



신한은행 제공
▲ 신한은행은 금융권 최초로 국제 환경보증기관 'GGC'와 업무협약을 맺는 등 글로벌 ESG(환경·사회·지배구조)에 박차를 가하고 있다.

삼성전자서비스 제공
▶ 삼성전자는 '고객 친화 서비스 정책' '엔지니어 전문성' 등에서 높은 점수를 받아 '가전제품 A/S' 12년 연속 '휴대전화 A/S' 11년 연속 1위에 선정됐다.



기아 제공
기아는 EV멤버 고객들을 위한 차별화된 종합 정비 서비스 'Everything Care' 출시로 수준 높은 고객 경험을 제공하고 있다.



한화생명 제공
1946년 설립된 대한민국 최초의 생명보험사인 한화생명은 보험산업 발전을 선도하며 국민 건강과 행복을 지켜왔다. 사진은 여승주 대표.



파리바게트 제공
경기도 판교에 오픈한 '램 오브 파리바게트'는 차세대 전략인 로컬라이징(localizing·지역화)과 디지털라이징(digitalizing·디지털화)을 적용한 미래형 매장이다.

엔데믹 전환 후 대면 고객접점 가치 재조명... 역대 가장 높은 서비스 품질 평가 기록



2022 한국산업의 서비스품질지수

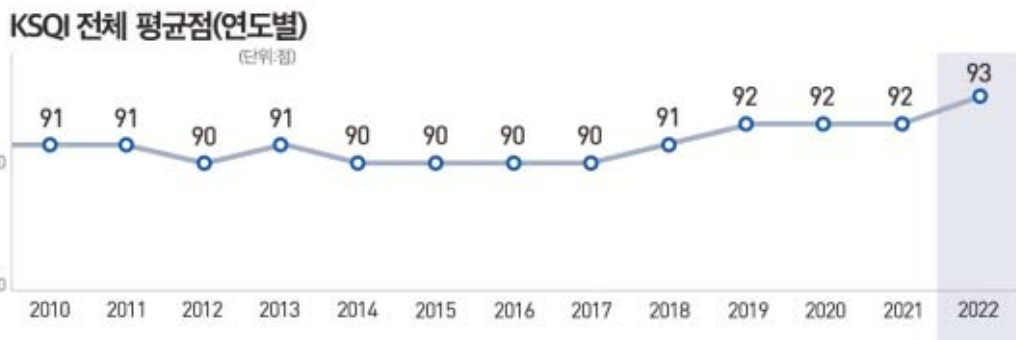
34개 조사대상 산업 중 생명보험·가전A/S·수입차판매점 등 최고 서비스 품질 기록

한국농림축산검역본부(KMAC·대표이사 사장 한수희)이 '2022 한국산업의 서비스품질지수(이하 KSQI)' 고객접점 부문 조사 결과를 19일 발표했다.

KSQI는 한국산업의 서비스품질에 대한 고객의 체감 정도를 나타내는 지수(指數)이다. 올해 KSQI 고객접점 부문 주요 특징은 ▲역대 가장 높은 서비스 품질 평가 기록 ▲산업 전반에 걸쳐 서비스 수준 상승 ▲우수 기업(기관)이 많은 산업군(群)으로 '제조서비스' '금융서비스' 부문 뿔쳐 ▲11개 평가영역 중 10개 상승세 ▲'넉넉원'이 되는 것보다 '지켜내는 것'이 더 어렵다는 것을 입증 등 다섯 가지로 요약된다.

KSQI는 2010년 첫 발표 이후 고객과 직접 만나는 순수(純粹) 서비스 품질 수준의 우수성을 객관적으로 평가하고 개선에 대한 방향성까지 제시해왔다. 2017년 이후 90점에 머물던 서비스 품질 지수가 올해는 93점으로 상승해 '역대 최고 서비스품질 평가'를 기록했다. ◇'생명보험' '가전 A/S' '수입자동차판매점' 최고 수준 기록

올해 34개 조사대상 산업 중 15개 산업이 전체 평균인



93점을 넘어섰고, 5개 산업은 평균 수준, 나머지 14개 산업은 평균 미만으로 조사됐다. 이중 '생명보험' '가전 A/S' '수입자동차판매' 산업은 우월한 서비스 품질(96점)을 과시했다. 지난해부터 조사가 진행된 '인터넷 & IPTV A/S(96점)' 역시 압도적인 점수를 받았다. '가구 전문점(94점 ▲4)' '헬스케어(94점 ▲3)' '대형슈퍼(87점 ▲3)' 산업은 지난해보다 서비스 품질이 크게 향상됐다. 대국민 서비스를 제공하는 '공공기관(91점)'은 지난해 수준을 유지했고, '광역시청(90점 ▲3)'은 코로나19 초기보다 다소 상승한 것으로 조사됐다. 올해 새롭게 조사된 신규 산업군인 '렌탈케어서비스(96점)' '홍삼 판매점(93점)' 등도 평균 이상을 기록했다.

◇'제조서비스' '금융서비스' 등 우수기업(기관)이 많은 산업군으로 조사

전체 133개 기업 및 기관의 KSQI 종합지수 분포를 살펴본 결과 산업 평균(93점)을 초과한 기업은 64개(48.1%)로 절반에 미치지 못했다. 산업군 별로는 ▲'제조서비스(68.4%)' ▲'금융서비스(60.7%)' ▲'전문 A/S(55.6%)'에 우수기업이 다수 포함된 것으로 조사됐다. '유통서비스'는 30.2%로 평균보다 높은 기업이 적었다. 90점 이상을 '우수'로 선정하는 '공공서비스'의 경우 54.5%로 과반을 넘겼다.

◇'고객 응대 처음과 끝' 인사에서 개선 돋보여

KSQI 서비스품질 11개 평가영역 중 '복합·용모'를 제외한 나머지 영역에서 지수가 상승했다. 서비스 제공 단계별(Before→On→After)로 분류했을 때, 'Before Service'의 '시설·환경관리'는 만점(100점)으로 유지됐고, 첫인상을 좌우하는 직원의 '맞이인사'

가 지난해보다 상승(▲3)해 90점 고지를 달성했다. '복합·용모'는 지난해에 이어 올해도 하락(▽1)했다. 'On Service' 단계의 모든 영역에서 서비스 품질이 상승했으며, '경청태도' '업무지식'은 99점으로 높았다. 'After Service'의 '배웅인사'는 91점으로 올해 가장 큰 지수 상승(▲6)을 기록했다.

◇올해 15개 산업에서 기업 및 우수기관 변동(역전·공동 1위 포함)

올해 10개 산업에서 '1위 기업 역전', 5개 산업에서 '공동 1위'를 기록하며 큰 지각변동이 일어났다. '지방은행'에서는 광주은행과 부산은행이 5년 연속 1위였던 대구은행을 제쳤고, '커피전문점'에서는 엔제리너스가 4년 연속 1위였던 스타벅스를 따돌리고 새롭게 왕좌에 올랐다. '편의점'에서는 CU가 GS25를 역전했고, '주유소'에서는 SK주유소가 3년 만에 1위 자리를 탈환했다. 올해 8회째를 맞이하는 '공공서비스(90점 이상 우수 등급)'에서도 큰 변화가 있었다. '공공기관(기업)' 중 국민연금공단·비(非)우수로 전환됐고, 국민건강보험공단·우정사업본부·한국주택금융공사는 우수 등급을 유지했다. '광역시청'은 대구시청이 지난해에 이어 우수 등급을 지킨 가운데 대전시청·광주시청이 새롭게 우수 멤버에 합류했다.

이기동 KMAC 사업가치진단본부 본부장은 "엔데믹(감염병의 풍토병화)으로 전환되며 대면(對面) 고객 접점의 가치가 재조명되고 있다"라며 "온라인으로 결코 대체할 수 없는 고객경험(Customer Experience)을 구현한 기업들이 KSQI 고객접점 부문 1위에 올랐다"고 설명했다.

문미영 객원기자

2022년 KSQI 고객접점 부문 1위

부문	산업	1위 기업	연속 연수
전문 A/S	자동차 A/S(방문서비스)	기아(Auto Q)	9년
		한국지엠(쉐보레)	4년
	가전 A/S(방문서비스)	삼성전자서비스	12년
	휴대전화 A/S	삼성전자서비스	11년
	가정용보일러 A/S(방문서비스)	경동나비엔	4년
	인터넷 & IPTV A/S(방문서비스)	KT	1년(역전)
금융 서비스	생명보험	한화생명	13년
		동양생명	5년
	손해보험	현대해상화재보험	2년
		삼성화재해상보험	1년
	은행	신한은행	12년
		하나은행	7년
	지방은행	광주은행	1년(역전)
		부산은행	1년(역전)
	저축은행	SBI저축은행	1년(역전)
	대형마트	이마트	1년(역전)
유통 서비스	대형슈퍼	GS리테일(GS THE FRESH)	13년
	백화점	현대백화점	4년
		신세계백화점	1년
	전자제품전문점	삼성디지털프라자	1년(역전)
	편의점	BGF리테일(CU)	1년(역전)
	커피전문점	롯데GRS(엔제리너스)	1년(역전)
	제과제빵점	파리바게트	12년
	헬스 & 뷰티전문점	CJ올리브영	4년
	홈패션	알레르망	2년
		한샘	2년
	가구전문점	현대리바트	1년
	수입 인증 중고차	Mercedes-Benz Korea	2년
	직영 중고차	K Car	2년
제조 판매 서비스	홍삼판매점	KGC인삼공사(정관장)	1년(신규 산업)
	국산자동차판매점	한국지엠	10년
	수입자동차판매점	Mercedes-Benz Korea	8년
	주유소	SK에너지(SK주유소)	1년(역전)
	헬스케어전문점(안마의자)	바디프랜드	4년
	생활의료기관	세라젠	2년
일반 서비스	영화관	롯데시네마	3년
		KT	1년(역전)
	이동통신판매점	LG유플러스	1년(역전)
	고속버스터미널	금호터미널(U·square)	13년
		대전북합터미널	1년
부문	렌탈케어서비스(방문서비스)	LG전자 렌탈 & 케어서비스 하이케어솔루션	1년(신규 산업)
	공공기관(기업)	우정사업본부	8년
공공 서비스		한국주택금융공사	8년
		국민건강보험공단	6년
	지자체-광역시청	대구광역시청	2년
		광주광역시청	1년
		대전광역시청	1년

※자세한 조사결과는 KMAC 홈페이지(www.kmac.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

KSQI 고객접점 부문 어떻게 조사했나?

133개 기업·기관 대상 '미스터리 조사'로 진행... 8100회 모니터링 거쳐

올해 KSQI 고객접점 부문 조사는 2021년 8월부터 지난 5월까지 총 34개 산업, 133개 기업·기관을 대상으로 이루어졌다. 평가는 ▲연간 4회 분기별로 측정(2021년 삼사분기~2022년 이사분기)해 특정 시기의 영향을 최소화하고 ▲구조화된 모니터링 시트에 의한 '미스터리 조사(Mystery Survey)'로 진행된다. 사전 교육을 이수한 전문 모니터링 요원이 고객 입장에서 접점을 방문해 순수 서비스 전달 품질 수준을 평가하는 등 총 8100회(기업 당 60~80회)나 모니터링했다.

KSQI는 서비스 제공을 크게 'Before Service(서비스 전 단계)' 'On Service(서비스가 이루어지는 단계)' 'After Service(서비스 후 단계)'로 나눈 뒤, 각 단계에서 지켜야 할 총 11개 주요 차원을 중심으로 평가했다. 'Before Service'에서는 시설환경관리, 맞이인사, 복합·용모 등을 살펴봤고, 'On Service'에서는 종업원의 말투·어감, 경청태도, 친절성, 업무지식, 고객배려 등을 측정했고, 'After Service'에서는 종업원의 배웅인사를 체크했다.

2022년 KSQI 고객접점 부문 서비스품질 경쟁력

산업	기업명	경쟁력	산업	기업명	경쟁력
자동차 A/S	기아(Auto Q)	●1위	커피 전문점	엔제리너스	●1위
	한국지엠 (쉐보레)	●1위		스타벅스커피 코리아	●경합
	르노삼성자동차 (엔젤센터)	●경합		커피빈코리아	●미흡
	현대자동차 (블루핸즈)	●경합		투썸플레이스	●미흡
	SK네트웍스 (스피드메이트)	●미흡	헬스 & 뷰티 전문점	올리브영	●1위
	GS엠비즈 (오토오아시스)	●미흡		랄라블라	●미흡
가전 A/S	삼성전자서비스	●1위	홈패션	로즈	●미흡
	LG전자서비스	●경합		알레르망	●1위
	위니아에이드	●미흡	가구 전문점	세사리빙	●경합
휴대 전화 A/S	삼성전자서비스	●1위		이브자리	●경합
	애플	●경합		한샘	●1위
	LG전자서비스	●미흡		현대리바트	●1위
가정용 보일러 A/S	경동나비엔	●1위	수입 인증 중고차	일룸	●경합
	린나이코리아	●경합		까사미아	●미흡
	귀뚜라미	●경합		Mercedes-Benz Korea	●1위
인 터 넷 & IPTV A/S	KT	●1위		BMW Korea	●경합
	SK브로드밴드	●경합		Audi Korea	●미흡
	LG유플러스	●미흡	수입 인증 중고차	Volkswagen Korea	●미흡
생명 보험	동양생명	●1위	직영 중고차 판매	K Car (케이카)	●1위
	한화생명	●1위		한국인삼공사 (정관장)	●1위
	ABL생명	●경합		지씨바이오 (참다한홍삼)	●경합
	미래에셋생명	●경합		농협홍삼(한삼인)	●미흡
	삼성생명	●경합	국산 자동차 판매점	한국지엠	●1위
	신한라이프	●경합		기아	●경합
	교보생명	●미흡		르노삼성자동차	●경합
	흥국생명	●미흡		현대자동차	●경합
	삼성화재	●1위	수입 자동차 판매점	Mercedes-Benz Korea	●1위
	현대해상	●1위		Audi Korea	●경합
손해 보험	DB손해보험	●경합		Toyota Korea	●경합
	메리츠화재	●미흡		BMW Korea	●미흡
	KB손해보험	●미흡		Volkswagen Korea	●미흡
	신한은행	●1위	주유소	SK에너지	●1위
은행	하나은행	●1위		GS칼텍스	●경합
	IBK기업은행	●경합		현대오일뱅크	●경합
	KB국민은행	●경합		에스오일	●미흡
	NH농협은행	●미흡	헬스케어 전문점 (인바디)	바디프랜드	●1위
	우리은행	●미흡		코지마	●미흡
	SC제일은행	●미흡		휴테크	●미흡
	광주은행	●1위		세라젬	●1위
	부산은행	●1위	생활 의료/가전	누가의료기	●미흡
지방 은행	대구은행	●경합		롯데시네마	●1위
	경남은행	●미흡		CJ CGV	●경합
	SBI저축은행	●1위		메가박스	●경합
저축 은행	에이유저축은행	●경합	이동 전화	KT	●1위
	웰컴저축은행	●미흡		LG유플러스	●1위
	OK저축은행	●미흡		SK텔레콤	●경합
	이마트	●1위	고속 버스 터미널	금호터미널 (U-square)	●1위
대형 마트	롯데마트	●경합		대전북한터미널	●1위
	홈플러스	●경합		부산종합 버스터미널	●미흡
	GS수퍼마켓	●1위		센트럴시티터미널	●미흡
대형 슈퍼	롯데슈퍼	●경합	렌탈 케어 서비스	인천종합터미널	●미흡
	이마트 에브리데이	●경합		LG 하이케어 솔루션	●1위
	홈플러스 익스프레스	●미흡		SK매직	●경합
백화점	신세계백화점	●1위		코웨이	●경합
	현대백화점	●1위	공공 기관	청호나이스	●미흡
	롯데백화점	●경합		우정사업본부	●우수
전자 전문점	삼성디지털프라자	●1위		국민건강보험공단	●우수
	LG베스트샵	●경합		한국주택금융공사	●우수
	롯데하이마트	●경합		도로교통공단	●미흡
	전자랜드	●미흡		국민연금공단	●미흡
	CU	●1위	지자체-광역 시청	대전광역시청	●우수
편의점	GS25	●경합		대구광역시청	●우수
	이마트24	●미흡		광주광역시청	●우수
	미니스톱	●미흡		인천광역시청	●미흡
제과 제빵점	세븐일레븐	●미흡		부산광역시청	●미흡
	파리바게뜨	●1위		서울특별시청	●미흡
	뚜레쥬르	●미흡	※동순위 기업명 가나다 순 ※경합: 산업 평균대비 높은 수준이며, 1위와의 격차가 크지 않아 언제든지 역전 가능 ※미흡: 산업 평균대비 낮은 수준이며, 즉각적이고 지속적인 개선 필요 ※공공기관 및 지자체(광역시청)는 순위 없이 90점 이상은 '우수' 기관으로 선정		

9년 연속 국내 최고 서비스 기업… 비결은 ‘야간 입출고 제도’ 등 고객중심 경영전략

자동차 A/S 부문



기아가 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 자동차 A/S 부문 1위 기업에 올랐다. 기아가 9년 연속 국내 최고의 서비스 기업으로 인정받을 수 있었던 비결은 고객중심 경영 전략에 있다. 기아는 영업시간 외에도 이용할 수 있는 ‘야간 입출고 제도’를 운영 중이다. 예약 시간에 센터 방문이 어렵다면, 전날 밤에 미리 방문해 무인 키(key) 보관함에 차량 열쇠를 보관하면 된다. 그렇게 하면 다음 날 예약



기아 제공
기아는 코로나19 재확산 속에서 쾌적한 실내 환경을 유지해 주는 ‘차량 실내 공기케어 무상서비스’를 실시했다.

시간에 정비가 진행되고, 메시지를 통해 실시간 정비 진행 상태까지 확인할 수 있다. 영업시간 내에 수리 차량을 출고하기 어려

운 상황에도 해당 서비스를 이용할 수 있다. 또한 기아는 정비 협력사 오토큐와 함께 승용·레저용(RV) 등 전 차종 소비자 대상 ‘차

량 실내 공기케어 무상서비스’를 실시했다. 더불어 EV멤버스 고객들을 위한 차별화된 종합 정비 서비스 ‘EEverything Care’도 출시했다. 차량이 최적의 상태를 유지할 수 있도록 출고 월 기준 8년간 8회에 걸쳐 ▲고전압 배터리 ▲모터룸 냉각수 ▲감속기 오일 등의 주요 항목을 무상 점검해 주는 ‘EV 정기 점검 서비스’를 제공한다. 또 구입일로부터 5년 이내 주행 중 배터리 방전과 같은 긴급 상황이 발생하면 고객이 원하는 목적지가 지 이동을 지원해 주는 ‘EV 안심 출동 서비스’도 주목받고 있다.

이 밖에도 기아는 ‘VOC(Voice of Customer)’ 전담 조직을 신설했다. 이곳에서는 다양한 채널에서 유입되는 고객의 소리를 데이터화해 업무에 반영한다.

“손님의 소리 최우선으로 듣겠다” 손님위원회 운영… 참여형 자문단으로 업그레이드

은행 부문



박성호 은행장



하나은행이 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 은행 부문 1위에 선정됐다. 하나은행은 손님의 소리를 최우선으로 듣기 위해 ‘손님위원회’를 운영해 오고 있다. 특히 올해는 단순 자문이나 의견 제시가 아닌 ‘참여형 자문단’으로 업그레이드했다. 이로써 특정 세대와 그룹의 구체적인 요구를 발굴해 제도 개선에 반영 중이다. 더불어 고령자 등 금융 취약계층의 불편



하나은행 제공
하나은행은 금융 취약계층의 불편한 사항을 청취하기 위해 지난달 ‘액티브 시니어 자문단’을 발족하고 은행 정책 운영에 반영하고 있다.

한 사항을 청취, 개선하기 위해 지난달 ‘액티브 시니어 자문단’을 발족하고 은행 정책 운영에 적극적으로 반영하고 있다. 위드 코로나 후 단계적 일상 회복에 발맞

추어 손님들의 새로운 일상을 응원하는 ‘Restart 손님 행복의 날’을 전 영업점서 실시했다. 본부 부서에서는 손님만족 및 소비자보호를 실현한 우수 영업점과 우수 직

원을 선정·인증하는 명가(名家)와 명인(名人)제도도 운영하고 있다. 더 나아가 ▲임직원 금융소비자보호 윤리 역량 강화 과정 전(全) 직원 수료 ▲하나원큐 ‘금융사기예방서비스’ 오픈 ▲금융감독원과 함께 ‘보이스피싱 예방 라이브 방송’ 실시 ▲‘소비자리스크 모니터링 시스템’ 개발 ▲음성기반으로 금융 상담이 가능한 AI(인공지능) 콜봇 서비스 오픈 등 다양한 소비자보호 강화 활동까지 전개하고 있다. 박성호 은행장은 “서비스 품질지수 고객접점 7년 연속 1위 선정을 계기로 디지털 시대에 맞는 새로운 ‘손님 관리’ 출발을 다짐한다”며 “앞으로도 하나은행은 손님 한 분 한 분에게 진심과 정성을 다하겠다”고 밝혔다.

매년 고객 센터 직원에 CS스킬업·매니저 교육… 자율독서 학습·감정관리 교육도 병행

생명보험 부문



저우귀단 대표



동양생명이 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 생명보험 부문 1위 기업으로 선정됐다. 동양생명은 매년 고객센터 직원에게 CS스킬업(skill up) 및 매니저 교육 등 직급별 맞춤 프로그램은 물론, 자율 독서 학습 등 감성 관리 교육도 병행한다. 최근에는 디지털 전환에 속도를 높이고 있다. 동양생명은 보다 간편하게 보험료를 납부할 수 있는 ‘카카오페이 보험료 납부 서비스’를 오픈



동양생명 제공
동양생명은 ‘수호천사’라는 별칭에 걸맞게 서비스 품질 개선에 힘쓴 결과, 5년 연속 생명보험 부문 1위에 올랐다.

했다. 이용자들이 별도의 계좌번호나 카드 번호 정보를 보험사에 제공할 필요가 없어져, 편의성이 한층 개선됐다. 동양생명은 비대면 서비스 접점인 ‘엔젤

컨택센터’를 통한 서비스 품질 개선에도 힘쓰고 있다. 직원들의 직무 만족도를 높이는 동시에 고객들에게는 더욱 맞춤화된 서비스를 제

공하기 위해 ▲상시 모니터링 ▲우수 상담원 시상 ▲신입사원 코칭 시스템 등을 운영하고 있다. 이번 아니라 지난 4월에는 상담원 지식관리 시스템인 KMS(Knowledge Management System)를 오픈해 한층 신속하고 정확하게 안내할 수 있게 했다. 지난해 11월에는 네이버클라우드와 협업한 ‘AI(인공지능) 컨택센터’도 열어 차별화된 고객 경험을 이끌어 내고 있다. 동양생명 관계자는 “5년 연속 생명보험 부문 고객접점 조사 1위를 기록한 것은 물론, 당사 역대 최고 점수를 기록했다”며 “그런 점에서 이번 수상은 더욱 의미가 깊다”고 밝혔다. 또 “앞으로도 고객과 만나는 접점에서 항상 ‘고객 가치 극대화’를 우선시하고, 이를 바탕으로 지속 가능한 성장도 이루어 나갈 것”이라고 말했다.

고객 맞춤형 가전케어 서비스 지속 도입… 찾아가는 서비스 케어매니저 제도 운영

렌탈케어서비스 부문



김필준 대표



LG전자의 자회사인 렌탈케어서비스 제공 업체 하이케어솔루션이 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 렌탈케어서비스 부문 1위 기업으로 선정됐다. KSQI는 전문 평가단이 직접 서비스를 체험하고 품질 수준을 평가하는 지표로, 렌탈케어서비스는 올해 처음 시행하는 산업군(群)이다. 하이케어솔루션은 변화하는 고객의 니즈(needs)를 반영한 ‘고객 맞춤형’ 가전케어



LG 하이케어솔루션 제공
LG 하이케어솔루션은 제품이 늘 최상의 성능을 유지할 수 있도록 ‘찾아가는 서비스’인 케어매니저 제도도 운영하고 있다.

서비스 정책을 지속적으로 도입해 왔다. 그 뿐만 아니라 체계적인 고객만족경영시스템 구축 및 운영으로 차별화된 서비스를 제공하고 있다. LG전자는 제품이 늘 최상의 성능을 유지

할 수 있도록 케어매니저(care manager)제도도 운영하고 있다. 이것은 케어매니저가 정기적으로 고객을 방문해 관리하는 신개념 가전케어서비스이다. 케어매니저는 ▲핵심부품 교체 ▲토털 클리닝 ▲성능 점

검 ▲위생 상태 확인 등 철저한 관리 서비스를 제공한다. 현재 가전케어서비스는 ▲정수기 ▲에어컨 ▲공기청정기 ▲안마의자 ▲식기세척기 ▲식물재배기 등 꾸준히 관리가 필요한 생활가전 11종을 대상으로 이루어지고 있다. 앞으로 서비스 대상 제품을 확대할 계획이다. 단순히 제품을 임대하는 렌탈 서비스에 비해 높은 전문성과 진정성을 갖춘 LG전자의 가전케어서비스는 세심한 관리로 고객이 보다 더 편리하고 쾌적하게 가전제품을 사용할 수 있도록 지원하고 있다. 김필준 대표는 “차원이 다른 가전케어서비스로 고객이 일상생활에서 LG 생활가전의 차별화된 가치를 누릴 수 있도록 지속적으로 노력하겠다”고 전했다. 정리=이예은 객원기자

업계 최다 178개 서비스센터 운영, 수리비 무상 혜택 제공하는 사전점검 서비스도… 고객 중심 서비스위해 CS패널단 운영

가전 A/S·휴대전화 A/S 부문

SAMSUNG
삼성전자서비스

송봉섭 대표



삼성전자서비스가 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 전문 A/S 서비스 중 가전 A/S·휴대전화 A/S 각 부문 1위 기업으로 선정됐다. 삼성전자서비스는 고객 친화적인 서비스 정책, 엔지니어 전문성 등의 항목에서 높은 점수를 받아 ‘가전 A/S 12년 연속’ ‘휴대전화 A/S 11년 연속’ 1위에 선정되며 서비스업계 선두 주자임을 증명했다. ◇전국 어디에서나 빠르고 정확한 고객 친화 서비스

삼성전자서비스는 고객이 전국 어디에서나 빠르고 정확한 제품 상담 및 점검을 받을 수 있도록 업계 최다인 178개 서비스센터를 운영하고 있다. 서비스센터 방문이 힘든 오지(奧地) 거주 고객을 위한

서비스도 제공 중이다. 휴대폰 수리 장비가 탑재된 버스를 파견하고, 백령도·울릉도 등 섬에 거주하는 고객을 위한 ‘가전제품 특별 점검 서비스’도 매해 시행하고 있다. 또한, 고객이 원하는 장소에 방문해 점검해주는 ‘휴대폰 방문 서비스’까지 운영 중이다.

삼성전자서비스는 고객이 제품을 언제나 최상의 성능과 상태로 사용할 수 있도록 고객 친화적인 서비스 도입에 앞장서고 있다. 특히 에어컨 수리가 집중되는 여름에 고객이 편리하게 제품을 사용하도록 다양한 정책을 시행 중이다. 매년 3월에서 6월 초까지 에어컨을 미리 점검받는 고객에게 수리비 무상 혜택을 제공하는 ‘사전점검 서비스’를 적극적으로 실시하고 있다. 엔지니어가 가전제품 수리 방문 시 고객이 접수한 제품 외 다른 제품을 추가로 무상 점검해주는 ‘플러스 점검 서비스’도 시행 중이다.

더불어 가전제품 관리에 전문가의 손길이 필요한 고객을 위한 ‘삼성케어플러스 가전/TV 서비스’도 선보였다. 삼성전



삼성전자서비스 제공
삼성전자서비스 전문 엔지니어가 고객 집에 방문해 에어컨 필터 관리법을 설명하고 있다.

자서비스 전문 엔지니어가 에어컨·냉장고·세탁기 등을 항상 최적의 상태로 사용할 수 있도록 관리·세척해준다. ◇다양한 니즈를 충족하는 고객 중심 서비스

삼성전자서비스는 고객의 니즈에 예민



삼성전자서비스센터에서 전문 엔지니어가 고객에게 휴대폰 사용법 등을 알려주며 상담하고 있다.

하고 신속하게 대응하며 고객 중심 서비스 정책에 반영하고 있다. 그 일환으로 ‘CS 패널단’을 운영 중이다. 임직원 가족으로 구성된 ‘CS 패널단’은 서비스에 대한 높은 이해도로 전반적인 영역에서 개선 사항을 제안하고 있다.

A/S의 핵심이라고 할 수 있는 엔지니어 역량 향상에도 최선을 다하고 있다. 매년 ‘서비스 기술경진대회’를 개최해 엔지니어의 수리 기술력과 전문성 향상을 꾀하고 있다. 고객 만족도 평가에서 최고 점수를 받

은 엔지니어를 선발하는 ‘CS 달인’ 제도도 운영하고 있다.

한편, 청각·언어 장애 고객이 수리 접수 및 제품 문의 등을 원활하게 할 수 있도록 특화된 정책을 시행하고 있다. ‘수어(手語) 상담 서비스’는 공인 자격을 갖춘 전담 통역사가 청각·언어장애 고객과 수어로 소통하는 서비스다. 더욱 편리한 서비스를 위해 태블릿, PC 등 다양한 기기를 활용하고 있다. 또한, 점역사(點譯士)가 시각 장애 고객의 입장에서 제품 사용 방법 및 주요 기능 등을 안내하는 맞춤형 상담 서비스를 비롯해 음성으로 설명하는 내레이션 기능도 제공 중이다.

모든 고객이 홈페이지를 간편하게 이용할 수 있도록 과학기술정보통신부가 주관하는 ‘웹 접근성 품질인증’도 획득했다.

삼성전자서비스는 앞으로도 고객이 삼성전자 제품을 편리하게 사용할 수 있도록 차별화된 서비스 정책을 지속해서 개발해 계획이다.

함께하는 성장·서비스의 ‘디지털화’ 매진…‘이브닝플러스’ 영업점 도입

은행 부문

신한은행

진옥동 은행장



신한은행이 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 은행 부문 1위 기업으로 선정됐다. 국내 금융권 최초로 ‘고객만족경영’을 도입한 신한은행은 ‘함께하는 성장’과 서비스의 ‘디지털화’에 매진하고 있다. 신한은행은 평일 저녁과 토요일에도 은행 업무를 볼 수 있는 ‘이브닝플러스 영업점’을 도입했다. 디지털영업부 직원이 화상 상담창구인 디지털 데스크로 실시간 응대해 대출·펀드 등 창구에서 이뤄지는 업무의 90% 이상을 처리할 수 있다. 미래형 혁신 점포 모델인 ‘디지로그브랜치’도 운영 중이다. 고객이 화상 상담 창구에서 전문 직원과 원격으로 업무를 처리할 수 있다. 이를 통해 금융 취약 계층의 접근성을 크게 향상해 나가고 있다. 또한, 시니어 맞춤 자동화기기(ATM)



신한은행 제공
신한은행은 평일 저녁과 토요일에도 은행 업무를 볼 수 있는 ‘이브닝플러스 영업점’을 도입했다.

를 전 영업점으로 확대하고 있다. 해당 ATM은 ▲큰 글씨 ▲쉬운 언어 ▲뚜렷한 색상 대비 ▲70% 감속한 안내 음성 등으로 시인성(視認性)과 편의성을 강화했다. 더불어 금융권 최초로 시니어 고객을 위한 디지털 맞춤 영업점을 서울 관악구 신림동에 선보였다. 신한은행은 이러한 새로운 가치와 경험을 고객 관점에서 제공하기 위해 채널별 맞춤 고객 만족도 조사인 ‘Good 서비스 경험조사’까지

실시하고 있다.

한편, 혁신금융 지원 등 사회적 가치 창출에도 적극 나서고 있다. 시중은행 최초로 금융기관의 환경·사회적 책임 이행을 위한 적도원칙(Equator principle)에 가입했다.

금융권 최초로 국제 환경보증기관 ‘GGC’와 업무협약을 맺는 등 글로벌 ESG(환경·사회·지배구조)에도 박차를 가하고 있다.

38개 고객센터, 금융업무서 종합 재무 설계까지 원스톱 서비스

생명보험 부문

한화생명

여승주 대표



한화생명이 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 생명보험 부문 1위 기업으로 13년 연속 선정됐다.

한화생명은 1946년 설립된 대한민국 최초의 생명보험사로서 ‘경제적 풍요로움과 함께 인생의 솔루션을 제공하는 금융’을 비전으로 삼고 있다. 확고한 고객 중심경영 철학과 차별화된 경쟁력으로 고객과 함께 성장하고 있다. 한화생명은 전국 38개 고객센터에서 보험·펀드·신탁·대출 등 금융 업무부터 상담 FP(자산관리사)의 종합 재무 설계 서비스까지 원스톱으로 제공한다. 장애인·노약자·임산부 등 금융소외 계층 고객 맞춤형 ‘사랑 나눔 창구’를 전 고객센터에서 운영 중이다.

한편, 고객센터 근무자 대상으로 문화예술품을 활용한 감성 치유 프로그램을 제



한화생명 제공
한화생명은 전국 38개 고객센터에서 금융 업무는 물론 상담 FP의 종합재무설계 서비스까지 제공하고 있다.

공하는 ‘마음 건강 챙기기’ 프로젝트도 시행하고 있다. 근무자들의 심리적 안정은 고객서비스 성과에 긍정적인 영향을 미치고 있다. 또한, 감정노동자와 관련한 사회문제 완화에 기여하고, 예술 강사에게는 역량 강화와 경력 유지에 도움을 주는 등 사회적 가치까지 창출하고 있다.

한화생명은 디지털 고객센터서도 업무 편의와 고객 재산 보호에 최선을 다하

고 있다. 한화생명 모바일 앱은 공인인증 없이 간편비밀번호 등록만으로 보험 가입부터 지급까지 다양한 업무를 처리할 수 있다. 또한, 보이스피싱 방지 시스템을 도입해 고객이 한화생명 애플리케이션을 실행하면 휴대폰 내 악성 애플리케이션을 실시간 탐지한다. 이러한 노력으로 다양한 사례의 금융 사고를 미연에 방지해 경찰서로부터 감사장을 받았다.

“색다른 브랜드 경험”… 미래형 매장 랩 오브 파riba게뜨 판교에 오픈

제과제빵점 부문

PARIS BAGUETTE

황재복 대표



파리바게뜨가 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 제과제빵점 부문 1위 기업으로 선정됐다.

1988년 첫 매장을 열고 프랑스풍 베이커리 문화를 선보여 온 파리바게뜨는 색다른 브랜드 경험을 제공하는 지역 차별화 전략을 새롭게 펼친다. 그 첫 시도로 로컬라이징(localizing·지역화)과 디지털라이징(digitalizing·디지털화)을 적용한 미래형 매장 ‘랩 오브 파리바게뜨(Lab of Paris Baguette)’를 경기도 판교에 오픈했다.

IT 기업이 집결된 판교의 지역적 특성을 반영해 첨단 디지털 시스템을 적용한 ‘연구소(LAB)’ 콘셉트의 직영 매장이 다.



파리바게뜨 제공
파리바게뜨는 지난 5월 경기도 성남시 판교역 앞에 ‘랩 오브 파리바게뜨’를 열었다. IT기업이 집결된 판교의 지역적 특성이 반영된 연구소 콘셉트 직영 매장이었다.

매장 간판과 내부 벽면에 LG디스플레이와 협업한 대형 투명 OLED를 적용해 시각적인 효과를 강조했으며, 무인 픽업 박스와 무인 결제 시스템 ‘해피스테이션’ 등 다양한 비대면 시스템도 적용했다.

한편, 고객 데이터와 소셜 버즈(social buzz·소셜미디어 입소문)를 분석해 이곳에서만 만날 수 있는 다양한 한정판 제품까지 선보였다. 대표 제품인 ‘판교호 감샌드’는 인기 지역 한정판 제품인 ‘제주마음샌드’와 ‘가평맛남샌드’의 판교

버전으로, 두뇌 회전에 좋은 호두를 사용해 이곳을 상징하는 창의성과 스마트함을 표현했다.

바삭한 쿠키 사이에 호두·버터크림·캐러멜을 넣었고, 다양한 표정을 쿠키에 이모티콘처럼 각인했다. 이 밖에도 ▲디자인 셀러드 ▲애쉬레 버터 실기롤케익 ▲오터 메이드 케이크 ▲커피 스테이션 등이 있다.

애견 문화가 활성화된 판교의 특성을 적용해 반려견용 프리미엄 베이커리 ‘파바DOG’도 운영한다.

두 다리 따로 움직이는 ‘팬텀 로보’ 출시, 헬스케어 로봇 시작 알려

헬스케어전문점(안마의자) 부문

BODYFRIEND

지성규 총괄부회장



바디프랜드가 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 헬스케어전문점(안마의자) 부문 1위 기업으로 선정됐다.

바디프랜드는 ‘건강수명 10년 연장’을 목표로 최근 5년간 808억원을 연구·개발비로 투자했다. 2016년 업계 최초로 설립된 ‘메디컬R&D센터’에서는 정형외과·한방재활의학과·신경과 등 분야별 전문의와 의공학자 등 연구 인력이 누구도 선보이지 않은 헬스케어 프로그램을 개발하고 있다. 특히 손맛에 가까운 마사지를 구현하는 ‘핑거 무빙(Finger Moving)’은 바디프랜드만의 원천 기술로, 대표 제품인 더파라오·더팬텀 등에 적용된 ‘XD-Pro(프로) 마사지’ 모듈의 핵심이다.



바디프랜드 제공
바디프랜드가 최근 ‘팬텀 로보’ 출시로 헬스케어 로봇의 시작을 알렸다. 바디프랜드 전속모델 비가 ‘팬텀 로보’에 앉아 마사지를 받고 있다.

최근에는 두 다리 안마부가 따로 움직이는 안마의자 ‘팬텀 로보(Phantom Rovo)’를 출시하며 헬스케어 로봇의 시작도 알렸다. 이 제품은 안마의자에 ‘앉는다’는 고정관념에서 탈피해 좌우 양방에 하나씩 ‘착용한다’는 디자인 콘셉트를 적용했다. 두 다리를 자유롭게 함으로써 새로운 형태의 마사지 패턴 설계도 가능해졌다. ‘로보 워킹 테크놀로지(Rovo Walking Technology)’를 통해 장요근·이삭근·햄스트링 등 코어 근육

및 하체 근육 부위까지 스트레칭을 할 수 있게 됐다. 제품과 품질에 대한 자신감은 차별화된 서비스로 이어졌다. 바디프랜드에는 업계 유일의 전 제품 5년 무상 A/S를 제공하는 ‘5년 책임 프로그램’이 있다. 또한, 대다수의 판매점을 대리점이 아닌 직영점으로 운영한다. 전국 131개 직영 전시장에서 전문화된 영업 직원의 안내를 받을 수 있다. 정리=김수정 객원기자

카매니저 온라인 교육, 전문적인 상담 서비스에 고객 만족

국산자동차판매점 부문



로베르토 램펠 대표



쉐보레가 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 국산자동차판매점 부문 10년 연속 1위를 기록했다.

1911년 미국 디트로이트에서 출범한 쉐보레는 전 세계 79개 국가에서 320만 대 이상의 승용차와 픽업트럭을 판매하고 있는 GM의 글로벌 자동차 브랜드이다. 쉐보레 제품의 특징으로 ▲연료 효율이 높은 성능과 디자인 ▲탁월한 안정성 ▲사용하기 쉬운 테크놀로지 등을 꼽을 수 있다. 쉐보레는 코로나19 이후 온라인 교육 프로그램 개발 등 서비스 품질을 높이기 위한 사내 교육에 힘쓰고 있다. 더불어 쉐보레 아카데미도 운영해 영업인들의 전문성 향상에 기여하고 있다. 쉐보레 매장을 찾은 고객들은 전문적인 차량 지식으로 무장한 카매니저들에게



한국지엠 제공

쉐보레는 고객들에게 보다 전문적인 상담 서비스를 제공하기 위해 카매니저 대상으로 온라인 교육을 실시하고 있다. 사진은 쉐보레 ‘타호 하이컨트리’.

만족감을 나타내고 있다.

쉐보레는 빈틈없는 코로나19 방역 체계를 구축해 고객 안전까지 지켜가고 있다. ▲시승 및 전시 차량의 손잡이 ▲스티어링 휠 ▲기어 노브 ▲각종 버튼 등 손이 자주 닿는 곳을 집중 소독하고 있다. 쉐보레는 카카오톡을 이용한 비대면 시승 예약 및 계약을 진행해 고객들로부터 호평받기도 했다. 앞으로도 고객 니즈를 반영해 다양한 형태로 발전시켜 나갈

예정이다.

한편 쉐보레는 지난 2005년 설립한 사회복지법인 지엠타마을재단과 함께 다양한 사회공헌 활동도 펼치고 있다. 지속 가능한 환경, 교육 및 안전 등 GM의 사회 공헌 가치와 연계한 지원 사업을 이어가고 있다. 올해 상반기에는 지역 취약 계층에 스파크 10대를 기부했으며, 지난 2005년부터 올해까지 총 665대 차량을 전달했다.

업계 최초로 무상·유상 차량건강검진 세분화… 고객 맞춤형 서비스

자동차 A/S 부문



쉐보레가 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 자동차 A/S 부문 4년 연속 1위 기업으로 선정됐다.

쉐보레는 완벽한 정비 서비스를 통해 평생 고객을 창출한다는 철학으로 고객 만족도를 높이고 있다. 전기가차 시대로 빠르게 변화하고 있는 산업 환경에 발맞춰 첨단 디지털 서비스를 강화하고 있다.

쉐보레는 서울 양평동에 서울직영서비스센터를 설립해 정규 CS교육인 논테크(non tech) 커리큘럼을 운영하고 있다. 이처럼 기본에 충실한 교육을 통해 인재 양성은 물론 현장에서 실천하게 해 고객 만족도까지 높이고 있다.

쉐보레의 사전점검 서비스는 VHC(Vehicle Health Check·차량건강검진)로 진행되고 있다. 이를 FVHC(Free



한국지엠 제공

쉐보레는 업계 최초로 FVHC(Free VHC·무상)와 PVHC(Paid VHC·유상)로 나눠 정밀진단 점검 서비스를 실시하고 있다.

VHC·무상)와 PVHC(Paid VHC·유상)로 세분화해 고객의 요청 위주로 차량을 정밀진단하고 있다. 이러한 쉐보레의 맞춤형 서비스는 업계 최초이며 고객들로부터 좋은 반응을 얻고 있다. 또한, 쉐보레는 수리 진행 상황 모니터링 시스템을 구축해 고객과 정비사의 시간을 최적화하고 있다.

이외에도 쉐보레는 고객이 직접 센터에 오지 않아도 정비 받을 수 있는 ‘프리

미엄 케어 서비스’ 뿐만 아니라 자동차 보유 기간 동안 편리하게 이용할 수 있는 ‘프리미엄 케어 플러스 서비스’ 등 고객 만족을 위해 지속적으로 노력하고 있다.

한편 쉐보레는 미래 자동차는 하이테크 기술의 집합체가 될 전망이다 만큼, 관련 서비스 개발에 힘쓰고 있다. 미래기술 진단 및 정비 중장기 로드맵을 구축했으며 체계적인 교육 시스템으로 첨단 인재를 육성하고 있다.

디지털 소외계층의 금융 편의성 제고를 위한 다양한 서비스 마련

지방은행 부문

BNK 부산은행

안감찬 은행장



부산은행이 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 지방은행 부문 1위에 올랐다.

최근 국내외 금융시장은 급격한 변화와 다양한 상품의 등장으로 금융소비자 권의 보호에 대한 목소리가 높아지고 있다. 이에 부산은행은 금융소비자 권의 보호를 위해 대면부터 비대면 채널까지 다양한 접점을 만들어 가고 있다. 또한 ▲고객만족도 조사 ▲고객패널 및 정책자문단 등을 활용해 고객의 소리를 경청하고 업무에 반영하고 있다. 이를 토대로 ▲상품 개발 ▲서비스 강화 ▲제도 개선도 진행하고 있다. 더불어 금융소비자 피해를 예방하기 위한 전담조직까지 신설해 불완전판매 예방활동을 강화하고 있다.

급격한 디지털화에 대응하기 위해 업



부산은행 제공

부산은행은 고객패널 및 정책자문단 등을 활용해 고객의 소리를 경청하고 업무에 반영하고 있다. 사진은 제5기 고객패널 언택트 발대식 장면.

무혁신 및 고객채널 다양화뿐만 아니라 고객센터의 VOC 대응에도 총력을 기울이고 있다.

한편 부산은행은 금융소외계층을 위한 서비스 강화에 앞장서고 있다. 은행권 최초로 ‘시니어 서포터즈’ 제도를 도입해 노령층 고객이 많은 점포에 배치했다. 이를 통해 시니어 일자리 창출에 기여하고 있다.

또한 고령 금융 소비자·장애인들을 위한 ‘행복한 금융 맞춤 창구’를 운영하고 ‘찾아가는 부산은행 어르신 창구’ 서비스의 일환으로 소형 이동 점포를 운영하고 있다. 사회공헌 활동도 지속적으로 확대하고 있다. 지난 2003년 국내 금융회사 최초로 사회공헌 전담조직을 신설했으며 최근 5년간 당기순이익의 13.9%를 사회공헌 사업에 사용했다.

우편 서비스는 기본, 코로나19 재택치료키트 배달·소외계층 지원까지

공공서비스(공공기관)부문

우정사업본부

손승현 본부장



우정사업본부가 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2022 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)’ 고객접점 조사에서 공공서비스(공공기관) 부문 정상을 차지했다. 1884년 우정총국으로 출발한 우정사업본부는 138년 동안 끊임없는 변화와 혁신을 통해 성장해 왔다. 우정사업본부는 고객의 요구에 따라 최상의 서비스를 제공하기 위해 지속적으로 노력하고 있다.

우정사업본부의 주력 사업은 편지·소포·EMS 등 우편물을 접수하고 배달하는 우편서비스다. 지역경제 활성화를 위한 우체국쇼핑과 국민 편의 증진을 위한 알뜰폰 판매 등 다양한 서비스도 함께 제공하고 있다. 수의창출뿐만 아니라 국가 기관으로서의 사회적 책임을 다하고 있다. 코로나19 재택치료키트 배달은 물론 소외계층에 대한 사회복지, 정보화 지원,



우정사업본부 제공

우정사업본부는 민원 통계를 분석해 제도 개선에 활용하는 등 고객 불편 최소화에 힘쓰고 있다.

장학 및 기부·협찬 등의 공익사업을 꾸준히 펼치고 있다. 특히 우정사업본부는 ▲외화 현금 배달 ▲자율주행 무인우체국 등과 같은 특화 서비스까지 발굴하며 시대 변화에 적극 대응하고 있다.

한편 우정사업본부는 고객 만족도를 높이기 위해 노력하고 있다. 우체국 이용자 대상으로 매월 서비스별 만족도를 측정하고 문제점도 발굴해 고객 중심으로 업무 프로세스를 개선하고 있다. 이와 함께 국민신문고 및 민원 통계를 분석해 제

도 개선에 활용하는 등 고객 불편 최소화

에 힘쓰고 있다. 또한 지자체와 협업해 복지 사각지대 발굴을 위한 복지등기 시범사업을 7월부터 시행하고, 우체국 유휴 공간에 발달장애인 채용 카페 운영 등도 계획하고 있다. 이처럼 우정사업본부는 폭넓은 전국 우체국의 물적·인적 인프라로 이익 창출과 복지사업을 동시에 추진하며 정부기관으로서의 사회적 책무까지 다하고 있다.

정리=이보라 객원기자

35th The Management Grand Awards

2022 韓國의經營大賞

'한국의경영대상'은 총체적 경영혁신을 통해 글로벌 경쟁력을 확보하고 국내 산업계를 선도하고 있는 기업 및 기관에게 고객과 각 분야의 전문가가 그 뜻을 모아 드리는 대한민국 최고 권위의 賞입니다.

운영일정

6.22 8.22 10.28 12.6

○ ○ ○ ○

↓ ↓ ↓ ↓

응모 공적서 작성 및 심사 시상식

설명회 응모 (서류·현지·종합심사) (서울신라호텔)

응모문의

담당자	전화번호	이메일
이은지 컨설턴트	02-3786-0546	ejlee@kmac.co.kr

상담신청

응모부문

[Management 평가] 특정 응모부문과 관련하여 경영정책 및 경영시스템을 바탕으로 한 경영 전반에 걸친 평가

고객만족대상		경영혁신	
고객만족경영	소비자보호	직원만족경영	

ESG경영대상 *

사회적가치	상생경영	안전경영	인권경영
지속가능경영	친환경경영	탄소중립	투명경영

* ESG경영대상은 통합부문으로 응모가능. 수상기업의 부문명은 ESG경영으로 표기

마케팅대상

브랜드경영	신뢰경영
-------	------

디지털혁신대상

디지털혁신	플랫폼혁신	기술혁신
-------	-------	------

[Practice 평가] 특정 분야에서 혁신적인 성과로 타 기업에 모범이 되는 사례 또는 상품에 대한 평가

Innovation Best Practice

[지속가능성보고서 평가] 이해관계자에게 투명성 제고를 목적으로 발간하고 있는 지속가능성보고서에 대한 평가

지속가능성보고서