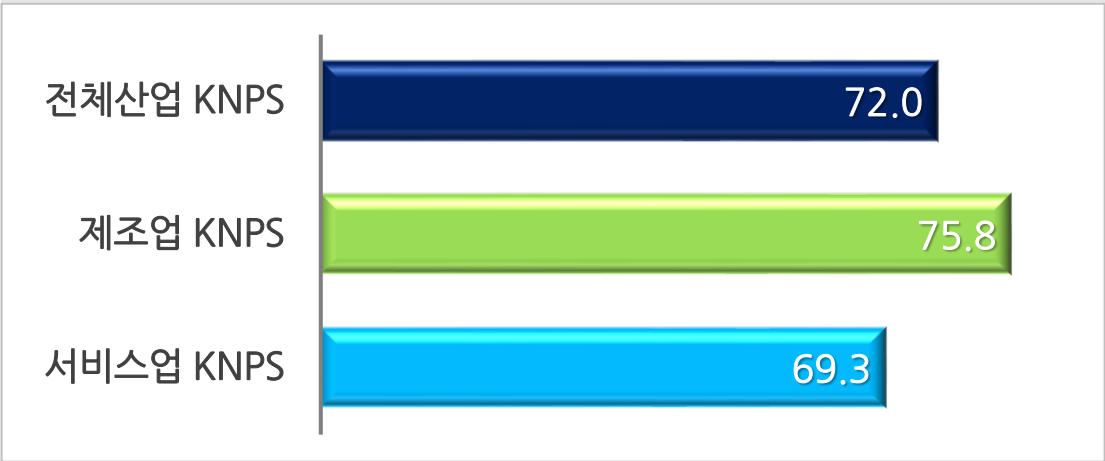
- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 11,546명
- 3) 표본추출방법 : 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/ 지역별 인구수, 성별을 고려한 할당
- 4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
- 5) 조사지역 : 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 남양주, 용인, 화성) 및 6대 광역시
- 6) 조사기간 : 2023년 4월 1일 ~ 8월 6일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 서비스업 등 총 107개 산업(366개 기업)

산업부문	2023년 KNPS 조사대상 산업
소비재 제조업 (22개)	1) 과자 2) 두부 3) 맥주 4) <u>밀키트(신규)</u> 5) 소주 6) 식용유 7) 아이스크림 8) 우유 9) 유산균발효유 10) 음료 11) 참치캔 12) 홍삼가공식품 13) 껌 14) 관련형전자담배 15) 담배 16) 세탁세제 17) 아웃도어용품 18) 여성내의 19) 여성용기초화장품 20) 제화 21) 주방세제 22) 치약 23) 화장지
내구재 제조업 (27개)	1) PC 2) TV 3) 가정용복합기(프린터) 4) 김치냉장고 5) 냉장고 6) 무선청소기 7) 사 무용복합기(복사기) 8) 세탁기 9) 식기세척기 10) 에어컨 11) 의류건조기 12) 전기레인 지 13) 전기밥솥 14) 정수기 15) 헬스케어(안마의자) 16) 휴대폰(스마트폰) 17) 가정용 가구 18) 가정용건축자재 19) 경형승용차 20) 보일러 21) 부엌가구 22) 블랙박스 23) 승용차타이어 24) 일반승용차 25) <u>전기자동차(신규)</u> 26) 침대 27) RV승용차
일반 서비스업 (58개)	1) 간편결제서비스 2) 생명보험 3) 신용카드 4) 은행 5) 인터넷전문은행 6) 자동차보험 7) 장기보험 8) 저축은행 9) 증권 10) 체크카드 11) OTT서비스 12) TV홈쇼핑 13) T커 머스 14) 대형마트 15) 대형서점 16) 대형슈퍼마켓 17) 면세점 18) 배달앱 19) 백화점 20) 부동산플랫폼 21) 숙박업 22) 스크린골프 23) 영화관 24) 오픈마켓 25) 음원플랫 폼 26) 인터넷서점 27) 인터넷쇼핑몰 28) <u>저비용커피전문점(신규)</u> 29) 전자제품전문점 30) 제과/제빵점 31) 중고거래플랫폼 32) 중고차플랫폼 33) 커피전문점 34) 패션온라 인몰(자사몰) 35) 패스트푸드점 36) 편의점 37) 피자전문점 38) IPTV 39) 검색포탈사 이트 40) 국제전화 41) 내비게이션앱 42) <u>알뜰폰(신규)</u> 43) 이동전화 44) 인터넷전화 45) 초고속인터넷 46) 고속버스 47) 렌터카 48) 무인경비 49) 아파트 50) 여행사(해외 여행) 51) 워터파크 52) 저비용항공 53) 종합레저시설 54) 종합병원 55) 주유소 56) 콘도미니엄 57) 택배/소포 58) 항공

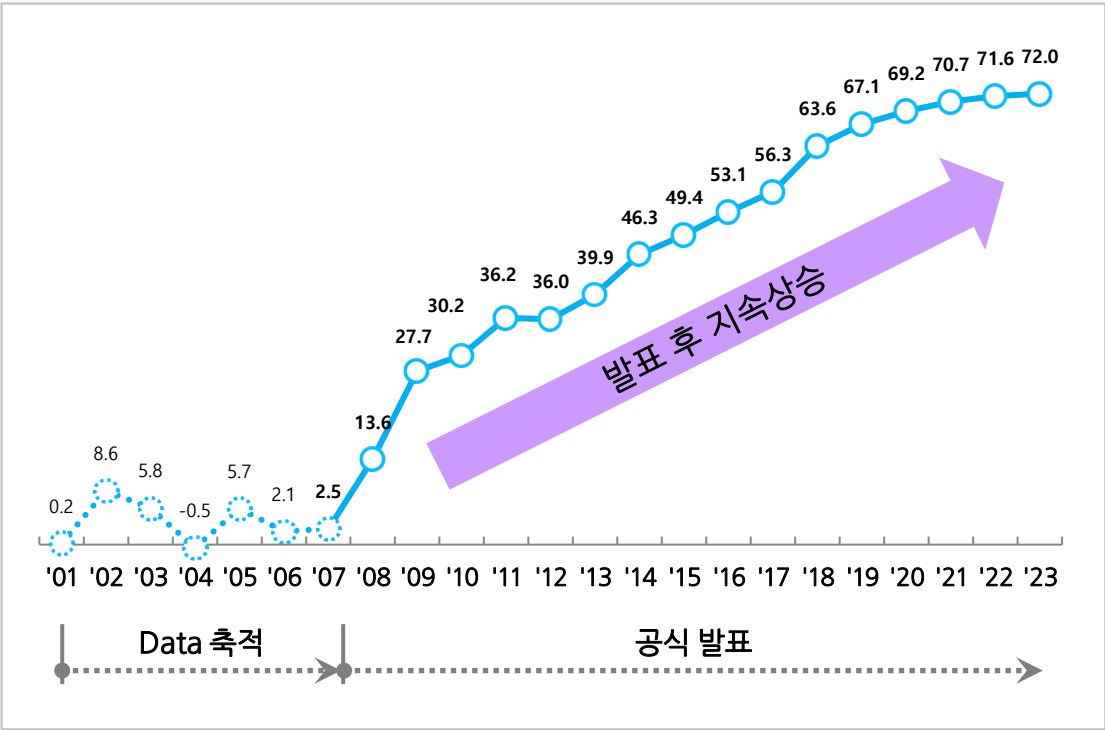
제2부
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징

1) 2023년 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)



2) 2023년도 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수) 추이



제2부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

3) 2023년도 KNPS 특징 및 경향

전체 KNPS 지수는 전년 대비 0.4점 상승한 72.0점으로 12년 연속 상승

- 2023년도 KNPS 조사 결과, 산업 전체 KNPS 지수는 전년 대비 0.4점 상승한 72.0점을 기록했다. 2012년부터 11년 연속으로 상승세를 이어갔으나 상승폭에서는 최근 10년(평균 3.2점) 중 가장 낮게 나타났으며 지속적으로 상승폭의 추이가 둔화되고 있는 모습을 보였다.
- 업종별로 제조업은 75.8점, 서비스업이 69.3점을 기록하며 여전히 제조업의 추천의향이 높게 나타났다. 다만, 전년 대비 상승폭은 서비스업이 다소 높았다. 전년 대비 상승 비중의 경우, 내구재 제조업이 27개 산업 중 70%(19개)를 차지하며 가장 높았으며 서비스업은 58개 산업 중 55%를 기록했다. 반면 소비재 제조업은 22개 산업 중 32%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 풀이된다.
- 그럼에도 불구하고 KNPS 전체 지수가 상승세를 이어갈 수 있었던 이유는 고객경험 시대를 맞이하여 적극적으로 기술혁신을 수용하고 엔데믹(endemic) 이후 새롭게 오프라인 채널을 재정의하여 변화하는 시장환경과 트렌드에 민첩하게 대응하는 등 각 기업의 다양한 노력이 반영된 것으로 볼 수 있다. 특히 소비재에서는 건강과 가성비, 내구재에서는 개인화 된 고객경험, 서비스에서는 디지털 여성상의 편의성 제고와 오프라인 체험 강화 등이 두드러진 것으로 보여진다.
- 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. 반대로 제품/서비스 이용과정에서의 불만 역시 적극적으로 제기하고 있으며 특히 가장 높은 비중으로 주위 사람(37.6%)에게 공유하는 것으로 분석되었다. 이에 따라 온라인채널과 자사 고객을 중심으로 적극적인 구전 관리를 통해 자사의 로열티 제고가 필요할 것으로 판단된다.

제2부

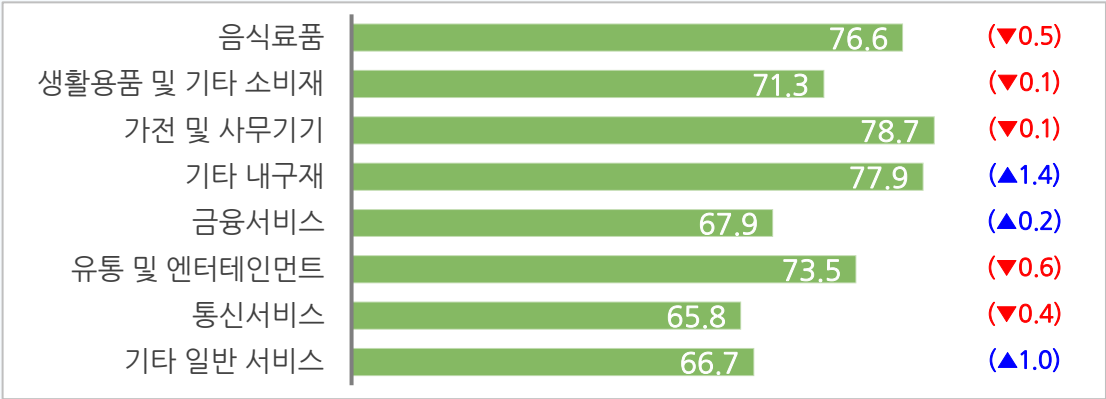
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

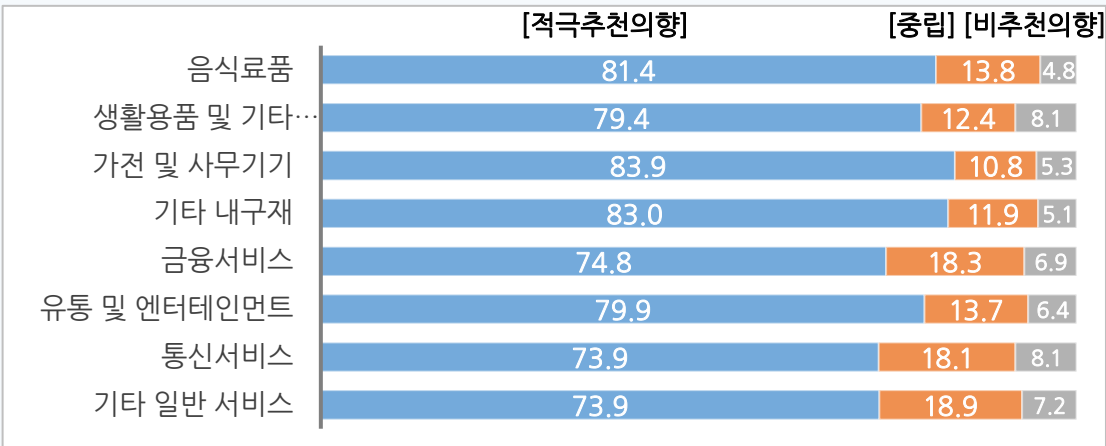
4) 분야별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)

① 분야별 KNPS 지수

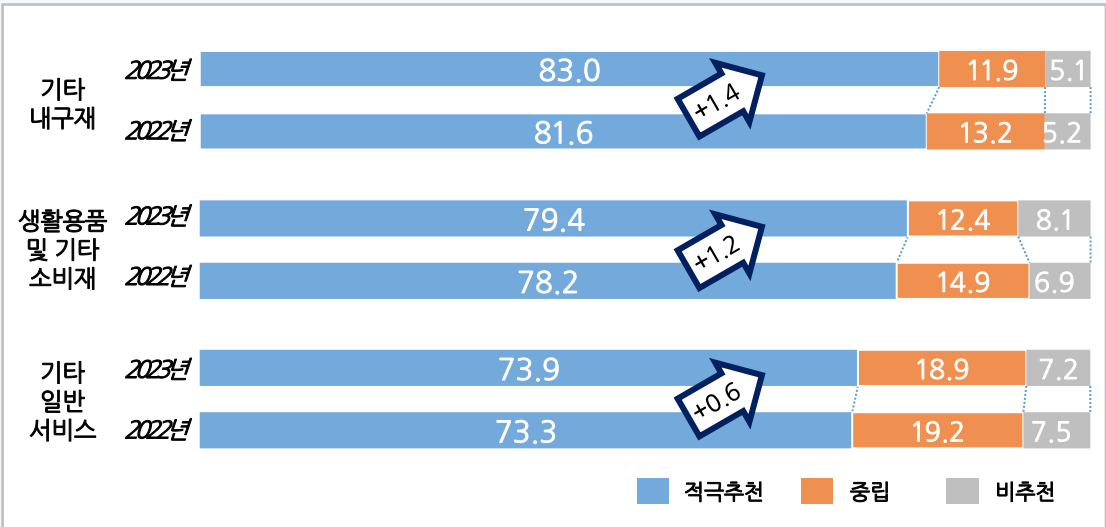
※ 괄호 안은 전년 대비 Gap



② 분야별 추천/비추천 비율



③ 전년 대비 적극추천 비율 상승폭 상위 3개 분야



제2부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

KNPS 전체
특징 (계속)

4) 분야별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)(계속)

생활가전, 자동차 산업에서 고객추천 돋보여

- ▶ 산업 분야별 KNPS에서는 제조업의 가전 및 사무기기와 기타 내구재가 70점 후반대의 높은 수준을 기록하며 산업 전체 KNPS 수준을 이끌었다. 가전 및 사무기기는 다른 산업 대비 ‘적극추천의향’에서 가장 높은 비율을 보였으며 글로벌에서 입증된 품질과 더불어 최근 제조업에서 화두가 되고 있는 고객경험에 기반한 개인맞춤형 제품 출시 등의 노력이 주효했던 것으로 보여진다. 또한 기타 내구재에서는 캠핑, 차박 등 레저 관련 트렌드에 적극 대응하고 있는 자동차 산업이 두각을 나타냈다.
- ▶ 반면 고물가에 직접적인 영향을 받은 소비재 모두 추천지수가 전년 대비 하락을 기록했으며 특히 음식료품에서 가장 컸던 것으로 조사결과 드러났다. 또한 서비스업의 경우 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 높아짐에 따라 이들의 기대를 충족시킬 수 있는 차별화 경험 제공이 요구되는 시점이다.

제조업의 자동차 및 아웃도어의류, 서비스업의 항공 등에서 추천비율 약진

- ▶ 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 기타 내구재 (▲1.4%p), 생활용품 및 기타소비재 (▲1.2%p), 기타 일반서비스(▲0.6%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 기타 내구재에서는 지속적으로 수요가 높아지고 있는 자동차가 적극추천 비율의 상승을 주도한 것으로 나타났다. 최근 RV승용차의 인기와 함께 꾸준한 전기자동차 출시 등이 영향을 미쳤던 것으로 풀이된다. 생활용품 및 기타소비재는 아웃도어의류가 두각을 나타냈으며, 기타 일반서비스에서는 엔데믹 이후 활발한 이용을 보이고 있는 항공(FSC, LCC), 면세점 등의 추천율 상승이 돋보였다.

제2부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 주요
특징

1) 소비재 제조업의 KNPS 특징

건강, MZ, 가성비 등 트렌드 앞세운 산업 강세 보여

- 소비재 제조업 부문에서는 홍삼가공식품, 아웃도어의류, 참치캔 등이 80점을 상회하는 높은 수준의 추천지수를 보인 것으로 조사결과 나타났다.
- 건강, 웰빙 관련 트렌드가 지속되고 있는 가운데 젊은 층에서도 높은 인기를 끌고 있는 홍삼가공식품이 86.9점으로 가장 우수한 평가를 받았다. 또한 엔데믹 이후 등산, 캠핑 등 외부활동이 증가함에 따라 높은 수요를 보이고 있는 아웃도어의류(84.8)가 그 뒤를 이었다. 참치캔(81.0) 역시 1인 가구 및 가성비를 선호하는 소비자가 늘어남에 따라 높은 추천을 보였다. 이들은 건강, MZ, 가성비 등 주요 트렌드를 적극 반영하여 고객 니즈에 맞는 제품을 출시했던 것이 주효했던 것으로 판단된다.
- 반면 국내·외 인플레이션에 따른 제품가격 상승으로 대부분의 소비재 제품이 직접적인 영향을 받으며 추천지수가 하락을 보인 것으로 조사결과 나타났다.

소비재(제조업) 산업별 KNPS					
※ 괄호 안은 전년 대비 Gap					
홍삼가공식품	86.9	(▽1.3)	우유	73.8	(▽0.7)
아웃도어의류	84.8	(▲0.1)	밀키트	73.1	신규발표
참치캔	81.0	(▲1.9)	두부	72.2	(▲2.3)
소주	79.1	(▽4.2)	아이스크림	72.2	(▽1.2)
화장지	78.5	±0.0	세탁세제	71.4	(▲2.6)
주방세제	78.2	±0.0	음료	70.1	(▽0.4)
유산균발효유	76.8	(▲0.6)	과자	68.5	±0.0
맥주	76.2	(▽1.8)	치약	67.6	(▲6.3)
여성용기초화장품	74.8	(▽0.2)	제화	63.8	(▽2.8)
여성내의	74.7	(▽0.4)	퀵런형 전자담배	59.1	(▽5.0)
식용유	74.7	(▽2.1)	담배	51.4	(▲0.2)

제2부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 주요
특징 (계속)

2) 내구재 제조업의 KNPS 특징

고객경험 강화한 생활가전 · 자동차 산업이 전체 지수 견인

- ▶ 내구재 제조업에서는 생활가전 제품 및 자동차 산업이 80점 대 중후반에서 90점 대의 높은 추천을 보이며 상위권에 올랐다. 산업별로는 냉장고(90.2), TV(89.2) 등이 생활가전 제품에서 우수한 평가를 받았다. 이들 제품들은 개인 맞춤형, 프리미엄 등 고객경험 강화에 초점을 맞춘 제품이 많은 인기를 끌었던 것으로 풀이된다.
- ▶ 또한 젊은 층을 중심으로 캠핑과 차박 등 야외활동이 가능한 차량에 높은 인기를 보이고 있는 RV승용차(87.6)도 상위를 차지했다. 최근 레저활동을 선호하는 소비자가 늘고 넉넉한 공간에 실용성을 갖춘 차량에 대한 인기를 방증했다.
- ▶ 그 밖에도 무선청소기(▲3.1), 가정용복합기(▲3.0) 등은 전년 대비 3점 이상 큰 상승폭을 보이며 두각을 나타냈고, 올해 신규로 발표한 전기자동차는 고유가 시대의 흐름을 타고 첫 조사임에도 79.9점을 기록하며, 일반승용차에 이어 높은 추천으로 중위권에 안착하였다.

내구재(제조업) 산업별 KNPS				
※ 괄호 안은 전년 대비 Gap				
냉장고	90.2	(▲0.3)	전기자동차	79.9 신규발표
TV	89.2	(▽0.6)	김치냉장고	79.8 (▽3.4)
RV승용차	87.6	(▲0.6)	가정용건축자재	78.8 (▲2.6)
세탁기	86.0	(▽2.1)	전기레인지	76.4 (▲1.1)
의류건조기	85.8	(▲1.7)	블랙박스	74.9 (▲0.6)
부엌가구	85.2	(▲1.0)	경형승용차	73.7 (▲1.0)
휴대폰(스마트폰)	85.1	(▲0.3)	정수기	72.1 (▲1.5)
에어컨	84.7	(▽2.1)	전기밥솥	72.0 (▲1.0)
PC	83.7	(▲2.2)	헬스케어(안마의자)	69.1 (▽2.8)
가정용가구	83.1	(▲0.8)	사무용복합기(복사기)	68.6 (▲2.0)
일반승용차	82.3	(▲0.2)	승용차타이어	63.8 (▽1.3)
보일러	81.8	(▲1.2)	침대	63.0 (▲2.4)
식기세척기	81.2	(▽0.3)	가정용복합기(프린터)	56.5 (▲3.0)
무선청소기	81.0	(▲3.1)		

제2부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 주요
특징 (계속)

3) 서비스업의 KNPS 특징

온·오프라인 유통이 상위권 차지... 여행 관련 산업 추천지수 성장

- 서비스업에서는 전자제품전문점, 대형서점, 인터넷쇼핑몰, 인터넷서점 등 온·오프라인 유통이 80점 이상을 기록하며 추천지수 상위권을 차지했다.
- 최근 플래그십 매장 확대 및 제품체험 강화를 바탕으로 차별화 된 고객경험을 제공하고 있는 전자제품전문점이 85.9점으로 가장 높은 추천을 기록했다. 또한 코로나 팬데믹으로 강세를 보였던 인터넷쇼핑몰과 인터넷서점 역시 상위권을 유지했다. 한편 항공(▲2.9), 면세점(▲2.2), 저비용항공(▲2.0) 등 여행 관련 산업은 성장을 보였다.
- 그 밖에도 OTT서비스(▲3.9)는 콘텐츠 다양화를 기반으로 전년 대비 높은 상승을 기록했으나 반면 영화관은 ▼2.9점 하락하며 고객추천에서 대조적인 모습을 보였다.

서비스업 산업별 KNPS				※ 괄호 안은 전년 대비 Gap	
전자제품전문점	85.9	(▲1.9)	중고거래플랫폼	68.5	(▼0.7)
대형서점	83.1	(±0.0)	인터넷전문은행	68.2	(▲1.1)
인터넷쇼핑몰	82.8	(▼1.6)	IPTV	68.1	(▼1.3)
인터넷서점	82.7	(▼0.6)	주유소	68.1	(▲1.5)
피자전문점	81.9	(▲0.5)	이동전화	68.0	(▲0.7)
오픈마켓	81.1	(▼1.2)	택배/소포	67.7	(▲2.6)
스크린골프	80.3	(▼0.3)	편의점	67.2	(▲0.6)
TV홈쇼핑	79.8	(▼2.8)	배달앱	66.9	(▼0.7)
음원플랫폼	78.7	(▲0.8)	콘도미니엄	66.9	(▲1.4)
부동산플랫폼	78.0	(▲0.5)	커피전문점	66.8	(▲0.3)
체크카드	77.3	(▲0.8)	알뜰폰	65.7	신규발표
패션온라인몰	76.6	(▼1.4)	대형슈퍼마켓	64.4	(▼0.3)
면세점	76.5	(▲2.2)	여행사(해외여행)	64.1	-
내비게이션앱	75.8	(▲0.1)	저비용커피전문점	64.0	신규발표
제과-제빵점	75.5	(▼1.3)	항공	64.0	(▲2.9)
렌터카	75.1	(▲0.9)	검색포탈사이트	63.5	(▲0.6)
자동차보험	75.1	(▲0.6)	무인경비	63.1	(▲0.7)
은행	74.9	(▼0.5)	종합병원	62.9	(▲2.7)
종합레저시설	74.4	(▲0.7)	신용카드	62.5	(▼1.1)
OTT서비스	74.3	(▲3.9)	저비용항공	62.1	(▲2.0)
백화점	74.1	(▲0.1)	숙박앱	62.1	(▲0.5)
영화관	73.8	(▼2.9)	고속버스	62.0	(▼1.5)
장기보험	73.8	(▲2.4)	국제전화	62.0	(▲0.4)
간편결제서비스	73.7	(▲0.2)	패스트푸드점	61.7	(▲0.9)
워터파크	72.6	(▲0.9)	생명보험	61.7	(▲0.8)
T커머스	72.2	(▼2.6)	증권	57.8	(▲1.5)
아파트	69.8	(▼0.2)	대형마트	55.1	(▼1.6)
중고차플랫폼	69.3	(▼0.4)	인터넷전화	52.5	(▼0.8)
초고속인터넷	69.3	(▼1.1)	저축은행	45.9	(▼2.4)

제2부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 특징

1) 전년 대비 1위 변동 산업

총 12개 산업에서 2022년도 대비 KNPS 1위 기업 변동 나타나

- ▶ 올해 KNPS에서는 총 107개 조사대상 산업 중 12개 산업에서 1위 기업의 변동을 보였으며, 업종별로는 제조업에서 4개(소비재 2개, 내구재 2개), 서비스업에서 8개로 조사결과 나타났다..
- ▶ 산업별로 살펴보았을 때, 소비재에서는 과자(롯데월드푸드), 담배(한국필립모리스)에서 1위 변동을 보이며 치열한 고객추천 경쟁을 드러냈다. 내구재에서는 전기레인지에서 LG전자, 경형승용차에서는 현대자동차가 새롭게 1위에 올랐다. 특히 LG전자는 해당 산업에서 처음으로 1위로 나타났으며 현대자동차는 올해 경형승용차 조사대상 기업으로 선정된 첫 해 1위를 기록하는 영예에 올랐다.
- ▶ 서비스업 역시 경쟁이 치열했다. 간편결제서비스(네이버페이), 저축은행(애큐온저축은행), 대형슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스), 배달앱(쿠팡이츠), 인터넷서점(YES24), 패션온라인몰(자사몰)(KOLON MALL), 편의점(CU), IPTV(KT) 등이 열띤 경쟁 끝에 1위 기업의 변동이 나타난 것으로 조사결과 드러났다.

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 변동 기업

산업명		2023년 KNPS 1위 기업	2022년 KNPS 1위 기업
제조업 (4개)	과자	롯데월드푸드	오리온
	담배	한국필립모리스(말보로)	KT&G
	전기레인지	LG전자	SK매직
	경형승용차	현대자동차	기아
서비스업 (8개)	간편결제서비스	네이버페이	카카오페이
	저축은행	애큐온저축은행	SBI저축은행
	대형슈퍼마켓	홈플러스 익스프레스	GS THE FRESH
	배달앱	쿠팡이츠	배달의민족
	인터넷서점	YES24	알라딘커뮤니케이션 (알라딘)
	패션온라인몰 (자사몰)	KOLON MALL	SSF SHOP
	편의점	CU	GS25
	IPTV	KT	SK브로드밴드

제2부
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 특징
(계속)

2) 17년 연속 KNPS 1위 기업

총 14개 산업(11개 기업)에서 KNPS 17년 연속 1위 유지

- 치열한 경쟁 속에서도 KNPS 조사 이래 17년간 줄곧 고객들로부터 최고의 추천을 받은 산업은 소비재 2개, 내구재 7개 및 서비스업 5개 산업으로 나타나 총 14개 산업으로 집계되었으며, 기업수로는 11개 기업인 것으로 나타났다.
- 17년 연속 1위가 유지된 산업은 소비재 제조업의 약 9%, 내구재 제조업의 약 19%, 서비스업의 약 12%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 17년 연속 1위 기업

산 업		17년 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 (5개 산업/5개 기업)	생명보험	삼성생명
	대형서점	교보문고
	검색포탈사이트	Naver(네이버)
	이동전화	SK텔레콤
	종합레저시설	에버랜드

제2부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 특징
(계속)

3) 복수 산업 KNPS 1위 기업

삼성전자 7개, LG전자 5개 부문 1위 등 15개 기업이 복수 산업 1위 기록

- 삼성전자는 김치냉장고, 냉장고, 의류건조기, 전자제품전문점, 휴대폰(스마트폰), PC, TV 등 7개 산업에서, LG전자는 무선청소기, 세탁기, 식기세척기, 에어컨, 전기레인지 등 5개 산업에서 KNPS가 가장 높은 것으로 나타나 고객충성도 선도 기업으로서 올해에도 많은 산업에서 고객들의 추천을 받은 것으로 나타났다.
- 그 뒤를 이어 현대자동차가 RV승용차, 경형승용차, 일반승용차, 전기자동차 등 4개 산업 1위를, 삼성물산이 아파트, 워터파크, 종합레저시설 등 3개 산업 1위를 기록했고 KT(IPTV, 인터넷전화), SK텔링크(국제전화, 알뜰폰), 라이온코리아(세탁세제, 주방세제), 롯데GRS(패스트푸드점, 커피전문점), 삼성화재(자동차보험, 장기보험), 캐논코리아(프린터, 복사기), 코웨이(정수기, 침대), 한국필립모리스(궤련형 전자담배, 담배), 한샘(가정용가구, 부엌가구), 현대홈쇼핑(TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰), 홈플러스(대형슈퍼마켓, 대형마트) 등이 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 복수산업 1위 기업

기업명	2023년 KNPS 1위 산업	비고
삼성전자	김치냉장고, 냉장고, 의류건조기, 전자제품전문점, 휴대폰(스마트폰), PC, TV	7개 산업
LG전자	무선청소기, 세탁기, 식기세척기, 에어컨, 전기레인지	5개 산업
현대자동차	RV승용차, 경형승용차, 일반승용차, 전기자동차	4개 산업
삼성물산	아파트, 워터파크, 종합레저시설	3개 산업
KT	IPTV, 인터넷전화	2개 산업
SK텔링크	국제전화, 알뜰폰	
라이온코리아	세탁세제, 주방세제	
롯데GRS	커피전문점, 패스트푸드점	
삼성화재	자동차보험, 장기보험	
캐논코리아	가정용복합기(프린터), 사무용복합기(복사기)	
코웨이	정수기, 침대	
한국필립모리스	담배, 궤련형 전자담배	
한샘	가정용가구, 부엌가구	
현대홈쇼핑	TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰	
홈플러스	대형슈퍼마켓, 대형마트	

제2부
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
1	과자	롯데월드	롯데월드(70.8), 오리온(69.5), 해태제과식품(67.7), 크라운제과(65.4)	'22년 1위 : 오리온
2	두부	풀무원식품	풀무원식품(75.5), CJ제일제당(70.9), 대상(69.4)	2년 연속 1위
3	맥주	하이트진로	하이트진로(78.6), OB맥주(카스포함)(76.0), 롯데칠성음료(73.6)	5년 연속 1위
4	밀키트	프레시지	프레시지(76.9), CJ제일제당(쿡킷)(71.5), 마이세프(70.9), hy(잇츠온)(70.7)	신규조사
5	소주	금복주	금복주(80.5), 하이트진로(참이슬)(79.6), 롯데칠성음료(처음처럼)(79.1), 무학(74.5)	7년 연속 1위
6	식용유	사조대림(해표)	사조대림(해표)(76.4), CJ제일제당(백설)(72.9)	11년 연속 1위
7	아이스크림	빙그레	빙그레(75.7), 롯데월드(72.2), 해태아이스크림(67.3)	16년 연속 1위
8	우유	서울우유	서울우유(77.8), 매일유업(75.4), 남양유업(65.3)	16년 연속 1위
9	유산균발효유	hy	hy(79.6), 매일유업(74.7), 남양유업(73.8)	11년 연속 1위
10	음료	동아오츠카	동아오츠카(73.1), 한국코카콜라(69.0), 롯데칠성음료(68.9)	9년 연속 1위
11	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(83.6), 오투기(오투기참치)(78.8), 사조산업(사조참치)(74.3)	17년 연속 1위
12	홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)	한국인삼공사(정관장)(91.7), 지씨바이오(참다한홍삼)(83.8), 농협홍삼(한삼인)(80.3)	11년 연속 1위
13	궐련형 전자담배	한국필립모리스(아이코스)	한국필립모리스(아이코스)(62.6), BAT로스만스(글로)(59.2), KT&G(릴)(56.1)	4년 연속 1위
14	담배	한국필립모리스(말보로)	한국필립모리스(말보로)(52.7), KT&G(52.5), BAT로스만스(던힐)(48.2)	'22년 1위 : KT&G
15	세탁세제	라이온코리아	라이온코리아(75.8), 헨켈(73.7), LG생활건강(68.6), 애경산업(67.0)	2년 연속 1위

제2부
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
16	아웃도어의류	노스페이스	노스페이스(88.7), 디스커버리 익스페디션(86.2), K2(85.5), 네파(83.8), 코오롱스포츠(82.6), 블랙야크(82.3)	8년 연속 1위
17	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(75.3), 비비안(74.3)	13년 연속 1위
18	여성용 기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(78.0), LG생활건강(69.7)	3년 연속 1위
19	제화	탠디	탠디(65.6), 소다(64.5), 형지에스콰이아(에스콰이아)(64.4), 금강제화(62.0)	2년 연속 1위
20	주방세제	라이온코리아	라이온코리아(83.0), LG생활건강(77.8), 애경산업(74.7)	13년 연속 1위
21	치약	LG생활건강	LG생활건강(68.7), 애경산업(67.2), 아모레퍼시픽(66.8)	6년 연속 1위
22	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(80.7), 모나리자(78.1), 깨끗한나라(76.8)	17년 연속 1위

제2부
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

2) 내구재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
1	PC	삼성전자	삼성전자(86.8), LG전자(81.9), HP코리아(79.2)	17년 연속 1위
2	TV	삼성전자	삼성전자(89.5), LG전자(88.9)	17년 연속 1위
3	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아	캐논코리아(61.3), HP코리아(53.7), 한국엡손(51.5)	7년 연속 1위
4	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(84.3), LG전자(81.3), 위니아(74.7)	13년 연속 1위
5	냉장고	삼성전자	삼성전자(92.4), LG전자(88.1)	5년 연속 1위
6	무선청소기	LG전자	LG전자(82.1), 삼성전자(81.4), 다이슨코리아(78.9)	2년 연속 1위
7	사무용복합기 (복사기)	캐논코리아	캐논코리아(70.2), 한국후지필름비즈니스이노베이션(68.3), 신도리코(66.9)	10년 연속 1위
8	세탁기	LG전자	LG전자(86.3), 삼성전자(85.8)	2년 연속 1위
9	식기세척기	LG전자	LG전자(81.8), 삼성전자(81.1), SK매직(80.6)	2년 연속 1위
10	에어컨	LG전자	LG전자(88.2), 삼성전자(87.4), 위니아(81.5), 오텍캐리어(75.6)	17년 연속 1위
11	의류건조기	삼성전자	삼성전자(86.3), LG전자(85.4)	2년 연속 1위
12	전기레인지	LG전자	LG전자(78.4), SK매직(78.0), 쿠쿠전자(74.3), 쿠첸(72.2)	'22년 1위 : SK매직
13	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(73.5), 쿠첸(69.3)	12년 연속 1위
14	정수기	코웨이	코웨이(75.5), LG전자(73.0), SK매직(72.3), 쿠쿠전자(67.9), 청호나이스(65.9)	7년 연속 1위
15	헬스케어 (안마의자)	바디프랜드	바디프랜드(71.0), 코지마(68.2), 휴테크(67.3)	4년 연속 1위

제2부
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

2) 내구재 제조업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
16	휴대폰 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(85.2), 애플(아이폰)(84.9)	17년 연속 1위
17	RV승용차	현대자동차	현대자동차(90.2), 기아(88.1), KG모빌리티(82.5)	17년 연속 1위
18	가정용가구	한샘	한샘(85.9), 현대리바트(82.8), 신세계까사(까사미아)(81.5), 에몬스가구(81.1)	9년 연속 1위
19	가정용건축자재	LX하우시스	LX하우시스(81.3), KCC(77.8), 현대L&C(75.3)	3년 연속 1위
20	경형승용차	현대자동차	현대자동차(75.0), 기아(72.8)	'22년 1위 : 기아
21	보일러	린나이코리아	린나이코리아(84.1), 경동나비엔(82.1), 귀뚜라미(79.9)	16년 연속 1위
22	부엌가구	한샘	한샘(85.9), 에넥스(83.8)	17년 연속 1위
23	블랙박스	팅크웨어 (아이나비)	팅크웨어(아이나비)(79.4), 더 미동(유라이브)(74.3), 아이트로닉스(아이패스블랙)(71.8), 파인디지털(파인뷰)(71.2)	8년 연속 1위
24	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(68.1), 넥센타이어(61.9), 한국타이어(61.2)	16년 연속 1위
25	일반승용차	현대자동차	현대자동차(86.6), 기아(81.6), 르노코리아자동차(77.6), 한국지엠(77.2)	17년 연속 1위
26	전기자동차	현대자동차	현대자동차(83.0), 테슬라(80.2), 기아(76.6)	신규조사
27	침대	코웨이	코웨이(64.9), 에이스침대(62.5), 시몬스(61.4)	3년 연속 1위

제2부
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
1	간편결제서비스	네이버페이	네이버페이(77.5), 카카오페이(76.2), 삼성페이(74.0), 페이코(66.2)	'22년 1위 : 카카오페이
2	생명보험	삼성생명	삼성생명(63.3), 한화생명(61.8), 교보생명(59.4)	17년 연속 1위
3	신용카드	신한카드	신한카드(67.0), 삼성카드(66.2), KB국민카드(63.8), 현대카드(63.2), BC카드(58.7), 우리카드(58.5), 롯데카드(56.8), NH농협카드(56.5)	14년 연속 1위
4	은행	신한은행	신한은행(79.7), KB국민은행(78.8), 하나은행(71.4), IBK기업은행(71.0), NH농협은행(70.6), 우리은행(70.5)	10년 연속 1위
5	인터넷전문은행	카카오뱅크	카카오뱅크(71.8), 토스뱅크(68.1), K뱅크(59.9)	3년 연속 1위
6	자동차보험	삼성화재	삼성화재(78.8), KB손해보험(75.3), 현대해상(75.0), DB손해보험(72.4), 메리츠화재(70.9)	14년 연속 1위
7	장기보험	삼성화재	삼성화재(76.0), 현대해상(75.2), DB손해보험(72.6), KB손해보험(72.0), 메리츠화재(68.9)	13년 연속 1위
8	저축은행	애뉴온저축은행	애뉴온저축은행(49.6), 한국투자저축은행(48.0), SBI저축은행(46.6), 웰컴저축은행(46.4), OK저축은행(42.2)	'22년 1위 : SBI저축은행
9	증권	삼성증권	삼성증권(61.3), 미래에셋증권(58.4), 신한투자증권(57.2), KB증권(56.5), NH투자증권(55.2), 한국투자증권(55.2)	5년 연속 1위
10	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(81.0), 신한카드(77.6), NH농협카드(76.5), 우리카드(76.2), BC카드(74.3)	6년 연속 1위
11	OTT서비스	넷플릭스 (NETFLIX)	넷플릭스(NETFLIX)(76.3), 티빙(TVING)(73.4), 웨이브(Wave)(70.3), 왓챠(WATCHA)(69.5)	2년 연속 1위
12	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(83.5), N5홈쇼핑(81.6), 롯데홈쇼핑(79.9), CJ온스타일(79.2), GS SHOP(77.6), 홈앤쇼핑(76.6)	2년 연속 1위
13	T커머스	KT알파 쇼핑	KT알파 쇼핑(77.1), SK스토아(73.7), 신세계라이브쇼핑(67.9)	2년 연속 1위
14	대형마트	홈플러스	홈플러스(57.3), 이마트(54.5), 롯데마트(53.4)	9년 연속 1위
15	대형서점	교보문고	교보문고(84.1), 영풍문고(81.1)	17년 연속 1위

제2부
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
16	대형슈퍼마켓	홈플러스 익스프레스	홈플러스 익스프레스(66.8), GS THE FRESH (66.3), 롯데슈퍼(62.9), 이마트 에브리데이 (62.2)	'22년 1위 : GS THE FRESH
17	면세점	신라면세점	신라면세점(80.0), 롯데면세점(73.4)	9년 연속 1위
18	배달앱	쿠팡이츠	쿠팡이츠(68.1), 배달의민족(66.3), 요기요 (65.9)	'22년 1위 : 배달의민족
19	백화점	현대백화점	현대백화점(78.7), 신세계백화점(73.5), 롯데백화점(71.2)	10년 연속 1위
20	부동산플랫폼	KB부동산	KB부동산(81.5), 네이버부동산(79.8), 직방 (77.7), 호갱노노(76.5), 다방(74.3)	2년 연속 1위
21	숙박앱	야놀자	야놀자(62.9), 여기어때(60.8)	5년 연속 1위
22	스크린골프	골프존	골프존(86.2), 카카오VX(75.6), SG골프(74.6)	5년 연속 1위
23	영화관	롯데시네마	롯데시네마(75.6), CJ CGV(74.3), 메가박스 (68.8)	11년 연속 1위
24	오픈마켓	11번가	11번가(82.7), 옥션(81.2), G마켓(79.0)	5년 연속 1위
25	음원플랫폼	멜론	멜론(81.5), 유튜브뮤직(79.4), 지니(77.7), 플 로(77.5), 네이버 바이브(74.7)	2년 연속 1위
26	인터넷서점	YES24	YES24(84.4), 교보문고(인터넷교보문고) (83.6), 알라딘커뮤니케이션(알라딘)(82.5), 인터파크커머스(인터파크도서)(77.5)	'22년 1위 : 알라딘커뮤니케이션
27	인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑 (Hmall)	현대홈쇼핑(Hmall)(88.0), 롯데ON(83.7), GS리테일(GS SHOP)(82.7), SSG닷컴(81.0), CJ E&M (CJ온스타일)(79.2)	4년 연속 1위
28	저비용 커피전문점	컴포즈커피	컴포즈커피(68.8), 메가MGC커피(64.6), 뽕다방(63.4), 더벤티(57.1)	신규조사
29	전자제품전문점	삼성스토어	삼성스토어 (89.1), LG전자 베스트샵(86.4), 롯데하이마트(84.4), 전자랜드(81.7)	2년 연속 1위
30	제과·제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(76.5), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(74.0)	14년 연속 1위

제2부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
31	중고거래플랫폼	당근마켓	당근마켓(69.0), 번개장터(68.3), 중고나라(67.7)	2년 연속 1위
32	중고차플랫폼	KB차차차	KB차차차(73.7), 케이카(70.5), 보배드림(69.9), 엔카(64.2)	2년 연속 1위
33	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(70.7), 스타벅스(68.1), 할리스(67.4), 이디야(66.1), 투썸플레이스(63.5), 커피빈(61.6)	3년 연속 1위
34	패션온라인몰(자사몰)	KOLON MALL	KOLONMALL(79.2), SSF SHOP(78.6), S.I.VIL LAGE(77.7), 더한섬닷컴(74.0), LFmall(72.6)	'22년 1위 : SSF SHOP
35	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(64.2), 버거킹(62.3), 맘스터치(62.1), 맥도날드(60.4), KFC(58.3)	7년 연속 1위
36	편의점	CU	CU(69.5), GS25(68.2), 이마트24(67.2), 세븐일레븐(62.5)	'22년 1위 : GS25
37	피자전문점	도미노피자	도미노피자(87.0), 피자헛(78.7), 미스터피자(77.0)	11년 연속 1위
38	IPTV	KT	KT(70.0), SK브로드밴드(69.6), LG유플러스(63.6)	'22년 1위 : SK브로드밴드
39	검색포탈사이트	NAVER(네이버)	Naver(네이버)(65.4), 카카오(다음)(59.5)	17년 연속 1위
40	국제전화	SK텔링크(00700)	SK텔링크(00700)(66.5), KT(001)(61.6), LG유플러스(002)(57.9)	9년 연속 1위
41	내비게이션앱	티맵(TMAP)	티맵(TMAP)(76.8), 카카오내비(75.4), 네이버지도(74.6)	5년 연속 1위
42	알뜰폰	SK세븐모바일	SK세븐모바일(67.4), KT M모바일(66.0), 헬로모바일(65.1), U+유모바일(63.9)	신규조사
43	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(72.9), KT(67.1), LG유플러스(59.6)	17년 연속 1위
44	인터넷전화	KT	KT(54.9), SK브로드밴드(52.9), LG유플러스(49.4)	14년 연속 1위
45	초고속인터넷	SK브로드밴드	SK브로드밴드(71.2), KT(70.3), LG유플러스(64.5)	3년 연속 1위

제2부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

산업별
KNPS 1위
기업 (계속)

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속1위횟수
46	고속버스	금호고속	금호고속(71.0), 동양고속(61.6), 중앙고속(59.5), 천일고속(47.2)	2년 연속 1위
47	렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카(76.9), SK렌터카(72.9)	5년 연속 1위
48	무인경비	에스원	에스원(67.1), SK실더스(61.6), KT텔레캅(56.4)	3년 연속 1위
49	아파트	삼성물산 건설부문	삼성물산 건설부문(77.1), DL이앤씨(71.4), 롯데건설(69.4), 현대건설(68.9), GS건설(68.8), 포스코이앤씨(67.9), 대우건설(64.9)	2년 연속 1위
50	여행사 (해외여행)	하나투어	하나투어(73.1), 롯데관광개발(61.1), 모두투어 네트워크(59.5), 노랑풍선(54.8)	6년 연속 1위 (20~22년 미발표)
51	워터파크	캐리비안베이	캐리비안베이(74.9), 오션월드(68.3)	12년 연속 1위
52	저비용항공	에어부산	에어부산(63.8), 티웨이항공(62.5), 제주항공(62.0), 진에어(60.6)	4년 연속 1위
53	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(78.4), 롯데월드(74.3), 서울랜드(62.4)	17년 연속 1위
54	종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원(68.5), 서울아산병원(64.0), 서울성모병원(60.9), 세브란스병원(신촌)(60.2), 서울대학교병원(본원)(58.6)	7년 연속 1위
55	주유소	에스-오일	에스-오일(70.9), SK에너지(SK주유소)(68.4), GS칼텍스(67.0), HD현대오일뱅크(66.3)	8년 연속 1위
56	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(68.1), 소노호텔&리조트(65.7)	9년 연속 1위
57	택배/소포	우체국소포	우체국소포(69.8), CJ대한통운(67.1), 한진택배(66.4), 롯데택배(63.9)	2년 연속 1위
58	항공	아시아나항공	아시아나항공(65.9), 대한항공(63.0)	13년 연속 1위

제3부

2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

KNPS
향상을 위한
제언

핵심적인 경험요인을 발굴하여 고객로열티를 강화하라

- ▶ 충성고객은 기업의 성장에 있어서 핵심 동력이다. 충성고객은 기업에 대한 긍정적인 이미지를 확산하고 일반 고객보다 자사의 상품이나 서비스 구입에 더 많은 금액을 지불하며 서비스 제공비용 또한 낮기 때문이다. 특히 최근과 같이 산업 내 경쟁이 치열해지고 있는 상황에서 신규 고객을 확보하기 위한 고비용의 투자와 노력보다는 기존 고객의 로열티(Customer Loyalty)를 강화하고 이를 기반으로 자사 고객을 확대해 나가는 것이 효과적인 방향일 것이다.
- ▶ 이러한 배경에서 다수의 기업들은 고객추천지수를 전략적으로 활용하여 자사 고객의 로열티 수준을 지속적으로 모니터링하고 고객여정(Customer Journey)상의 Pain Point를 파악하여 불만고객(Detractors)에 대한 적극적인 대응을 추진하고 있다.
- ▶ 그렇다면 고객 로열티와 연계하여 최근 전 산업에 걸쳐 중요성이 높아지고 있는 고객경험(Customer eXperience)과의 관계는 어떠하며 어떤 방식으로 접근하여 관리하면 좋을까? KMAC에서 발표한 KCSI 조사결과(2023년)에 따르면, 꾸준히 고객경험에서 향상을 보인 산업 및 기업이 고객만족도에서도 우수한 성과를 기록한 것으로 분석되었다. 또한 올해 KNPS와 고객만족도의 상관관계를 살펴봤을 때 매우 유의미한 수준을 보이며 ‘고객경험향상 → 고객만족도상승 → 고객로열티 강화’로 연결되는 사실이 결과로 확인되었다. 다만 산업마다 차이는 있으나 ‘매우 만족’으로 응답한 고객의 60% 이하만이 강력한 추천의향을 보이고 있으며 고객만족과 고객로열티는 선형적인 관계가 아니라 비선형적인 모습을 보이고 있다는 점을 감안할 필요가 있다. 따라서 고객이 일정 수준 이상의 만족을 체감할 경우에만 적극적인 추천으로 연결된다는 점을 고려하여 고객경험상에서의 Pain Point 발굴 및 Wow Point 제시를 바탕으로 보다 강도 높은 만족이 전달되어야 한다.
- ▶ 또한 고객 로열티에 영향을 미치는 요인의 변화에도 주목할 필요가 있다. 과거에는 고객이 인지하는 핵심속성을 중심으로 중요도가 집중되는 패턴을 보였으나 최근에는 기존 고객 인지상의 핵심속성과는 별개로 이용 편리성과 같은 부가적인 속성의 중요도가 꾸준히 높아지고 있다. 보다 흥미로운 점은 KNPS에서 추천의향이 높은 집단(Promoters)의 경우 이러한 중요도의 변화가 더욱 두드러진다는 것이다. 이러한 결과는 기업의 충성고객 집단이 핵심속성 이외 다른 부가적인 서비스 중에서 더욱 차별화 된 어떤 것을 기대할 가능성을 시사한다.
- ▶ 따라서 효과적인 고객 로열티 관리를 위해서는 선진화 된 데이터 분석 인력의 도입, 프로세스 및 조직적 역량의 강화 등을 최대한 활용하고 빅데이터 분석을 통해 무엇이 고객 만족과 로열티의 핵심 성공 요소이며 실제로 성과로 연결될 수 있는지에 대한 검증이 반드시 필요하다. 이러한 과정을 거쳐 차별적인 상품과 서비스가 전달될 때 비로소 혁신적인 고객만족경영의 성과를 이뤄낼 수 있을 것이다.

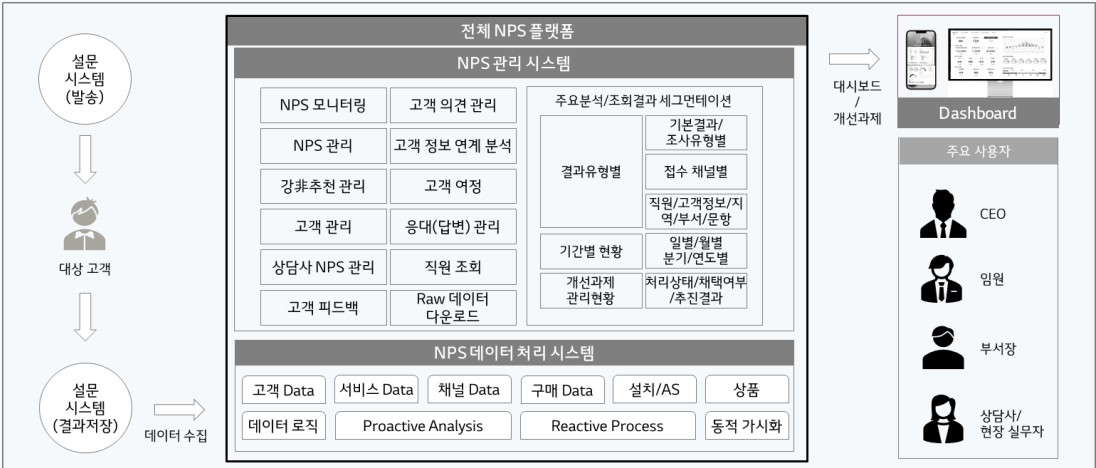
제3부
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

KNPS
향상을 위한
제언

고객추천지수, 이제 플랫폼에 의한 관리가 필요

- NPS의 장점은 조사의 편의성이라고 할 수 있다. 다른 사람에게 추천할 의향이 있느냐는 단순한 한 가지 질문만 조사하면 되니 다른 조사보다 시간적 · 비용적으로 훨씬 간편하다. 더구나 그 결과와 재무적 성과와의 연관성도 높은 것도 활용도가 높은 큰 이유이다.
- 이렇게 많은 기업들이 NPS를 관리하고 있음에도 불구하고 본래의 목적을 충족하고 있는지는 한 번 되돌아 보아야 한다. 즉, 단순히 1년에 1~2회 조사해서 점수 확인하고 필요할 경우 조직별로 순위 매기는 정도에서 활용이 그치고 있는 것은 아닐까? 물론 이런 방식은 NPS 만의 문제는 아니며, CSI 역시 이런 식으로 활용하는 경우가 많다. 이렇게 해서는 최근 화두가 되고 있는 ‘고객경험’ 향상에 큰 도움이 안될 것이다.
- 그렇다면 어떻게 해야할까? 우선 NPS 측정의 목적과 시기를 명확히 정의해야 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 만들하고자 하는 Wow Point를 결정하고 그 터치포인트의 NPS를 조사하고 확인하도록 설계해야 한다. 결국 기업의 고객경험여정 전체를 놓고 보면 다양한 NPS가 존재할 수 있는 것이다.
- 이렇게 필요한 NPS에 대한 정의, 범위가 결정되고 나면 최대한 ‘즉시’ 조사하는 것이 좋다. 실시간(Real-time)이면 가장 바람직하나 여건에 따라 가급적 간격을 좁혀서 조사하고 피드백해야 한다. 이러한 이유로 플랫폼에 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 것이다.
- 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 소셜 데이터까지 결합한 고객데이터플랫폼(CDP: Customer Data Platform)으로 진화한다면 가장 바람직한 고객중심경영의 인프라로 탄생할 수 있을 것이다.

NPS 플랫폼 구성 개념도



제3부
2023년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

KNPS
향상을 위한
제언

고객 피드백이 개선으로 이어지도록 선순환 구조를 구축해야

➤ 충성고객은 기업 성장의 핵심 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. 반면 불만고객은 기업의 상품 및 서비스를 구매할 가능성이 적고, 설사 구매해도 불평하며 부정적인 이미지를 확산할 수 있는 가능성이 높으며 서비스 제공 비용이 높고, 고객과의 커뮤니케이션 활동 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 충성고객 유지와 불만고객의 충성고객화를 위해 고객추천지수를 전략적으로 활용하고 있다. 예를 들면, 기업은 다양한 채널로 고객들과 적극 소통하며 이들이 해당 기업을 지인에게 추천하거나 비추천하는 이유를 추적한다. 그리고 이러한 결과를 담당 부서에 전달하여 접점 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)

➤ 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

