

①



②



기아 제공

③



신한은행 제공

④



삼성전자서비스 제공

①

기아는 전차량 관람부터 시승, 구매, 브랜드 체험까지 가능한 복합 체험 거점 '기아 인천 플래그십 스토어'를 지난 4월 공식 개관했다.

②

국내 금융권 최초로 '고객만족경영'을 도입한 신한은행은 시대 변화에 맞춰 차별적 서비스를 제공해 왔다. 사진은 정상혁 은행장.

③

삼성서울병원 건강의학센터는 250여 명의 전문 의료진이 신뢰성 높은 의료서비스를 제공한다.

④

삼성전자서비스는 고객이 어디서나 삼성전자 제품을 편리하게 사용할 수 있도록 업계 최고의 서비스 인프라 구축과 운영에 힘썼다.

“기업 서비스 품질 글로벌 수준… 친절한 고객 응대 넘어 진정성 있는 점점서비스 실현돼야”

KSQI 전체 평균점(연도별)

(단위: 점)

연도	평균점
2010	91
2011	91
2012	90
2013	91
2014	90
2015	90
2016	90
2017	90
2018	91
2019	92
2020	92
2021	92
2022	93
2023	93

2023년 제14차 한국산업의 서비스품질지수

한화생명·신한은행·파리바게뜨
삼성전자서비스·기아 등
10년 이상 연속 1위

한국능률협회컨설팅(KMAC·대표이사 사장 한수희)이 “2023년 제14차 한국산업의 서비스품질지수(이하 KSQI) 고객접점 부문” 조사 결과를 18일 발표했다. KSQI는 한국산업의 서비스품질에 대한 고객 체감 정도를 나타내는 지수(指數)다.

기업의 상품 및 서비스를 전달하는 점점(接點)에서 서비스품질 수준을 평가하는 국내 유일의 제도이다.

◇KSQI 고객접점 부문별 주요 특징

2017년 이후 점진적 지수 상승이 나타났던 KSQI는 올해 93점의 높은 서비스품질 평가를 기록했다. KSQI 평균 이상인 산업은 전체 36개 중 21개였다. 반면, 평균 미만인 산업의 서비스품질은 전반적으로 하락하는 추세였다.

올해 36개 조사 대상 산업 중 ▲17개 산업이 전체 평균인 93점 초과 ▲4개 산업이 평균 수준 ▲15개 산업이 평균 미만으로 조사됐다. 신규 산업군인 ‘대형항공(FSC)(98점)’ ‘건강검진센터(97점)’ ‘저비용항공(LCC·96점)’은 우월한 서비스 품질을 보였다.

‘인터넷 & IPTV AS(97점)’ ‘생명보험’ ‘수입자동차판매점’ ‘렌탈케어서비스’ ‘가전 AS(이상 96

점)’ 등도 지난해에 이어 월등한 평가를 받았다.

지난해보다 9개 산업에서 서비스품질이 좋아졌다. 특히 ‘저축은행(89점 ▲5)’ 산업이 눈에 띄는 상승세를 보였다. 반면 9개 산업에서 서비스품질이 하락했다. ‘전자제품전문점(92점 ▼3)’ ‘대형마트(90점 ▼3)’ 산업은 평균 이하의 서비스 품질을 기록했다.

올해 KSQI의 가장 큰 특징은 서비스품질이 평균 이상 산업인 경우 지난해보다 상승·유지 추세였지만, 평균 미만 산업은 전반적으로 서비스 품질이 하락했다는 것이다.

KSQI 고객접점 부문에는 각 산업의 특성에 따라 6개의 서비스 대(大)분류가 있다. 그중 ‘제조 서비스(94.4점 ▲0.8)’ ‘일반 서비스(93.3점 ▲0.8)’ ‘전문 AS 서비스(94.1점 ▲0.4)’에서 지수 상승을 보였다. 반면 ‘공공 서비스(89.7점 ▼1.0)’ ‘유통 서비스(91.0점 ▼0.5)’는 하락했고, ‘금융 서비스(94.2점 ▼0.1)’는 지난해와 비슷한 수준을 유지했다.

KSQI는 서비스 제공 단계를 ‘Before-On-After’로 구분해 서비스 품질을 평가한다. Before Service에서 ‘시설/환경관리’는 100점을 유지했고, ‘복장/용모/이름(88.5점 ▲3.2)’은 상승했다. 직원의 ‘맞이인사(87.3점 ▼2.6)’는 지난해보다 하락했다.

On Service에서는 ‘고객배려’ 이외의 나머지 항목에서 90점 중후반대 높은 점수를 기록했다. 그중 ‘고객배려(68.2점 ▲7.0)’가 가장 큰 폭으로 상승했다. After Service의 ‘배웅(꺾)인사(87.4점 ▼3.6)’는 지난해 크게 지수가 상승했지만, 올해는 ‘맞이인사’와 함께 낮게 평가됐다.

◇한화생명·신한은행·삼성전자서비스·기아 등 10년 연속 이상 1위

2010년 첫 조사 이후 10년 연속 서비스 품질 1위를 달성한 기업은 9개였다. 한화생명(생명보험)·GS수퍼마켓(대형슈퍼)이 14년 연속 1위를 기록했다. 신한은행(은행)·파리바게뜨(제과제빵점)·삼성전자서비스(가전 AS 및 모바일IT기기 AS)·한국지엠(국산자동차판매점)·기아(자동차 AS) 등이 매년 우월한 서비스 품질로 정상의 자리를 지켰다.

역전되거나 경쟁에서 뒤처진 기업도 존재했다. 전체 36개 산업(46개 1위·우수 기업·기관) 중, 13개 산업에서 1위와 우수가 변동됐다. 역전 또는 단독 1위로 올라선 기업도 있다. 이브자리(호텔업)와 SK텔레콤(이동전화전문점)은 ‘역전 1위’ 주인공이 됐으며 현대해상(손해보험)·신세계백화점(백화점) 등은 경쟁 우위로 단독 1위를 차지했다.

◇대한항공·삼성서울병원·신라면세점 신규산업 1위

KSQI는 대면접점 산업군(群)을 매년 확대하고 있다. 지난해에는 ‘렌탈케어서비스’ ‘홍삼판매점’ 등을 신규 평가했으며, 올해는 총 4개 산업을 KSQI 기준에 따라 새롭게 조사했다. ▲대한항공(FSC) 산업에서는 ‘대한항공’ ▲저비용항공(LCC)에서는 ‘진에어’ ▲건강검진센터에서는 ‘삼성서울병원’ ▲면세점에서는 ‘신라면세점’이 각각 최초 1위에 올랐다. 특히 항공 및 건강검진센터 산업군은 첫 조사임에도 월등한 서비스 품질과 이행 수준을 보였다.

이기동 KMAC 사업가치진단본부 본부장은 “우리 기업의 서비스 품질 수준은 글로벌 기업과 견주어도 손색없다”라며 “그렇지만 친절하고 고객 응대를 넘어 고객 공감으로 진정성 있는 점점서비스가 실현돼야 한다”라고 강조했다.

문미경 객원기자

■ 2023년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점부문 1위

대분류	산업	1위 기업	연속연수	조사대상 주요 기업 (*동순위 가나다 순)
금융 서비스	생명보험	한화생명[98] 동양생명[98]	14년 6년	ABN생명[97], 미래에셋생명[96], 삼성생명[96], 신한라이프[96], 흥국생명[96], 교보생명[95]
	손해보험	현대해상화재보험[97]	3년	DB손해보험[96], 삼성화재[96], 메리츠화재[95], KB손해보험[94]
	은행	신한은행[95] 하나은행[95]	13년 8년	IBK기업은행[93], 우리은행[93], KB국민은행[92], NH농협은행[92], SC제일은행[91]
	지방은행	광주은행[94] 부산은행[94]	2년 2년	대구은행[93], 전북은행[91], 경남은행[85]
	저축은행	SBI저축은행[90]	2년	OK저축은행[89], 웰컴저축은행[89], 애뮤저축은행[88]
	대형마트	이마트[91]	2년	롯데마트[90], 홈플러스[88]
유통 서비스	대형슈퍼	GS리테일(GS THE FRESH)[89]	14년	아마트에브리데이[88], 롯데슈퍼[87], 홈플러스 익스프레스[87]
	백화점	신세계백화점[94]	2년	현대백화점[93], 롯데백화점[92]
	전자제품 전문점	삼성디지털프라자[94]	2년	LG베스트샵[93], 롯데하이마트[91], 전자랜드[90]
	편의점	BGF리테일(CU)[88]	2년	이마트24[87], GS25[86], 세븐일레븐[85]
	커피전문점	롯데GRS(엔제리너스)[94] 스타벅스커피코리아[94]	2년 1년	커피빈코리아[92], 투썸플레이스[91]
	제과제빵점	파리바게뜨[91]	13년	뚜레쥬르[89]
제조 서비스	호텔업	이브자리[93]	1년(역전)	알레르망[92], 세사리빙[91]
	가구전문점	현대리바트[96]	2년	까사미아[95], 한샘[95], 일룸[94]
	수입 인증 중고차	Mercedes-Benz Korea[95]	3년	BMW Korea[94], Volkswagen Korea[94], Audi Korea[93]
	직영 중고차	K Car(케이카)[93]	3년	
	면세점	신라면세점[90]	1년(신규)	롯데면세점[89], 신세계면세점[89], 현대백화점 면세점[87], 신라아이파크면세점[86]
	국산자동차 판매점	한국지엠[96]	11년	기아[95], 르노코리아자동차[95], 현대자동차[95]
전 문 A/S 서비스	수입자동차 판매점	Mercedes-Benz Korea[97]	9년	Audi Korea[96], BMW Korea[96], Toyota Korea[96], Volkswagen Korea[95]
	주유소	SK에너지(SK주유소)[87]	2년	GS칼텍스[86], 에스오일[84], 현대오일뱅크[84]
	헬스케어(안마의자)	바디프랜드[96]	5년	휴테크[94], 코지마[93]
	생활의료기관	세라젠[95]	3년	누가의로기[93]
	홍삼판매점	정관창(한국인삼공사)[93] 기아(Auto Q)[93]	2년 10년	참다한홍삼(지씨바이오)[92], 한삼인(농협홍삼)[91] SK네트웍스(스피드메이트)[92], 르노코리아자동차(인텔센터)[92], 현대자동차(블루핸즈)[92], GS렌비스(오토오아시스)[91]
	자동차 A/S	한국지엠(쉐보레)[93]	5년	
일반 서비스	가전 A/S	삼성전자서비스[97]	13년	LG전자[96], 위니아에이드[94]
	모바일IT기기AS	삼성전자서비스[95]	12년	LG전자서비스[94], 애플[94]
	가정용보일러AS	경동나비엔[96]	5년	귀뚜라미보일러[94], 린나이코리아[94]
	인터넷&IPTVAS	SK브로드밴드[97]	1년(역전)	KT[96], LG유플러스[96]
	이동전화 전문점	SK텔레콤[96]	1년(역전)	KT[94], LG유플러스[94]
	금조바스 터미널	금호터미널(U-square)[92]	14년	대전북한터미널[91], 부산종합터미널[85], 인천종합터미널[85], 센트럴시티터미널(서울)[83]
공공 서비스 *	렌탈케어 서비스	LG전자렌탈&케어서비스 하이케어솔루션[97]	2년	코웨이[96], SK매직[96], 청호나이스[94]
	건강검진센터	삼성서울병원 건강의학센터[98]	1년(신규)	서울대학교병원 건강검진센터[97], 서울아산병원 건강검진센터[96], 세브란스병원 헬스체크업[96], 가톨릭대학교 성모병원 평생건강검진센터[95]
	대형항공(FSC)	대한항공[98]	1년(신규)	아시아나항공[97]
	저비용항공(LCC)	진에어[98]	1년(신규)	제주항공[97], 에어서울[96], 에어부산[95], 티웨이항공[95]

■ 2023년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점부문 우수

부문	산업	우수 기관	연속연수(우수)	비우수 기관
공공 서비스 *	지자체 - 광역시청	광주광역시청[91] 대구광역시청[90]	2년 2년	대전광역시청[89], 서울특별시청[89], 인천광역시청[89], 부산광역시청[87]
	공공기관	우정사업본부[93] 한국주택금융공사[93] 국민건강보험공단[90]	9년 9년 7년	한국마사회[89], 국민연금공단[87], 도로교통공단[86]

※ 공공서비스는 90점 이상의 기관에 대하여 ‘공공 서비스품질 우수 기관’으로 선정함니다.
※ 자세한 조사결과와 KMAC 홈페이지(www.kmac.co.kr)에서 확인하실 수 있습니다.

휴대폰 전문센터 179개·출장서비스 105개 등 세분화된 전문 서비스센터에서 맞춤형 서비스 제공

가전 AS 부문/모바일IT기기 AS 부문

SAMSUNG
삼성전자서비스

송봉섭 대표



삼성전자서비스가 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’에서 전자제품 AS 부문 1위 기업으로 선정됐다. 특히 가전 AS 부문에서 13년 연속, 모바일IT기기 AS 부문에서 12년 연속 1위의 빛나는 성과를 냈다. 처음 조사 이래 단 한 번의 예외 없이 1위 자리를 굳건히 지켰다.

삼성전자서비스가 전자제품 서비스 업계 1위 기업으로 인정받아 온 배경에는 ‘고객 중심의 서비스 제공을 위한 노력’이 있었다.

삼성전자서비스는 고객이 어디서나 삼성전자 제품을 편리하게 사용할 수 있도록 업계 최고의 서비스 인프라 구축과 운영에 힘썼다. ▲휴대폰 전문센터 179개 ▲출장서비스 105개 ▲B2B(Business to Business) 24개 등 유형별로 세분화

된 전문 서비스센터에서 맞춤형 서비스를 제공한다.

삼성만의 차별화된 기술로, 서비스센터 방문이나 출장서비스 신청 없이도 정확한 진단과 조치가 가능하다. 삼성전자 서비스는 2000년 국내 최초로 ‘컴퓨터 원격진단 서비스’를 도입했다. 이후 대상 제품을 스마트폰까지 확대하고, 서비스 수준도 고도화했다. 이로써 ‘국내 최초로 넘어 최고의 원격상담’ 서비스를 제공하게 됐다.

모바일·노트북 등 IT 제품뿐만 아니라 가전제품에도 차별화된 원격상담을 한다. 전문 상담사가 고객이 사용 중인 휴대폰 카메라로 가전제품의 상태·외관 등을 실시간으로 확인하며 상담해 주는 ‘보이는 원격상담’을 운영 중이다. 스마트싱스(SmartThings)를 이용 중인 고객은 ‘생활가전 원격진단 시스템(HRM)’으로 제품의 상태 진단은 물론 조치까지 받을 수 있다.

고객에게 차별화된 경험을 제공하는 ‘고객 맞춤형 특화서비스’도 운영 중이다. 나에게 꼭 필요한 서비스만 선택해



삼성전자서비스 엔지니어가 에어컨 필터 관리법을 알려주고 있다. 삼성전자서비스는 ‘고객 맞춤형 특화서비스’도 운영 중이다(사진 왼쪽). 삼성전자서비스 엔지니어가 고객에게 노트북 컴퓨터 점검 결과를 설명하고 있다. 고객에게 높게 평가받은 수리 엔지니어는 ‘CS 달인’으로 선발된다.(사진 오른쪽)

이용할 수 있는 ‘삼성케어플러스’가 대표적이다. 전문가에게 꼼꼼하게 관리받고 싶은 고객은 ‘삼성케어플러스 가전/TV’로 세척·케어·수리까지 원스톱 서비스를 받을 수 있다. ‘삼성케어플러스

모바일/PC’를 활용하면 스마트폰·노트북 등의 보증기간 연장, 수리비 할인 혜택도 받을 수 있다. 원하는 장소에서 제품을 점검해 주는 ‘휴대폰 방문서비스’까지 제공된다.



삼성전자서비스 제공

장애인 및 고령자 고객을 위한 맞춤형 서비스도 있다. 2011년 삼성전자서비스는 업계 최초로 ‘시각장애 고객 전문상담 서비스’를 도입했다. 전문상담사가 시각장애인 고객과 동일한 관점에서 눈

높이 상담을 한다. 지난해 3월부터는 청각·언어 장애 고객에게 특화된 ‘수어 상담 서비스’를 운영하고 있다. 전문자격을 갖춘 수어 통역사가 수준 높은 수어 상담에 나선다. 서비스센터 이용이 어려운 지역에 휴대폰 수리 장비가 탑재된 버스를 이동형 서비스센터로 파견하는 ‘휴대폰 이동 서비스’도 운영한다.

고객의 목소리를 적극 청취해 CS 역량 강화에도 힘쓰고 있다. 2020년부터 임직원 가족들로 구성된 ‘CS 패널단’ 운영으로 고객의 의견을 반영한다. ‘CS 패널단’은 직접 서비스 체험 뒤 개선사항을 제시하는 역할이다. 그 밖에도 일상생활 곳곳에서 다양한 회사의 서비스를 경험한 뒤 우수 사례를 발굴해 제안하고 있다.

고객에게 높게 평가받은 수리 엔지니어를 ‘CS 달인’에 선발하는 제도 또한 운영 중이다. 올해는 전국 5800명의 엔지니어 중 최상위 0.3%인 18명만 CS 달인으로 선정되는 영예를 안았다. CS 달인은 수리 노하우, 고객 응대 스킬 등을 전수하는 멘토링 활동으로 다른 엔지니어들에게 동기 부여가 되고 있다.

기존에 없던 금융, 고객이 먼저 찾아오는 은행… ‘함께하는 성장’ 최선

은행 부문

신한은행

정상혁 은행장



신한은행이 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’에서 은행 부문 1위 기업으로 13년 연속 선정됐다. 신한은행은 국내 금융권 최초로 ‘고객만족경영’을 도입했다. 시대 변화에 맞춰 차별적 서비스를 지속적으로 제공해 왔다. 올해도 기존에 없던 금융, 고객이 먼저 찾아오는 은행을 꿈꾸며 ‘함께하는 성장’에 최선을 다하고 있다.

먼저 신한은행은 ‘고객보호’를 최우선 과제로 선정했다. 고객보호의 ‘컨트롤 타워’ 역할인 ‘소비자보호그룹’은 금융소비자보호법 정착을 위해 현장 지원을 강화하고 금융소비자보호 오피서·옴부즈맨 제도를 신설해 운영하고 있다. ‘Anti-피싱 플랫폼 3.0’과 모니터링 시스템을 대폭 업그레이드해 보이스피싱으로부터 고객의 소중한 자산 보호에 앞장서고 있다. 평일 저녁과 토요일에도 문



신한은행 제공

신한은행 고객이 영업점에 가지 않고도 은행 직원과 상담 및 업무 처리가 가능한 ‘화상상담서비스’를 이용하고 있다.

을 여는 ‘이브닝플러스’, ‘토요일플러스’ 영업전, 영업점에 가지 않고도 은행 직원과 상담 및 업무 처리가 가능한 ‘화상상담서비스’ 등 새로운 고객접점의 채널도 지속, 확대해 나가고 있다. 맞춤 고객만족도 조사인 ‘Good 서비스 경험조사’도 실시해, 새로운 가치와 경험을 고객 관점에서 제공하기 위해 노력한다. 이처럼 신한은행은 더 넓은 차원의 고객 중심 경영을 실천하고 있다.

은행권 최초 금융소비자보호 통합 플랫폼인 ‘소보플러스+’도 눈길을 끈다. 신한은행은 ‘소보플러스+’ 플랫폼을 통해 ▲흠어진 고객 의견 통합 ▲고객과 직원 간의 ‘Good 서비스’ 소통 강화 ▲우수 직원 리워드 제도를 통한 서비스 동기 부여 ▲직원의 소통 성향을 진단해 성향별 전문가의 어드바이스와 코칭을 가미하는 ‘굿BTI’ 서비스 도입 등 현장 중심 맞춤 지원과 서비스 교육도 진행하고 있다.

디지털 소외계층 위한 데스크 운영… 모바일 전용 화상상담 시스템도 곧 오픈

생명보험 부문

한화생명

여승주 대표



한화생명이 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)’에서 생명보험 부문 1위 기업으로 선정됐다. 2010년부터 매년 고객센터의 서비스품질을 측정하는 KSQI 조사에서 14년 연속 1위에 올랐다.

한화생명 고객센터는 직원 상담 역량 강화 교육과 디지털 서비스 개발 등 대고객 서비스품질 향상을 위해 꾸준히 힘써왔다.

한화생명은 지난 5월 디지털 소외계층도 손쉽게 이용할 수 있는 디지털 데스크를 일부 고객센터에 도입해 운영 중이다. 디지털 데스크는 화상상담 시스템을 탑재해, 직원과 고객이 실시간 소통하면서 업무 처리가 가능하다. 대기시간이 짧고 신속하게 업무처리가 가능해 고객들의 만족도가 높다. 한화생명은 향후 전(全) 고객센터에서 디지털 데스크를 확대 운영할 예정이다. 또한 모바일 전용



한화생명 제공

한화생명 고객센터는 대고객 서비스품질 향상을 위해 꾸준히 힘써온 결과, KSQI 조사에서 14년 연속 1위에 올랐다.

화상상담 시스템도 연내 오픈을 목표로 구축하고 있다.

장애인·노약자·임산부 등 금융취약계층을 위한 ‘사랑나눔 창구’는 고객센터 방문 전에 콜센터 또는 고객센터를 통해 예약이 가능하다. ‘우선 고객응대 서비스’와 전용 배려좌석 등 고객 편의 증진에도 앞장서고 있다.

더불어 최근 증가하고 있는 보이스피싱 범죄로부터 고객의 소중한 재산을 보

호하기 위해 노력하고 있다. 지속적인 예방 교육으로 실제 고객 상담 시 다수의 보이스피싱으로부터 고객의 재산을 보호하고 있다. 그 결과 지난해 12월에는 정부 기관으로부터 감사장과 포상금을 받았다.

한화생명 관계자는 “팬데믹으로 변화한 고객 서비스 수준을 만족시키기 위해 앞으로도 혁신적인 시스템 운영과 직원 역량 제고에 힘쓰겠다”고 밝혔다.

63명의 교수와 250명 전문의료진의 신뢰성 높은 의료서비스

건강검진센터 부문

SAMSUNG 삼성서울병원

박승우 병원장



삼성서울병원 건강의학센터가 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’에서 건강검진센터 부문 1위로 선정됐다. 삼성서울병원은 1994년 정밀건강검진의 개념을 도입한 이래 최고 수준의 의료 서비스로 고객에게 믿음과 신뢰를 제공해 오고 있다.

삼성서울병원 건강의학센터에는 건강검진을 전담하는 12개 진료과 63명의 교수들이 있다. 이들이 직접 초음파·내시경 검사를 진행한다. 이들과 함께 250여 명의 간호사·방사선사 등 전문 의료진이 신뢰성 높은 의료서비스를 제공한다. 그 결과 국내 평균 대비 1.9배 높은 암 발견율을 기록하며, 환자들이 적시에 치료받을 수 있도록 도와주고 있다.

삼성서울병원 건강검진 서비스를 경험한 고객은 한결같이 높은 만족도를 보인다. 고객들은 예약·검사·상담 등 고객



삼성서울병원 건강의학센터 제공

삼성서울병원 건강의학센터에는 건강검진을 전담하는 12개 진료과 63명의 교수들이 있다. 센터의 지재한 교수가 상담에 나서고 있다.

접점의 전 과정에서 ▲의료진의 전문성과 친절함 응대 ▲청결하고 편안한 환경 ▲정확하고 신속한 진료 연계 등에 높은 점수를 줬다.

스마트 검진 시스템 바탕의 검진 환경 역시 고객들이 주저 없이 삼성서울병원을 선택하는 이유로 꼽힌다.

세계 최초로 개발된 스마트 검진 시스템은 검사실별 대기 시간을 관리해 고객들이 최적의 동선으로 검사받을 수

있게 한다. 또 검진 과정에서 고객이 느끼는 불안감과 두려움을 배려해 가구·조명·조향까지 세심히 살폈고, 환자들이 겪을 수 있는 흡사 모를 불편도 최소화했다.

특히 삼성서울병원 건강의학센터는 검진 후 질환이 발견돼 치료가 필요한 경우 외래진료·입원·수술이 모두 빠르게 진행되도록 패스트트랙(Fast-Track)을 제공하고 있다.

제과제빵점 부문

PARIS BAGUETTE

형재복 대표



파리바게뜨가 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’에서 제과제빵점 부문 1위 기업으로 13년 연속 선정됐다. 파리바게뜨는 1988년 첫 매장을 연 이래, 국내에 생소했던 프랑스풍 베이커리 문화 소개와 발전에 힘써왔다.

파리바게뜨는 최근 ‘행복상생 프로젝트’의 일환으로 충청남도 천안의 청년 농부들이 키운 블루베리를 수매했다. 이어 ‘햇블루베리 케이크’ 2종을 계절에만 한정적으로 출시했다.

‘행복상생 프로젝트’는 2020년부터 시작돼 4년째 이어지고 있다. 어려운 국내 농가와 청년 농가의 농산물을 수매하고, 이를 활용한 제품도 출시하는 상생 캠페인이다.

SPC는 최근 농업인구의 지속적인 감소와 농업인 고령화 문제로 청년 농부 육성과 지원 활동의 중요성이 커지면서 관



파리바게뜨 제공

파리바게뜨는 상생 캠페인 ‘행복상생 프로젝트’를 2020년부터 4년째 이어오고 있다. 이번 프로젝트로는 충남 천안의 청년 농부들이 키운 블루베리를 수매했다.

련 활동을 강화하고 있다.

이번 프로젝트로 선보이는 대표 제품은 바삭한 식감의 머랭과 달콤한 블루베

리바게뜨 납품을 계기로 향후 판로가 더욱 확대될 것으로 기대한다”고 소감을 밝혔다.

정리=이예은 객원기자

“완벽한 정비로 평생고객 창출”… 전기차 시대 맞춰 디지털 서비스도 강화

자동차 AS 부문



로베르토 램펠 대표



한국지엠(GM)이 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’에서 자동차 AS 부문 5년 연속 1위 기업에 선정됐다.

GM은 ‘완벽한 정비 서비스를 통해 평생고객을 창출한다’는 서비스 철학으로 고객접점 서비스 부문에서 고객 만족을 실현하고 있다. 더불어 전기차 시대로 빠르게 변화하는 자동차 산업 환경에 맞춰 업계 최고 수준의 고객 편의를 제공하기 위해 디지털 서비스도 강화했다.

GM은 정규 CS교육인 ‘넌테크 커리큘럼’ 과정을 통해 고객만족 전문가를 양성하며, 현장 고객만족 표준→교육→실행→모니터링 및 조사→개선 활동으로 고객접점 서비스를 전문·세분화했다. 또한 교육 내용을 현장에서 적용하기 위해 미라 테스트, 개선 미팅, 문제해결 공유 창구 등 다양한 활동도 운영 중이다.



GM 한국사업장은 전국 400개 이상의 서비스 네트워크를 바탕으로 고객에게 전문적이고 신속한 솔루션을 제공한다.

GM 한국사업장은 전국 400개 이상의 서비스 네트워크를 바탕으로 고객에게 전문적이고 신속한 솔루션을 제공한다.

특히 쉐보레 콜로라도·트래버스·타호·GMC 시에라 출고 고객을 대상으로 ▲프리미엄 케어 서비스 ▲사전 예약 없이 신속·편리하게 차량의 정기 점검과 소모품 교체 서비스를 받을 수 있는 ‘익스프레스 서비스’ ▲직접 서비스센터를 방문하지 않아도 원하는 장소로 차량을 인

수한 후 차량 수리가 끝나면 다시 원하는 장소로 배달해 주는 ‘픽업&딜리버리 서비스’도 제공한다.

더불어 GM은 글로벌 애프터마켓 부문 및 서비스 브랜드인 ‘에이씨델코(ACDelco)’를 론칭했다. GM 산하 브랜드 뿐만 아니라 메르세데스-벤츠·BMW·아우디 등 수입차 고객과의 커뮤니케이션을 강화하고, 개별 소비자에게 맞춤형·개인화된 경험을 제공하기 위해 노력하고 있다.

카매니저 전문성 높이며 고객 만족 위한 교육 개발·진행

국산자동차판매점 부문



한국지엠(GM)이 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’에서 국산자동차판매점 부문 11년 연속 1위에 올랐다.

GM은 ‘평생고객 창출’이라는 전사적인 목표로 고객 만족을 추구하고 있다. GM 한국사업장은 쉐보레 아카데미를 중심으로 카매니저(car manager)의 전문성을 높이며, 고객 만족을 위한 교육을 개발 및 진행하고 있다.

특히 GM 한국사업장은 자동차 판매 부문의 서비스 품질을 높이기 위해 ▲쉐보레 아카데미 뉴스레터를 통해 ‘대기양해’ ‘대기 감사표현’ 교육을 실시하고 ▲GM 카매니저가 고객을 대할 때 항상 명찰을 착용하도록 하며 ▲상담을 마친 후에는 반드시 “고객님 혹시 추가로 더 궁금하신 사항이 있으시면 편하게 말씀해 주시겠습니까?”라는 질문을 독려하



GM 한국사업장은 첫 통합 브랜드 스페이스 ‘더 하우스 오브 지엠’을 지난 5월 서울 강남구 도산대로에 오픈했다.

는 캠페인을 진행했다.

또한 카매니저를 대상으로 ‘트랙스 크로스오버’에 대한 시승 교육을 실시해, 고객에게 더 전문적인 상담을 제공할 수 있도록 했다. 이를 통해 전시장을 찾은 고객에게 긍정적인 인상과 전문적인 지식까지 제공하며 고객 눈높이에 맞는 차량 정보를 전달하고 있다.

GM 한국사업장은 첫 통합 브랜드 스페이스 ‘더 하우스 오브 지엠(The House of GM)’을 지난 5월 서울 강남

구 도산대로에 오픈했다. 국내 고객에게 차별화된 브랜드 가치를 제공하며 동시에 글로벌 브랜드 쉐보레·캐딜락·GMC 모델을 한자리에서 만나 볼 수 있게 했다. ‘더 하우스 오브 지엠’은 기획 단계부터 고객 경험에 맞춰 설계됐다. 쉐보레·캐딜락·GMC가 가진 ‘아메리칸 헤리티지’를 고객이 직접 경험하고 구매까지 이어질 수 있도록 운영하고 있다. 현장에는 세 브랜드의 대표 모델이 전시돼 있다.

손님에게 도움되는 상품·서비스 제공… ‘소비자패널’ 운영 강화

은행 부문



이승열 은행장



하나은행이 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’에서 은행 부문 8년 연속 1위 기업으로 선정됐다.

하나은행은 ‘손님을 최우선 순위에 두고 손님에게 도움이 되는 상품과 서비스를 제공한다’는 ‘손님First’ 기업 문화를 자랑한다. 하나은행은 손님의 경험과 목소리를 경청하기 위해 ▲상품과 서비스의 제조→판매→사후관리 전 과정에서 ‘소비자패널’ 운영을 강화 ▲고객층 손님을 지원하는 ‘시니어 자문단’을 초 고객층으로 확대 ▲금융소비자보호법 시행 2주년 기념 ‘편리한 금융거래 아이디어 공모전’ 등을 개최했다. 또한 ▲손님 경험 및 불편사항을 듣는 ‘금융소비자, 전문가가 CEO와 함께하는 현장 간담회’를 실시했고 ▲금융위원회와 금융감독원이 함께 운영하는 ‘금융현장소통



하나은행은 손님을 최우선 순위에 두고 손님에게 도움이 되는 상품과 서비스를 제공한다. 이는 ‘손님First’ 기업문화를 자랑한다. 고객과 다양한 접점을 만들어 가는 이승열 은행장(가운데).

반’ 간담회 ▲고객접점 현장의 의견 청취를 위해 ‘찾아가는 직원 간담회’를 운영했다.

하나은행은 금융소비자보호 강화를 위해 ▲‘금융소비자보호 강화 과정’ 전 직원 수료 ▲금융소비자보호법 시행 2주년 기념 ‘금융소비자보호 워크’를 지정해 전 임직원이 참여하는 소비자보호 활동도 실시했다. 더불어 ▲‘소비자리스크 모니터링 시스템’을 통해 고위험 상품 판매점 ▲가계대출 차주의 금리 위

험 요인 선제 점검 및 사후관리 강화 ▲보이스피싱 사전예방을 위해 모바일 앱 ‘하나원큐’에 보이스피싱 앱 탐지 기능을 위한 ‘부모님 하나원큐 앱 깔아드리기’ 이벤트 실시 ▲시각장애인 등 금융취약계층의 편리성 및 보호를 위해 ‘고객 응대 프로세스’ 개선 등 다양한 활동을 전개하고 있다. 명가(名家)와 명인(名人) 제도를 통해 우수 영업점 및 직원도 독려하고 있다.

에어컨 등 13종 가전, 사용하는 내내 최상의 성능 유지하는 케어서비스

렌탈케어서비스 부문



H&A사업본부장 류재철 사장



LG전자 렌탈케어서비스 전문 자회사 하이케어솔루션이 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’에서 렌탈케어서비스 부문 1위 기업으로 2년 연속 선정됐다.

LG전자는 고객이 제품을 구매하면 끝이 아니라 사용하는 내내 최상의 성능을 유지할 수 있게 돕는 구독서비스를 출시했다. LG전자는 정수기와 공기청정기를 시작으로 세탁기, 에어컨 등 대형가전에 이르기까지 꾸준히 관리가 필요한 13종의 가전을 선정해 고객이 요청할 시 방문 서비스를 제공할 수 있는 시스템을 구축했다. 높은 전문성과 진정성을 갖춘 LG전자의 가전 케어서비스는 세심한 관리를 통해 고객이 더욱더 편리하고 쾌적하게 가전제품을 사용할 수 있도록 돕고 있다.

앞으로 서비스 대상제품을 확대할 계



LG전자 제공
높은 전문성과 진정성을 갖춘 LG전자 하이케어솔루션의 가전 케어서비스는 세심한 관리를 통해 고객이 더욱더 편리하고 쾌적하게 가전 제품을 사용할 수 있도록 돕고 있다.

획이다. 이에 따라 LG전자는 렌탈케어의 전문성과 방문시스템의 효율적 운영을 위해 자회사인 ‘하이케어솔루션’을 설립했다. 하이케어솔루션은 케어전문가인 ‘케어솔루션매니저’를 전문가로 양성하고, 방문관리 서비스를 체계적으로 운영하고 있다.

케어전문가는 ▲제품성능점검 ▲핵심 부품교체 ▲위생케어 ▲내외부클리닝 등 프리미엄 케어서비스를 방문할 때마

다 제공하며 고객의 상황에 맞는 제품 관리 방법과 사용법 등의 정보도 함께 알려 주고 있다.

한편 LG전자 구독사업의 확장성에 발맞춰 하이케어솔루션 역시 체계적인 운영시스템을 더욱 고도화할 예정이다. LG전자 H&A사업본부장 류재철 사장은 “제품을 판매하는 데 그치지 않고 고객과 소통하며 더 나은 고객 경험을 제공하기 위해 노력할 것이다”라고 말했다.

‘고객 건강·행복 지키는 수호천사’ 이념… 고객 가치 극대화 위한 다양한 노력

생명보험 부문



저우귀단 대표



동양생명이 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’에서 6년 연속 생명보험 부문 1위 기업으로 선정됐다.

동양생명은 ‘고객 건강과 행복을 지키는 수호천사’라는 이념 아래 고객 만족을 통한 고객 가치 극대화를 위해 다양한 노력을 하고 있다.

동양생명은 매년 고객센터 직원을 대상으로 고객 가치 극대화를 위한 다양한 교육과 고객 입장에서 커뮤니케이션할 수 있도록 도와주는 서비스 마인드 교육을 지속적으로 실시하고 있다. 이와 함께 고객센터 직원들의 정신 건강을 위한 심리 교육 등도 진행하고 있다.

고객센터에 내방하는 장애인·고령 소비자 등 금융취약계층을 위한 전담 응대 직원을 지정해 이들의 눈높이에 맞는 세심한 고객 서비스를 제공하는 등 고객접



동양생명은 ‘고객 건강과 행복을 지키는 수호천사’라는 이념 아래 고객 만족을 통한 고객 가치 극대화를 위해 다양한 노력을 하고 있다.

점에서의 취약 금융 소비자 보호에도 앞장서고 있다. 최근에는 예기치 못한 사고 등으로부터 고객을 더욱 폭넓게 지원하기 위해 비대면 사고 보험금 청구 가능 금액을 상향 조정했다. 이를 통해 사망, 장애 등 일부 급부를 제외한 사고 시, 고객들은 최대 500만원까지 모바일 앱 또는 홈페이지 등을 통해 편하게 보험금을 청구할 수 있게 됐다. 또한 모바일이나 홈페이지 사용이 어려운 고객들을 위해서는 담당 FC를

통해 손쉽게 사고 보험금을 청구할 수 있도록 지원하고 있다.

더불어 동양생명은 고객들에게 더욱 세심한 상담 서비스를 제공하기 위해 상시 모니터링 및 신입사원 코칭 시스템 등을 도입하는 등 비대면 서비스 접점인 콜센터를 통한 고객 가치 극대화를 위해서도 힘쓰고 있다. 동양생명 관계자는 “앞으로도 이를 바탕으로 고객 감동을 실현하는 보험사로 거듭날 것”이라고 밝혔다.

전 연령층 대상으로 한 생애주기 맞춤 주택금융상품 제공

공공서비스(공공기관) 부문



최준우 사장



한국주택금융공사(이하 HF공사)가 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’에서 9년 연속 공공서비스(공공기관) 부문 우수기관으로 선정됐다.

HF공사는 서민·실수요자의 주거안정을 위한 정책모기지와 주택보증, 고령층의 안정적인 노후생활을 위한 주택연금까지 전 연령층을 대상으로 한 생애주기 맞춤 주택금융상품을 공급하고 있다. HF공사의 ‘고객 만족’ 경영전략은 고객 소통 중심의 CS인프라 운영과 이용자 중심의 맞춤형 서비스를 구현하는 것이다. 특히 HF공사는 고객의 목소리를 듣고 소통하는 데 더욱 힘을 기울이고 있다.

HF공사는 다양한 CS 추진조직을 통해 고객과 소통하고 의견을 수렴한다. 사장이 직접 주재하는 ‘주택금융소비자자문회의’에서는 공사 상품 이용고객을 자



한국주택금융공사 제공
HF공사는 주거안정을 위한 정책모기지와 주택보증, 고령층의 안정적인 노후생활을 위한 주택연금까지 전 연령층 대상으로 생애주기 맞춤 주택금융상품을 공급하고 있다.

문위원으로 위촉해 상품 이용에 관한 고객의 개선의견과 제언을 청취한다. 또한 ‘고객감염의회’에서 모든 사업부서의 장이 모여 공사 홈페이지와 콜센터, 언론매체 등을 통한 각종 고객 VOC를 점검하고 이를 상품운영에 반영한다. 이외에도 HF공사는 2004년 설립 이후부터 매년 자체 고객만족도(CSI) 조사와 고객접점(MOT) 서비스 모니터링을 실시하며 서비스품질을 정기적으로 점검하고 있다.

HF공사 관계자는 “시장 환경 변화에 따라 주택금융에 대한 국민의 니즈는 더 다양화되고 공적 서비스에 대한 기대 수준도 높아지고 있다”며 “앞으로도 탄탄한 CS경영 인프라를 바탕으로 고객과 상시로 소통하겠다”고 밝혔다. 이어 “고객이 정말 필요로 하는 서비스를 적시에 제공할 예정”이라며 “공공서비스에서 차별화된 고객경험을 제공하기 위해 노력하겠다”고 덧붙였다.

정리=이보라 객원기자

비대면 차량 정비 서비스 'K딜리버리' 출시… 평일 차량정비 번거로움 해소

자동차 AS 부문



기아가 한국능률협회컨설팅이 주관하는 '2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)'에서 10년 연속 자동차 AS 부문 1위에 선정됐다. 지난해 고객중심경영을 3대 추진전략으로 선포한 이후 고객의 소리(VOC)에 집중해 높은 수준의 고객 경험을 제공한 노력을 인정받았다. 기아는 평일 오토류 방문이 어려운 고객이 많다는 점에 착안해 비대면 차량 정비 서비스인 'K딜리버리'를 출시했다. K딜리버리는 기아와 협력을 맺은 전문 타승업체를 통해 원하는 희망 장소로 차량을 인수 및 인도받을 수 있는 서비스다. 이를 통해 비대면 차량 정비 서비스에 대한 고객 불안과 평일 차량 정비를 위해 시간을 내야 하는 번거로움을 해소했다는 평가를 받았다.

또한 기아는 부품 결품으로 인한 정비 지연 사례를 파악해 고객과의 약속 관리



기아 제공
기아는 전시 차량 관람부터 시승, 구매, 브랜드 체험까지 가능한 복합 체험 거점 '기아 인천 플래그십 스토어'를 지난 4월 공식 개관했다.

프로세스를 신설했다. 결품·재수리 등의 사유가 발생했을 때 고객과 상호 협의된 약속을 내부 시스템을 통해 관리함으로써 체계화된 서비스를 제공할 수 있게 됐다. 더불어 기아는 정비 현황과 결과를 모바일로 확인할 수 있는 고객용 모바일 안내 시스템도 신선했다. 예약부터 출고 후까지 각 정비 단계에 해당하는 정보를 고객에게 제공해 고객만족도를 높이고

있다. 추후 모바일 안내 시스템과 MyKia 앱을 연계해 고객 편의성을 높일 예정이다. 더 나아가 기아는 신차 고객, 재방문 고객, 응급 고객 대상으로 빠른 예약 및 맞춤형 케어 프로그램을 통한 차별화된 서비스를 제공한다는 계획이다.

기아 관계자는 "고객의 소리(VOC)를 데이터화해 더욱 향상된 고객 중심 경영을 이어나갈 계획이다"라고 밝혔다.

은행권 최초 '시니어 서포터즈' 제도… 모바일 고객만족도 조사 시스템 개발

지방은행 부문

BNK 부산은행

방성빈 은행장



부산은행이 한국능률협회컨설팅이 주관하는 '2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)'에서 지방은행 부문 2년 연속 1위를 차지했다. 1967년 설립된 부산은행은 지역민의 금융서비스에 대한 접근성 증대 및 지역 중소기업에 대한 효율적인 자금을 배분하는 역할로 지역 균형발전에 이바지하고 있다.

부산은행은 지난 3월부터 모바일 고객만족도조사 통합시스템을 개발해 고객의 요구사항을 경청하고 이를 제도개선에 반영하고 있다. 또한, 고객이 표현하지 않는 불편사항까지도 선제적으로 개선하기 위해 CX(고객경험개선)팀을 신설해 서비스 강화에 힘쓰고 있다.

부산은행은 금융소비자 권의 보호를 위해서도 노력하고 있다. 부산은행은 대면 및 비대면 채널을 포함해 금융소비자와 관련된 상품, 이벤트 등을 시행하기



부산은행 제공
부산은행은 은행권 최초의 '시니어 서포터즈' 제도를 도입했으며 소형이동점포를 활용한 '찾아가는 부산은행 어르신 창구'를 열어 좋은 반응을 얻고 있다.

전 금융소비자 관점에서 불리하거나 불합리한 부분을 점검하는 사전협의 제도를 진행하고 있다.

부산은행은 은행권 최초 '시니어 서포터즈' 제도를 도입해 시니어 고객에 대한 업무 지원에도 집중하고 있다. 또 고령금융소비자와 장애인을 대상으로 '행복한 금융 맞춤창구'와 '찾아가는 부산은행 어르신 창구'를 운영하는 등 금융

소외계층을 위한 서비스 강화에도 힘쓰고 있다.

더불어 1사(社)1교(校), 금융취약계층, 진로체험 교육 등 금융교육에도 앞장서고 있다. 부산은행은 이런 공로를 인정받아 15년 연속 '교육메세나탑'을 수상했다. 한편 부산은행은 2003년 국내 금융회사 최초로 사회공헌 전담조직을 신설해 자발적인 봉사활동도 이어나가고 있다.

우체국 방문 없이 접수 서비스·모바일 우편함 등 고객 편의 향상

공공서비스(공공기관) 부문

우정사업본부

박인환 우정사업본부장 직무대리



우정사업본부 제공
우정사업본부는 매월 고객 만족을 위해 서비스별 만족도를 측정하고 있다. 이에 9년 연속 '한국산업의 서비스품질지수' 공공서비스(공공기관) 부문 1위를 기록하고 있다.

우정사업본부가 한국능률협회컨설팅이 주관하는 '2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)'에서 공공서비스(공공기관) 부문 9년 연속 우수기관으로 선정됐다. 우정사업본부는 1884년 우정총국으로 출발해 139년 동안 끊임없는 변화와 혁신을 통해 성장해 왔다. 우정사업은 전국 3400여 개 우체국 네트워크를 바탕으로 도시는 물론 도서산간 지역에도 더 빠르고 정확한 우편·물류와 편리한 예금·보험서비스를 제공하고 있다. 더불어 지역경제 활성화를 위한 우체국쇼핑과 국민 편의 증진을 위한 알뜰폰 판매 등 다양한 서비스도 출시했다. 또한, 외화 현금배달, 자율주행 무인우체국 등 시대변화에 맞춘 우정서비스를 지속해 발굴하고 있다.

우정사업본부는 서비스 고도화에 집중하고 있다. 그 결과 지난 5월부터 고객 편의를 위해 우체국 방문 없이 접수하는

등기우편 우체통접수서비스를 실시하고 있다. 또 지난 6월에는 우표문화 활성화를 위해 K-팝을 대표하는 BTS 기념우표를 발행해 화제를 모은 바 있다. 이달부터 공인전자문서 유통산업의 지속 성장에 따라 전자문서 유통 전용 앱(APP)인 '모바일 우편함'을 시행해 좋은 반응을 얻고 있다. 국내 택배시장의 지속적인 성장과 수도권 소포 비중의 확대 등 물류 환경 변화에도 적극적으로 대응하고 있

다. 이에 수도권 허브 신설 등 소포 중심의 '신 우편물류체계 기본계획'을 마련했다. 그 외에도 매월 서비스별 만족도를 측정해 ▲문제점 발굴 ▲고객 중심 업무 프로세스 개선 등 고객 만족을 위해 힘쓰고 있다. 아울러 '더욱 편리하고 안전한' 금융서비스 제공 및 빅데이터·클라우드·인공지능(AI) 기반의 고품질 우체국예금·보험서비스 제공을 위해 차세대금융시스템도 구축했다.

업계 최초 365일 24시간 상담… 엔지니어 방문 전 불편 신속 해결 지원

가정용보일러 AS 부문

경동나비엔

김용범 영업·마케팅 총괄임원



경동나비엔이 한국능률협회컨설팅이 주관하는 '2023 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)'에서 가정용보일러 AS 부문 5년 연속 1위 기업으로 선정됐다. 경동나비엔은 고객과의 접점을 확대하며 소비자 친화적인 행보를 이어나가고 있다. 업계 최초로 365일 24시간 상담을 제공해 고객 불편을 최소화하고 있다. 또 '나비엔 영상지원' 애플리케이션으로 영상 상담도 진행해 엔지니어 방문 전 상담자가 불편함을 신속하게 해결하도록 지원하고 있다. 특히 2021년 '나비엔 AI 서비스'를 시작하며 문제 해결 시간을 대폭 단축해 호평받고 있다.

예컨대 고객이 가스보일러의 실내 온도 조절기(룸콘) 사진을 올리면 인공지능(AI)이 에러코드를 분석해 상황에 맞는 자가조치 방법을 알려준다. 이외에도 '보이는 ARS' 서비스는 청각장애인의 서비스 접근성을 높이는 동시에 비장애



경동나비엔 제공
경동나비엔은 소비자의 합리적인 제품 구매를 돕기 위해 지난 2018년 스타필드 하남 일렉트로마트와 이마트 은평점에 업계 최초로 '체험형 매장'을 오픈했다. 사진은 스타필드 하남 일렉트로마트 매장.

인도 다시 들기를 반복하던 음성 ARS의 불편함을 해소했다. 이처럼 경동나비엔의 다양한 고객서비스가 표준으로 자리 잡으며 업계 전체 서비스 품질이 향상됐다는 평을 듣고 있다.

더불어 경동나비엔은 시각장애인의 편리한 보일러 사용을 돕고자 지난해부터 음성 안내 실내 온도조절기(룸콘)와 점자 스티커를 제공하고 있다. 올해 6월부터는 서비스가 적용되는 제품 모델을

확대하기 시작했다.

한편 경동나비엔은 소비자의 합리적인 제품 구매를 돕기 위해 지난 2018년 스타필드 하남 일렉트로마트와 이마트 은평점에 업계 최초로 '체험형 매장'을 오픈했다. 제품의 기능을 이해하기 쉽게 설명해주고 제품을 직접 눈으로 보고 구매할 수 있어 체험형 매장에 대한 소비자의 만족도가 매우 높은 것으로 알려졌다. 정리=이보라 객원기자

