



삼성전자서비스 제공
▲삼성전자서비스는 부문별 조사 도입 이래 매년 ‘고객접점 서비스 품질 1위’ 왕좌를 놓치지 않고 있다.

한화생명 제공
◀한화생명 ‘라이프라운지’는 고객과 관계를 강화하고 상생하는 공간이다. ‘라이프라운지’에서 캘리그래피 수업을 듣는 고객들.

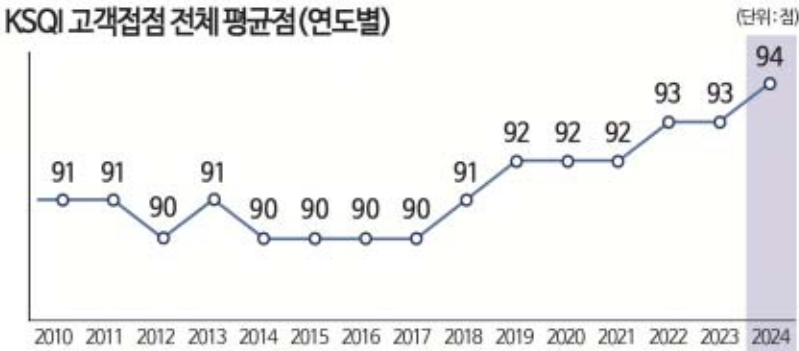


하나은행 제공
하나은행이 ‘사람 중심’으로 핵심 역량에 집중한 결과 고객접점 부문 ‘9년 연속 1위’에 선정됐다. 사진은 이승열 하나은행장.



기아 제공
기아는 EV 수리 대응력 향상을 위해 EV 기술교육 및 인프라 부분에 집중하고 있다. 사진은 기아 EV9과 EV9 GT-line.

1위 되는 것보다 지키는 게 더 어려운 서비스 품질... 올해는 94점으로 역대 최고 평가지수 기록



2024년 제15차 한국산업의 서비스품질지수 고객접점

34개 조사대상 산업 중 13개 산업이 94점 넘어 만년 열위였던 ‘고객 배려’ 지속적으로 반등

한국능률협회컨설팅(KMAC·대표이사 사장 한수희)이 ‘2024년 제15차 한국산업의 서비스품질지수(이하 KSQI) 고객접점’ 조사 결과를 오늘(24일) 발표한다. KSQI는 한국산업의 서비스품질에 대한 고객 체감 정도를 나타내는 지수(指數)다. 기업들의 상품 및 서비스가 전달되는 고객접점(接點)에서 서비스 품질 수준을 평가하는 국내 유일의 평가제도이다.

◇KSQI 고객접점 부문별 주요 특징

올해 KSQI는 94점으로 역대 가장 높은 평가 지수를 기록했다(그래프 참고). KSQI 고객접점 6개 서비스 대분류별로 살펴보면 ‘일반 서비스(△3.0)’ ‘금융 서비스(△0.9)’ ‘공공 서비스(△0.4)’에서 품질이 개선됐다. 반면, ‘제조 서비스(▽0.4)’는 지난해보다 하락했고, ‘전문 AS 서비스’ ‘유통 서비스’는 지난해 수준을 유지했다.

올해는 전체 서비스 단계에서 품질이 유지되거나 상승하는 추세였고, 만년 열위였던 ‘고객배려’ 영역이 지속적으로 반등하고 있다. 서비스 전 단계(Before Service)에서는 ‘시설·환경관리(100점)’ ‘맞이인사(88.0점 △0.7)’ ‘복장·용모·이름(90.3점 △1.8)’이 지난해보다 높아졌다. 서비스가

이루어지는 단계(On Service)에서는 ‘말투·어감·호칭(98.1점 △1.1)’이 개선됐고, ‘고객배려(73.5점 △5.3)’는 지난해(68.2점 △7.0)에 이어 큰 폭으로 상승했다. 서비스 후 단계(After Service)에서는 ‘배웅(끝)인사(90.1점 △2.7)’가 크게 개선됐다.

올해 34개 조사대상 산업 중 13개 산업이 94점을 넘었다. 4개 산업은 평균 수준, 나머지 17개 산업은 평균 미만으로 조사됐다. 이 중 대형항공(FSC)·건강검진센터·생명보험 등 서비스 고(高)관여 산업의 평균이 97점으로 가장 높았다. 이 외에도 인터넷&IPTV A/S·수입자동차판매점·렌탈케어서비스·가전 A/S·저비용항공(LCC)(이상 96점) 등이 지난해에 이어 우수한 평가를 받았다. ◇올해 ‘디지털 고객접점 부문’ 첫 발표...

올해 처음 조사한 디지털 고객접점 부문은 기존 대면(對面) 고객접점을 디지털 무인화기기로 대체 중인 일부 산업 및 기업 대상으로 진행했다. 주요 산업별 조사결과, 금융(은행·지방은행·생명보험) 전체의 디지털 접점(디지털창구·STM)에 대한 서비스 품질 종합점수는 95점으로 조사 대상 산업 중 가장 높았다. 이어 공공서비스(광역시청 및 공공기관) 94점, 유통서비스(대형마트·대형슈퍼마켓·커피전문점) 93점 순이었다. ◇넘버원 되는 것보다 지키는 것이 더 어렵다!

KSQI 고객접점 조사에서 ‘10년 이상 연

속 서비스품질 1위’를 달성한 기업은 모두 11개로 나타났다. 한화생명(생명보험)과 GS 수퍼마켓(대형슈퍼)이 15년 연속 1위로 처음 실행된 2010년 이후 ‘최다(最多) 연속’ 연수를 달성했다. 이어 신한은행(은행)과 삼성전자서비스(가전 A/S)가 14년 연속 1위였다. 삼성전자서비스(모바일IT기기 A/S·13년), 기아(자동차 A/S·11년) 등도 매년 우월한 서비스품질로 정상 자리를 지켰다. ‘10년 연속 1위’에 선정된 영예의 기업도 다수 있었다. 메르세데스 벤츠(수입자동차판매점)·우정사업본부(공공기관)·한국주택금융공사(공공기관)가 진정성 있는 공감과 고객 경험에 집중한 성과를 인정받았다.

반면 역전되거나 경쟁에서 뒤처진 기업도 다수 존재했다. 지난 3년간 KSQI 조사 산업 중 1위 변동 비율이 점차 증가하고 있다(26%→28%→29%). 올해는 전체 34개 산업 중 10개 산업에서 1위가 바뀌었다. 역전 또는 단독 1위로 올라선 기업들도 있다. DB손해보험(손해보험)·LG베스트샵(전자제품전문점)·제주항공(LCC항공)·롯데면세점(면세점) 등이 역전 1위로 나타났고, KT(인터넷&IPTV A/S)는 2년 만에 1위(SK브로드밴드와 공동)로 평가됐다.

이기동 KMAC 사업가치진단본부장은 “1위가 되는 것보다 서비스 품질을 유지하는 게 더 어렵다”며 “역동적인 경쟁 환경에서 신뢰와 리더십을 유지하려면 지속적인 고객 서비스 투자가 필요하다”고 강조했다.

문미영 객원기자

■ 2024년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점(MOT) 1위				
부문	산업	1위 기업(기관)	연속연수	조사대상 주요 기업 (*동순위 가나다 순)
금융 서비스	생명보험	한화생명[98] 동양생명[98]	15년 7년	ABL생명[97], 삼성생명[97], 교보생명[96], 미래에셋생명[96], 신한라이프[96], 흥국생명[95]
	손해보험	DB손해보험[96]	1년(역전)	메리츠화재[95], 삼성화재[95], 현대해상[95], KB손해보험[94]
	은행	신한은행[96] 하나은행[96]	14년 9년	KB국민은행[95], IBK기업은행[94], NH농협은행[94], SC제일은행[93], 우리은행[93]
	지방은행	부산은행[96]	3년	광주은행[95], 대구은행[95], 전북은행[95], 경남은행[92]
	저축은행	애뮤저축은행[92]	1년(역전)	OK저축은행[91], 웰컴저축은행[91], SBI저축은행[90]
	자동차 A/S	기아(Auto Q)[94] 한국지엠(바로서비스)[94]	11년 6년	르노코리아자동차(엔젤센터)[93], SK네트웍스(스피드메이트)[92], 현대자동차(블루핸즈)[92], GS엠비즈(오토오아시스)[91]
전문 A/S 서비스	가전 A/S	삼성전자서비스[97]	14년	LG전자[96], 위니아에이디[94]
	모바일&IT기기 A/S	삼성전자서비스[96]	13년	LG전자[94], 애플[94]
	가정용보일러 A/S	경동나비엔[95]	6년	귀뚜라미보일러[94], 린나이코리아[93]
	인터넷&IPTV A/S	SK브로드밴드[97] KT[97]	2년 1년	LG유플러스[95]
	국산자동차 판매점	한국지엠[96]	12년	기아[95], 르노코리아자동차[95], 현대자동차[95]
	수입자동차 판매점	Mercedes-Benz Korea[97]	10년	BMW Korea[96], Toyota Korea[96], Audi Korea[95], Volkswagen Korea[95]
제조 서비스	주유소	SK에너지[85]	3년	에스오일[84], 현대오일뱅크[84], GS칼텍스[83]
	헬스케어전문점	바디프랜드[95]	6년	세라젠[94], 누가의료기[93], 코지마[92], 휴테크[92]
	홍삼판매점	정관장(한국인삼공사)[93]	3년	참다한홍삼(자세바이오)[92], 한삼인(농협홍삼)[91]
	대형마트	홈플러스[91]	1년(역전)	롯데마트[90], 이마트[90]
	대형슈퍼	GS수퍼마켓[87] 백화점	15년 3년	롯데슈퍼[86], 홈플러스익스프레스[86], 이마트에브리데이[84], 현대백화점[93], 현대백화점[92]
	전자제품전문점	LG베스트샵[95]	1년(역전)	삼성디지털프라자[94], 롯데하이마트[93], 전자랜드[93]
유통 서비스	편의점	CU[88]	3년	GS25[87], 이마트24[86], 세븐일레븐[84]
	커피전문점	스타벅스커피코리아[91]	2년	엔제리너스[90], 커피빈코리아[90], 투썸플레이스[89]
	제과제빵점	파리바게뜨[93]	14년	뚜레쥬르[91]
	홈패션	이브자리[93]	2년	세사리빙[92], 알레르망[91]
	가구전문점	한샘[96]	1년(역전)	현대바튼[95], 가사미아[94], 일룸[94]
	수입 인증 중고차	Mercedes-Benz Korea[95]	4년	Audi Korea[94], BMW Korea[94], Volkswagen Korea[93]
일반 서비스	직영 중고차	미션정*	-	K Car(케이카)[93]
	면세점	롯데면세점[91]	1년(역전)	신라면세점[90], 신세계면세점[90], 신라아파트면세점[89], 현대백화점면세점[89]
	이동전화전문점	SK텔레콤[94]	2년	KT[93], LG유플러스[93]
	렌탈케어서비스	LG전자 구독케어서비스전문 자회사 하이케어솔루션[97]	3년	SK매직[96], 코웨이[96], 청호나이스[95]
	건강검진센터	삼성서울병원[98]	2년	서울대학교병원[97], 서울아산병원[97], 가톨릭대학교 성모병원[96], 세브란스병원[96]
	대형항공(FSC)	대한항공[98]	2년	아시아나항공[97]
공공 서비스	저 비용 항공(LCC)	제주항공[97]	1년(역전)	진에어[96], 에어부산[95], 에어서울[95], 티웨이항공[94]
	광역시청	광주광역시청[90] 대구광역시청[90] 대전광역시청[90] 부산광역시청[90]	3년 3년 1년 1년	서울특별시청[88], 인천광역시청[86]
	공공기관	우정사업본부[93] 한국주택금융공사[93]	10년 10년	국민건강보험공단[92], 국민연금공단[89], 한국마사회[88], 도로교통공단[85]

*단일 기업 산업인 경우 당해 KSQI 평균(94점) 초과인 기업에 한하여 서비스 품질 ‘우수 기업’으로 선정합니다.

■ 2024년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 디지털 고객접점(D-MOT) 1위				
부문	산업	1위 기업(기관)	연속연수	조사대상 주요 기업 (*동순위 가나다 순)
금융 서비스	생명보험 및 은행	미래에셋생명, 하나은행[96점]	1년	ABL생명[95], KB국민은행[95], 신한은행[95], 대구은행[94], 부산은행[94], 우리은행[93], IBK기업은행[92]
	대형마트 및 대형슈퍼	홈플러스[97점]	1년	롯데슈퍼[96], 롯데마트[94], 홈플러스익스프레스[94], 이마트[92], GS The Fresh[91], 이마트에브리데이[89]
유통 서비스	커피전문점	엔제리너스[93점]	1년	이디야커피[92], 커피빈[92], 메가커피[89], 컴포즈커피[89], 투썸플레이스[89]
	광역시청 및 공공기관	서울특별시청, 인천광역시청[97점]	1년	국민연금공단[95], 대구광역시청[95], 부산광역시청[95], 대전광역시청[94], 광주광역시청[92], 국민건강보험공단[92]

*2024년 첫 진행한 디지털 고객접점 조사는 점점 내 디지털 무인화기기 및 응대점도를 평가했습니다.

*자세한 조사결과와 KMAC 홈페이지(www.kmac.co.kr)에서 확인하실 수 있습니다.

인공지능 가전 시대 맞춰 가전제품 서비스에 AI 접목해 이용 전 단계부터 고객 편의 높여

가전 AS 및 모바일/IT기기 AS 부문



삼성전자서비스가 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 가전 AS와 모바일/IT기기 AS 부문에서 1위 기업으로 선정됐다. 삼성전자서비스는 부문별 조사 도입 이래 가전 AS와 모바일/IT기기 AS에서 각각 14년, 13년 연속 정상을 지켜가고 있다. 삼성전자서비스가 전문 AS 서비스 업계 1위 기업으로 인정받는 이유는 고객과 만나는 모든 순간, 최고의 서비스 경험을 제공하기 위해 노력하기 때문이다. 우선 ‘인공지능(AI) 가전’ 시대에 맞춰 AI를 접목시킨 가전제품 서비스로 이용 전 단계부터 고객의 편의를 높이고 있다. AI는 ‘스마트싱스(SmartThings)’에 연결된 가전제품의 상태 분석 뒤 고객에게 알림을 보내준다. 수리가 필요한 경우 AI

분석 내용으로 엔지니어가 제품의 증상과 필요한 부품을 확인할 수 있다. 서비스 접수 시에는 ‘실시간 상황 관리 시스템’을 통해 효율적인 엔지니어 배정이 이뤄진다. 전국을 1300개 이상의 구획으로 세분화한 뒤 고객 요청에 가장 적합한 엔지니어를 배정한다. 방문 전에는 통화로 제품의 증상과 필요한 부품을 미리 상세히 확인하고 있다.

또 삼성전자서비스는 쾌적하고 편리한 환경에서 전문적인 서비스 제공을 위해 노력하고 있다. 전국에 △휴대폰 전문 센터 171개 △IT 기기와 로봇청소기 등 소형 가전제품 수리 센터 117개 등 국내 최대 규모의 인프라를 구축했다. 서비스센터에서는 방문 고객 접수 단계부터 세심한 노력을 기울이고 있다. 센터 방문 고객은 키오스크에서 제품에 대한 △간단 문의 △부품 구입 △수리비 조회 등 원하는 서비스를 빠르고 간편하게 접할 수 있다. 키오스크에는 청각 장애인 고객들을 위한 ‘수어 상담 서비스’도 도입했다.

고객의 편의를 고려해 쾌적하고 즐거



운 서비스 환경 조성에도 힘쓰고 있다. 센터 내에 충전기·식수대 등 편의 시설을 갖추고, 대기 시간 동안 활용할 수 있는 PC·TV·잡자·상품구매 코너 등도 제공 중이다. 지난해 서울 삼성 강남 플래그십 매장에 서비스센터를 열고 다양한 전시와 프로모션도 즐길 수 있도록 했다. 삼성전자서비스는 엔지니어 기술 역량 강화 활동도 시행 중이다. 엔지니어들이

제품의 작동 원리와 증상을 공부할 수 있도록, 전국에서 제품별 기술 강사의 교육이 진행된다. 가전·모바일·IT기기 기술 자격시험도 반기별로 실시하고 있다. 매년 기술 경진대회 또한 개최한다. 엔지니어들의 고객 응대 역량 강화를 위한 ‘CS 컨설턴트’ 인력도 지원하고 있다. 전문가로 구성된 CS 컨설턴트는 응대 기술 향상을 위한 교육과 서비스센터 방문 컨



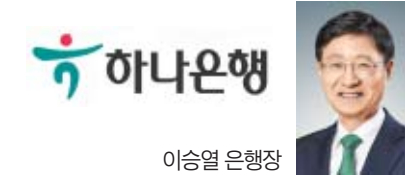
삼성전자서비스 제공
삼성전자서비스는 AI를 접목한 가전제품 서비스로 편의성을 높였다. 수리가 필요한 경우 AI 분석 내용을 바탕으로 엔지니어가 제품의 증상과 필요한 부품을 확인할 수 있다. 삼성전자서비스는 엔지니어 기술 역량 강화를 위해 힘쓴다. 전국에서 제품별 기술 강사의 교육을 진행하고, 고객 만족도 최상위 0.3%에 빛나는 ‘CS 달인’도 선발하고 있다.

설파까지 진행한다. 매년 전국 6000여 명의 엔지니어 중 고객 만족도 최상위 0.3%에 빛나는 ‘CS 달인’을 선발하고 있다. 뛰어난 수리 기술과 친절한 서비스로 ‘CS 달인’에 선정된 엔지니어들은 멘토로서 자신만의 고객 응대 기술과 제품 수리 방법 등 비법을 전수한다. 이는 다른 엔지니어들이 역량을 키울 수 있는 동기부여가 되고 있다.

고객의 의견을 듣고 서비스에 반영할 수 있도록 2020년부터 임직원 가족들로 구성된 ‘CS 패널단’도 운영 중이다. CS 패널단은 고객 관점에서 서비스 경험 뒤 다방면의 개선 의견을 제안한다. 직접 서비스를 접해 본 CS 패널단의 의견은 삼성전자서비스가 고객과 만나는 모든 접점에서 최고의 서비스를 제공할 수 있도록 안내하고 있다.

易地思之 마음으로 진정성 있는 고객 응대 ‘호평’

은행 부문



하나은행이 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 은행 부문에서 9년 연속 1위 기업으로 선정됐다. 우수한 성과의 배경에는易地사지(易地思之) 마음으로 진정성 있게 손님을 응대하는 임직원 노력이 있었다. 또 손님과의 접점에서 더 쉽고 편리한 서비스를 제공하기 위해 지속적으로 힘쓴 결과이기도 하다. 하나은행은 비대면 거래 확대 등 디지털금융 차별화 정책과 더불어, 대면 서비스의 중요성도 강조하고 있다. 대면 서비스는 이제 선택이 아니라 필수라는 것이다. 먼저 △직원의 문제해결 능력 향상을 위한 ‘손님 First Academy’ 교육 실시 △상품과 서비스의 제조·판매·사후관리 전(全) 과정 중 손님 의견을 반영하기 위해 대학생·소비자·액티브시니어로 세분화된 소비자 패널 운영 강화



하나은행 소비자패널 중 하나인 대학생 자문단 참가자들이 기념촬영을 하고 있다. 하나은행은 손님과의 접점에서 더 쉽고 편리한 서비스를 제공하기 위해 힘쓰고 있다.

△소상공인의 금융 지원책 마련을 위한 상생 간담회 실시 등 다양한 활동을 전개했다. 또한 금융소비자 역량 강화를 위해 △하나은행·교육부 간 디지털 문해력 향상 및 금융소비자보호교육 활성화 위한 MOU 체결 △금융취약계층 교육 지원을 위한 금융교육 앱 ‘하나원큐 길라잡이’ 개발 △시니어 특화 영업점의 고령화 손님 대상 ATM 현장실습 △지방 고령화 손님 대상 보이스피싱 예방 교육 △평생학습 박람회와 전국채전 금

용사가 예방 홍보 부스 운영 △금융감독원과 함께하는 ‘보이스피싱 예방 라이브 방송’ 등도 꾸준히 진행하고 있다. 이외에도 손님 가치를 최우선으로 하는 우수 영업점 명가(名家)와 우수 직원 선정 뒤 인증하는 명인(名人) 제도가 시행 중이다. 금융소비자보호법 준수로 소비자 보호를 실천하는 우수 영업점 및 우수 직원 선정 뒤 인증하는 ‘완전판매점 차 이행 우수 인증제도’ 또한 실시하고 있다.

국내 최초 전기차 정비 기술인증제 도입… 11년 연속 1위에

자동차 AS 부문



기아가 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 자동차AS 부문에서 11년 연속 1위 기업으로 선정됐다. 이는 기아의 꾸준한 고객중심경영 덕분이다. 기아는 EV 수리 대응력 향상을 위해 EV 기술교육·인프라 부문에 집중하고 있다. 기아는 국내 최초로 전기차 정비 기술인증제도(KEVT)를 도입했다. 현재 약 700개의 오토류 전 거점에서 EV 진단 수리가 가능한 KEVT Basic 인증 확보에 성공했다. 또 보다 높은 수준의 정비사에게 주어지는 ‘프로(Pro) 인증’ 보유율을 확대해 나가고 있다. EV 작업장과 충전 인프라 또한 지속적으로 확대해 근거리 정비의 강점을 강화하고 있다. 이뿐만 아니라 EV 오너들의 배터리 수리비 부담을 해소하고자 ‘리퍼비시 배터리 프로그램’도 도입했다. 리퍼비시 배터리 프로그램을 이용하면 품질이 확



구축한 고객중심경영에 힘쓰는 기아는 EV 수리 대응력 향상을 위해 EV 기술교육·인프라 부문에 집중하고 있다. 국내 최초로 전기차 정비기술인증제도(KEVT) 또한 도입했다.

보된 기아 제휴업체 배터리로 신품 대비 31% 수준의 금액에 수리할 수 있다. 또한 기아는 고객센터에 ‘커넥티드 서비스 문의와 오류 대응’ 전담 조직을 신설했다. OTA(Over-the-air·정비소 방문 없이 무선통신을 이용한 소프트웨어 업데이트 기술), 기아커넥트스토어 서비스(무선통신으로 구매할 수 있는 자동차 디지털 사양) 등에 대한 전문화된 상담으로 고객 불편을 신속히 해결한다. 기아는 원격진단 서비스도 시행하고

있다. 오토류 방문 전 고객센터에서 원격진단 서비스를 예약하면, 원격으로 고장 항목 분석 뒤 결과를 바탕으로 후속 조치까지 연계해 준다. 이는 CCU(Central Communication Unit·차량 내외부 연계 기능 및 데이터 전달을 위한 유무선 통신 통합 제어기) 적용 차량 및 특정 고장 항목에 한한다. 기아 관계자는 “모빌리티 혁신 시대에 걸맞은 서비스로, 고객이 기대하는 가치 그 이상을 실현해 나갈 것”이라고 전했다.

통합 디지털 세일즈 플랫폼 제공… 최상위 브랜드 특화 전시장 운영

수입자동차 판매 부문



메르세데스-벤츠 코리아가 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 수입자동차판매 부문에서 10년 연속 1위 기업으로 선정됐다. 현재 메르세데스-벤츠 코리아는 전국에 64개 공식 전시장과 75개 공식 서비스센터를 운영하고 있다. 각 전시장에는 혁신적인 상담 프로세스와 디지털 시스템을 도입한 새로운 인테리어 콘셉트인 ‘MAR 2020’이 적용됐다. 이는 최고의 고객 경험과 일관된 브랜드 가치를 전달한다. 또한 시승 신청부터 계약까지 모바일과 태블릿으로 간편하게 진행할 수 있는 통합 디지털 세일즈 플랫폼 ‘세일즈 터치’를 제공한다. 이에 더해, 다채로운 고객 경험을 제공하는 최상위 브랜드 특화 전시장도 운영하고 있다. AMG 전용 브랜드 센터 ‘AMG 서클’,



메르세데스-벤츠 코리아는 최고의 브랜드에 걸맞은 고객 경험을 선사하기 위해 전시장 인테리어부터 세일즈 컨설턴트 역량 강화에 이르기까지 지속적으로 힘쓰고 있다.

마이바흐 브랜드의 고급스러운 분위기를 담은 ‘메르세데스-마이바흐 익스클루시브 라운지 플러스’ 등 특별한 전시장들이 있다. 이 전시장들은 브랜드의 다양한 매력을 전달한다. 메르세데스-벤츠 코리아는 고객 중심 철학을 바탕으로 브랜드의 럭셔리 가치를 전한다. 이를 위해 세일즈 컨설턴트 대상으로 이론부터 실습까지 아우르는 온오프라인 교육을 진행하고 있다. 여기에는 제품과 브랜드에 대한 정확하고 전

문적인 정보를 전달하기 위한 단계별·제품별 전문 교육이 포함된다. 이뿐 아니라, 효과적인 상담과 판매를 위한 체계적이고 깊이 있는 고객 응대 교육도 지속적으로 펼쳐지고 있다. 또한 고객 만족 및 서비스에 대한 종합적인 평가를 거쳐 세일즈 및 서비스 영역에서 가장 성과가 우수한 임직원 개인과 팀에 대한 시상도 매년 진행한다. 서비스품질 점점뿐만 아니라, 세일즈 컨설턴트들의 사기를 높이고 있다.

점점직원의 전문성·업무역량 강화위해 반기별 온라인 직무교육

생명보험 부문



동양생명이 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 생명보험부문 1위 기업으로 7년 연속 선정됐다. 동양생명은 매년 고객접점에 있는 직원 대상으로 다양한 교육과 프로그램을 제공한다. 먼저 상담직원의 전문성과 업무 역량 강화를 위해 온라인으로 반기별 직무 교육을 한다. 고객 응대 직원들의 감정 케어를 위한 교육도 실시하고 있다. 또 관리자 대상 별도의 업무 역량 강화를 위한 대면 교육도 추가로 진행한다. ‘힐링캠프’ 데이는 고객을 최전선에서 응대하는 민원 업무 담당자들의 다양한 마음 건강 프로그램을 운영하고 있다. 디지털 금융과 해당 채널 이용이 어려운 고령층과 장애인 등 금융취약계층을 위한 전담 응대 직원도 지정한다. 최근에는 서울 동대문역 인근 종로 사



동양생명은 최근 서울 동대문역 인근 종로 사옥에 편안한 리운지형 공간 ‘동양생명 강북플라자’를 열었다. 프라이빗한 공간에서의 금융 서비스와 금융전문가(FC)들의 전문적인 금융 상담이 가능하다.

옥에 ‘동양생명 강북플라자’를 열었다. 종각역 본사 고객창구와 강북구 수유동에 있던 강북 고객창구를 통합 이전했다. 이곳은 편안하고 여유로운 리운지형 공간이다. 프라이빗한 공간에서 금융 서비스를 받을 수 있으며, 금융전문가(FC)들의 전문적인 금융 상담이 이뤄지는 개별 상담실 2개도 별도로 마련했다. 또 지난해 예기치 못한 사고 등에 더욱 폭넓은 지원이 가능하도록, 비대면 사고 보험금 청구 가능 금액을 상향 조

정했다. 사망·장해 등 일부 급부를 제외 한 사고 시, 최대 500만원까지 모바일 앱 또는 홈페이지 등으로 편하게 보험금을 청구할 수 있다. 또한 모바일이나 홈페이지 사용이 어려운 고객들 또한 담당 FC를 통해 손쉽게 사고 보험금 청구가 가능하도록 지원하고 있다. 동양생명 관계자는 “고객 만족도 극대화를 위해 항상 애쓰고 있는 직원들의 노력이 인정받아 매우 기쁘다”고 전했다.

정리=이예은 객원기자

금융 접근성 향상 위한 사회적 배려 운동 ‘배리어프리’ 정책 시행

은행 부문

신한은행

정상혁 은행장



신한은행이 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수 (KSQI)’ 은행 부문에서 14년 연속 1위 기업으로 선정됐다. 신한은행은 국내 금융권 최초로 ‘고객만족경영’을 도입하고, 시대 변화에 맞춘 ‘차별적 서비스’를 제공하면서 대한민국 금융 서비스를 선도해 왔다.

신한은행은 기존에 없던 금융, 고객이 먼저 찾아오는 은행을 꿈꾸며 ‘함께하는 성장’에 최선을 다하고 있다. 또 은행권 최초로 금융소비자보호 통합 플랫폼 ‘소보플러스+’를 론칭하여 흩어진 고객의견을 통합하고, 고객과 직원 간의 곳(Good)서비스 소통을 통해 긍정의 선순환 소통체계를 구축하고 있다. 신한은행의 경영 키워드는 ‘따뜻한 금융’이다. 금융 접근성 향상을 위한 사회적 배려 운동인 ‘배리어프리’ 정책을 다양하게 시행한다. 고령층 고객의 금융 편의성



신한은행은 디지털과 비대면에 익숙하지 않은 시니어 고객에게 디지털금융 교육과 기기 체험 기회를 제공한다.

증대를 위해 ‘큰 글씨’와 ‘쉬운 금융 용어’로 구성된 시니어 맞춤 자동화기기

(ATM)를 전국 모든 영업점에 확대 도입했다. 또 시각장애인을 위한 마음맞춤 응대 키트(KIT)를 제작해 영업점에 배치했다. 청각장애인을 위해 상담 내용을 실시간 자막으로 보여주는 ‘글로 보는 상담 서비스’도 함께 운영하고 있다.

이밖에 누구나 디지털금융 등을 쉽게 배우고 체험할 수 있는 차별화된 금융 교육 센터 ‘신한 학이재’를 개관했다. ‘신한 학이재’에서는 디지털과 비대면에 익숙하지 않은 시니어 등 고객에게 실질적 도움이 되는 디지털금융 교육과 기기 체험 기회를 제공한다. 정상혁 신한은행장은 “사회와 상생에 대한 진정성 있는 실천을 통해 고객이 필요로 하는 모든 순간에 함께하겠다”면서 “고객과 사회로부터 인정받을 수 있는 지속 가능한 가치를 만들어 나가겠다”고 밝혔다.

차별화된 서비스 ‘라이프라운지’... 생보사 최초로 15년 연속 1위

생명보험 부문

한화생명

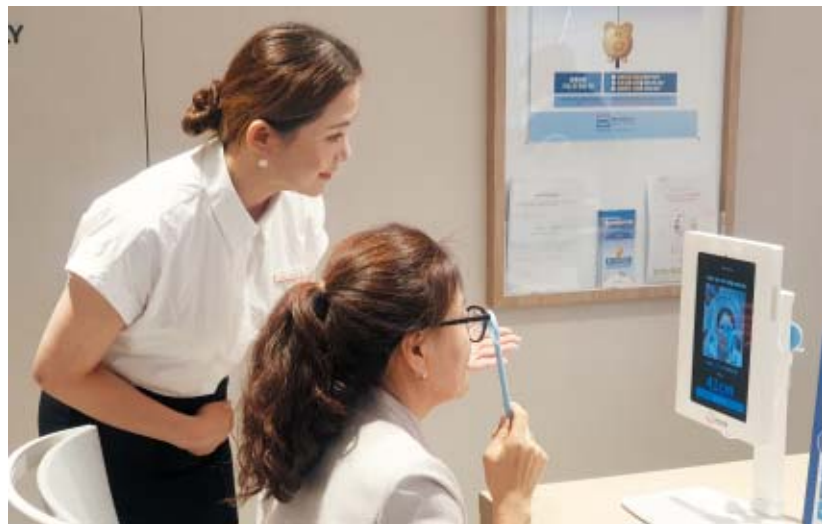
여승주 대표이사 부회장



한화생명이 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수 (KSQI)’ 생명보험 부문에서 1위 기업으로 선정됐다. 생명보험사 최초로 15년 연속 1위에 올랐다.

한화생명은 고객 입장에서 생각하고, 차별화된 서비스를 제공하기 위해 고객센터 변화에 앞장섰다. 그 결과 ‘라이프라운지’가 탄생했다. 라이프라운지는 고객과의 관계를 강화하고 상생할 수 있는 공간이다. 7월 말까지 4개 고객센터(대전·부평·마산·부산)에서 오픈 예정이다. 라이프라운지에서는 교양 세미나와 체험이 결합한 프로그램을 제공한다. 눈 건강 측정기를 도입해 시니어 방문 고객에게 ‘한 장으로 확인하는 건강’이라는 주제로 눈·치매 검사 서비스도 제공한다.

또 고객센터에 디지털 데스크를 설치해 화상상담 업무가 가능하다. 지난 1월



한화생명 라이프라운지에서는 눈 건강 측정기를 도입해 시니어 방문 고객에게 검사 서비스를 제공한다.

금융사 최초 모바일 다인(多人) 화상상담 서비스도 오픈했다. 고객센터와 원격리에 있는 고객 불편을 해소하고, 디지털 소외계층에게도 업그레이드된 서비스를 제공한다. 이밖에 고객 재산 보호를 위한 보이스피싱 의심 거래 탐지 시스템을 구축했다. 본인인증 강화 및 피해 예방 실천 의지 다짐을 위한 ‘금융소비자 권의 보호 실천 결의대회’도 개최한 바 있다.

인구 고령화 등 금융 취약계층 증가에

따라 금융소비자 보호를 위한 ‘사랑나눔 창구’를 전(全) 고객센터에서 운영하고 있다.

금융 취약계층 고객이 원하는 시간에 상담을 예약하면 전문 상담사가 직접 응대한다. 방문 예약 서비스 신청은 콜센터나 고객센터에서 할 수 있다. 한화생명 관계자는 “고객을 가장 먼저 생각하는 확고한 ‘고객 중심 경영 철학’으로 신뢰받는 고객센터가 되기 위해 노력하겠다”고 말했다.

사용하는 내내 최상의 성능 유지하는 ‘구독 서비스’ 제공

렌탈케어서비스 부문

LG전자

류재철 H&A사업본부장(사장)



LG전자 구독케어서비스 전문 자회사 하이케어솔루션이 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수 (KSQI)’ 렌탈케어서비스 부문에서 1위 기업으로 선정됐다. 3년 연속 거둔 쾌거다.

LG전자는 고객이 제품을 한번 구매하면 끝나는 게 아니라 사용하는 내내 최상의 성능을 유지할 수 있도록 ‘구독 서비스’를 제공하고 있다. LG전자는 고객이 요청하면 방문 서비스를 제공할 수 있는 시스템을 구축했다.

정수기와 공기청정기로 시작해 세탁기·에어컨 등 대형 가전까지 꾸준히 관리가 필요한 23종에 대해 방문 서비스를 제공한다. 앞으로 서비스 대상 제품이 더 확대될 예정이다.

LG하이케어솔루션은 LG전자 구독케어서비스 전문 자회사다. LG전자는 구독제품의 △케어 전문성 △방문 시스템



LG하이케어솔루션은 제품이 늘 최고 성능을 유지할 수 있도록 케어전문가의 ‘찾아가는 서비스’를 제공하고 있다.

의 효율적 운영을 위해 ‘하이케어솔루션’을 설립했다. 하이케어솔루션은 케어 전문가인 ‘케어매니저’를 LG만의 체계적인 교육시스템으로 양성한다. 케어매니저는 △제품성능 점검 △핵심부품 교체 △위생케어 △내외부 클리닝 등 프리미엄 케어 서비스를 방문해서 제공한다. 또 고객 상황에 맞는 제품 관리 방법과 사용법 등도 알려주는 역할을 하

고 있다.

LG하이케어솔루션은 LG전자 구독사업의 확장성에 발맞춰 체계적인 운영시스템을 더욱 고도화하고 있다.

류재철 LG전자 H&A사업본부장(사장)은 “제품을 판매하는 데 그치지 않고 고객이 제품을 사용하는 과정에서 지속적으로 소통하며 더 나은 고객 경험을 제공하기 위해 노력할 것”이라고 말했다.

‘소포물품사진서비스’ 등 최고 수준의 ‘우정 서비스’ 노력

공공서비스(공공기관) 부문

우정사업본부

조해근 우정사업본부장



우정사업본부가 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수 (KSQI)’ 공공서비스(공공기관) 부문에서 10년 연속 1위로 선정됐다.

우체국은 1884년 ‘우정총국’을 설립하며 근대 우편제도를 도입한 이래 140년간 국민과 가장 가까운 곳에서 우정 서비스를 제공해 왔다. 정부의 최일선 현장 ‘밀착형 국가기관인 우정사업본부는 2000년 7월 정식 출범했다. 전국 3300여개 우체국에서 4만3000여 명의 직원들이 우편·예금·보험 사업 등을 수행한다. 우체국은 최고 수준의 우정 서비스를 제공하기 위해 끊임없이 노력하고 있다. 2003년 정부 기관 중 최초로 ‘우체국콜센터’를 구축했다.

또 최근 빈번히 발생하는 중고거래 사기를 줄이기 위해 우체국에서 발송한 소포 내용물을 수취인이 사진으로 미리 확인할 수 있는 ‘소포물품사진서비스’, 쥘



우정사업본부는 정부의 최일선 현장 밀착형 국가기관으로 국민에게 최고 수준의 ‘우정 서비스’를 제공하기 위해 노력하고 있다.

은 세대가 편리하게 우편서비스를 이용할 수 있도록 ‘카카오페이 간편결제서비스’ 등도 도입했다.

이밖에 2022년 7월부터 ‘복지 등기 우편서비스’도 시행하고 있다. 집배원이 위키 의식 가구에 복지정보가 담긴 우편물을 배달하면서 생활 실태 등을 파악한다. 그리고 지자체에 정보를 전달해 ‘충족한 사회복지장 구축’을 지원한다. ‘폐의약품 회수 사업’ 성과도 눈에 띈다. ‘폐의약품’은 생활계 유해폐기물로 안

전하게 회수해 소각 처리되어야 한다. 이에 우체국은 24시간 사용이 가능한 우체통을 활용해 폐의약품을 회수하고 있다. 최초 시행 지역인 세종시에서는 수거량이 2023년 한해에 이전 대비 118%나 증가했다. 지난해 11월에는 임신부의 주요 임신 질환과 자녀의 희귀병을 보장하는 공익보험 ‘대한민국 암마보험’도 출시했다. 암마보험은 우정사업본부가 보험료를 전액 지원하는 무료 공익보험이다.

정리=이미혜 객원기자

韓國의 經營大賞
The Management Award of Korea

대한민국 최고 권위의 상 (Since 1988)

한국의경영대상

2024

2023년 韓國의 經營大賞

응모부문

Technical Paradigm

DX (디지털혁신) CX (고객경험) EX (직원경험)
BX (브랜드경험) SX (지속가능경험)

Management Paradigm

ESG경영 청렴·윤리경영 상생경영
소비자보호 안전경영 품질경영
친환경경영

응모방법

‘응모신청서 및 공적서’ 작성 후 E-mail 제출

[~9월 6일 마감]

문의 한국의경영대상 운영사무국

Tel.

E-mail

02-3786-0546

kmacmga@kmac.co.kr

02-3786-0796



홍도상장 방문가

비대면 채널 고도화와 독보적 디지털 서비스 구현

디지털 고객접점 금융 부문



미래에셋생명이 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질 지수(KSQI)’에서 디지털 고객접점 금융 부문 첫 1위로 선정됐다. 미래에셋생명은 2021년 국내 보험업계 최초 제판 분리를 단행해 판매 채널을 나눴다. 디지털 혁신, 상품 경쟁력 강화 등에 집중하는 업무 환경을 구축했고 이를 기반으로 비대면 채널 고도화, 독보적인 디지털 서비스를 구현했다.

보험사 최초로 2022년 1월 고객이 화상으로 모든 업무를 처리할 수 있는 ‘비대면 화상상담 서비스’를 오픈했다. 휴대전화로 통해 원하는 장소에서 편하게 상담할 수 있다. 고령자나 해외 거주자도 방문한 것과 같이 업무처리를 할 수 있다. 기존의 고객프라자는 고객 지향형 ‘디지털라운지’로 전환했다. 사무 환경 제약 없이 방문객이 자유롭게 최신 디지털 금융서비스를 경험할 수 있는 혁신 공



미래에셋생명은 2022년 1월 보험사 최초로 고객이 화상으로 모든 보험 업무를 처리할 수 있는 ‘비대면 화상상담 서비스’를 출시해 호평받았다.

간으로 탈바꿈했다. 온라인 플랫폼 또한 혁신했다. 2020년 10월 고객 경험 개선을 위해 홈페이지, 사이버창구, 온라인 보험 등 회사 업무 구분에 따라 각각 운영되던 기존 사이트들을 하나의 도메인으로 통합해 편의성을 높였다.

더불어 디지털 취약계층을 위해 큰글씨서비스를 도입하는 등 사용자 중심으로 편의성을 개편했다. 이처럼 미래에셋

생명은 고객 편의성 증대에 초점을 맞춘 개편으로 고객이 찾아와야 하는 불편을 줄이고, 지속해서 업무 편의성 및 고객 만족도를 향상했다.

미래에셋생명 관계자는 “다양한 비대면 비즈니스 경쟁력을 바탕으로 고객이 언제, 어디서든 우수한 서비스를 제공받을 수 있도록 계속 노력하겠다”고 전했다.

지역금융의 버팀목 역할… 지역 사회공헌 비율 가장 높아

지방은행 부문



BNK부산은행(이하 부산은행)이 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 지방은행 부문에서 3년 연속 1위 기업으로 선정됐다. 부산은행은 고객 만족을 높이기 위해 △영업점 직원 고객맞이 △전문가다운 상담 △고객 배움 △고객 안내 활동 △근무태도 △환경 실태 등을 평가·개선하고 있다. 또 은행 상품과 서비스 이용 시 고객들이 경험한 불편 사항을 빠르게 파악하고 선제적으로 개선하기 위해 CX(고객경험개선)팀을 운영한다.

부산은행은 금융소비자 권의 보호에도 힘쓰고 있다. 부산은행은 상품·서비스·이벤트 등 시행 전 금융소비자 관점에서 불리하거나 불합리한 부분을 점검하는 사전협의 제도를 진행한다. 별도의 금융소비자 보호를 위한 점검 조직 활용으로 임직원들이 상품 판매 과정에서 ‘금융소비자보호법’ 위반 행위를 하지



BNK부산은행 제공
부산은행은 2003년 금융회사 최초로 사회공헌 전담 조직 ‘희망드림봉사단’을 신설해 자발적인 봉사 활동을 펼치고 있다. 사진은 ‘희망드림봉사단’ 활동 모습.

않도록 꼼꼼히 살피고 있다.

부산은행은 은행권 최초로 ‘시니어 서포터즈’ 제도를 선보여 좋은 반응을 얻었다. 이를 통해 고객에 대한 업무 지원 및 고객과 소통하고 있고, 시니어 고객 일자리 창출에도 기여하고 있다. 또 고령금융소비자 및 장애인 대상 ‘행복한 금융 맞춤창구’도 운영 중이다.

더불어 1사(社) 1교(校), 외국인 유학생을 포함한 금융 취약계층 대상 진로 제

험 등 금융교육에도 적극 앞장섰다. 지난해 1만3000여 명에게 금융교육을 했다. 이와 함께 부산은행 본점 1층 ‘금융 역사관’에는 우리나라 금융 역사를 쉽게 이해할 수 있도록 영상과 게임 체험 등도 마련했다. 한편, 부산은행은 1967년 설립 이후 지역 금융 버팀목으로서 부산시민의 금융서비스 접근성을 증대하기 위해 전체 중소기업 대출의 74.3%를 지역에 지원하고 있다.

‘굿 서비스가 최고의 마케팅’ 경영 이념… 365일 24시간 상담 제공

가정용보일러 AS 부문



경동나비엔이 한국능률협회컨설팅 주관 ‘2024 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 가정용보일러 AS 부문에서 6년 연속 1위 기업으로 선정됐다. 쾌적한 생활환경 파트너 경동나비엔은 고객과 접점을 확대하며 소비자 친화적인 행보를 보인다.

경동나비엔은 ‘굿(Good) 서비스가 최고의 마케팅이다’라는 경영 이념 아래 고객 만족도를 높이기 위한 노력을 이어왔다. △전화(1588-1144) △홈페이지 △스카카오톡 채팅 등의 창구를 통해 업계 최초로 365일 24시간 상담을 제공한다. 또 ‘나비엔 영상지원’ 애플리케이션을 통해 영상 상담도 시행한다. 엔지니어 방문 전 상담사가 불편함을 신속하게 해결하도록 지원해 줘 호평받고 있다.

경동나비엔은 이에 만족하지 않고 상담 서비스를 지속해서 업그레이드하며



경동나비엔 제공
‘나비엔하우스 제점점’은 체험연출존·제품전시존·상담 및 업무존 이외에도 집 어디에 제품이 설치되는 지 등을 상세하게 들을 수 있는 ‘도슨트 투어’도 진행한다.

소비자 편의성을 높였다. 대표적으로 2021년 ‘나비엔 AI 서비스’를 통해 문제 해결 시간을 대폭 단축하게 했다. 고객이 가스보일러의 실내 온도 조절기(로콘) 사진을 업로드하면 AI가 여러 코드를 분석해 상황에 맞는 자가조치 방법을 알려준다. 이외에도 ‘보이는 ARS’ 서비스는 청각장애인의 서비스 접근성을 높였다. 또 비장애인과 다시 듣기를 반복하던 음성 ARS의 불편함이

해소됐다.

경동나비엔은 2019년 업계 최초로 남 스타필드에 오프라인 매장을 선보인 데 이어 체험 매장 ‘나비엔하우스’ 남양주 북부점과 의정부 서부점, 580평 규모의 제점점을 오픈하며 경험의 가치 전달에 앞장서고 있다. 이곳은 실제 집처럼 꾸며진 공간에서 제품 배치를 확인할 수 있는 ‘체험연출존’과 ‘제품전시존’, ‘상담 및 업무존’으로 구성돼 있다.

생애주기 맞춤형 주택금융상품 공급… 노후안정에 기여

공공서비스(공공기관) 부문



한국주택금융공사(이하 HF공사)가 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2024년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)’ 공공서비스(공공기관) 부문에서 1위 기업으로 선정됐다. 뛰어난 서비스품질로 10년 연속 우수기관으로 선정됐다.

HF공사는 청년의 꿈, 중년의 희망, 노년의 행복까지 책임지는 생애주기 맞춤형 주택금융상품을 공급한다. 이를 통해 국민의 주거와 노후 안정에 기여하고 있다. HF공사는 2004년 설립 이후부터 매년 자체 고객만족도(CSI) 조사와 고객접점 서비스 모니터링을 하고 있다. △지점별 맞춤형 피드백 교육 △상황별 고객 응대 표준매뉴얼 △고객서비스 현장 제작 등을 통해 고객·현장 중심 주택금융서비스 구현에 힘쓰고 있다.

더불어 HF공사는 대면 고객서비스 품질향상을 위해 전국 지점에 전문 상담 인력 등을 배치해 고객 맞춤형 상담 서비



한국주택금융공사 제공
HF공사는 지점별 맞춤형 피드백 교육, 상황별 고객 응대 표준매뉴얼, 고객서비스 현장 제작 등을 통해 고객·현장 중심 주택금융서비스 구현에 힘쓰고 있다.

스를 제공한다. 특히 주택연금 상담사를 별도로 채용해 어르신 대상 주택연금 안내부터 가입까지 원스톱 상담 서비스 중 이다. 고령 고객 이해도를 고려한 각종 상담자료(큰 글씨 약정서, 보증 약관 시각화 자료 등) 제작, 시각장애인을 위한 보이스아이 서비스와 사전 설명 영상 시청 등 고객 친화적 상담 환경 구축에도 앞장서고 있다.

HF공사는 디지털 전환에 따른 금융시

장 변화와 고객의 금융상품 이용 편의성에 발맞추고자 혁신을 거듭했다. 대면·비대면 채널로 모든 공사 상품(정책모기지·주택연금·주택보증 등) 이용이 가능하도록 시스템을 구축했다. 최근 공공마이데이터 도입으로 고객이 정보제출을 요청하면, 15개 정보보유기관으로부터 46종 행정정보를 연계하는 초간편 주택금융서비스까지 개시해 호평받고 있다.

정리=이보라 객원기자

KSQI
Korean Service Quality Index
한국산업의 서비스품질지수

2024년 한국산업의 서비스품질 1위

KSQI(Korean Service Quality Index) 고객접점 부문 : KSQI는 '고객접점 부문'의 서비스 이행과정에서 나타나는 결함을 측정하는 국내 유일의 서비스 평가제도입니다.

대면접점 조사
기업의 본원직(상품/서비스) 가치를 전달하는 대면 접점의 서비스품질 수준을 평가

디지털접점 조사
고객접점 내 온-오프 플랜딩된 서비스(디지털 기기 등)품질 수준을 평가 (2024년 첫 조사 진행)
※ 향후 웹/앱 기반 디지털 채널 확대 예정

kmac

 렌탈케어서비스 부문 1위	 가정용보일러 AS 부문 1위	 자동차 AS 부문 1위	 생명보험 부문 1위
 수입자동차판매점 부문 1위	 디지털 고객접점-금융 부문 1위	 헬스케어전문점 부문 1위	 지방은행 부문 1위
 가전 AS 부문 1위	 모바일/IT기기 AS 부문 1위	 은행 부문 1위	 공공서비스 부문 1위
 은행 부문 1위	 공공서비스 부문 1위	 자동차 AS 부문 1위	 생명보험 부문 1위