



1 신한은행
2 한국자염
3 LG하이케어솔루션
4 메르세데스-벤츠 코리아

지속적인 품질혁신·친절한 서비스 응대 고객과 신뢰형성이 기업 경쟁력의 원천

한국능률협회컨설팅(KMAC·대표이사 사장 한수희)이 '2025 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사' 결과를 24일 발표했다.

KSQI 고객접점 조사는 기업의 상품 및 서비스 전달 과정에서 고객이 체감하는 서비스 품질을 전문 평가단이 측정하는 국내 최초이자 유일한 평가제도다. 금융, 유통, 제조, 전문 A/S, 일반서비스(통신·항공·건설·건설 등), 공공서비스 등 6개 서비스 부문을 대상으로 한다.

올해 KSQI 고객접점 조사는 평가 기준 강화와 산업 특성 지표 추가로 인해 전년 대비 1점 하락한 93점을 기록했다. 지난해 첫 평가를 시행한 'KSQI 디지털 고객접점'도 1점 감소한 93점으로 나타났다. 소비자 친화적 기능과 편의성, 업무 처리 속도 등을 평가하는 '디지털 기기 서비스 품질' 영역은 금융 96점, 공공 95점, 유통 93점 등 우수한 수준을 보였으나 디지털 기기 이용 시 '도움 수단' 마련 정도가 85점대로 낮았다.

서비스 부문별로 일반서비스가 96.3점으로 가장 높았으며 이어 금융(93.9점), 전문 A/S(93.7점), 제조(93.5점), 유통(90.6점), 공공(90.2점) 순이었다. 유통서비스는 고객 접점 빈도가 높음에도 불구하고 서비스 교육 부족과 단기 인력 비중 증가 등으로 응대 전문성이 떨어지는 것으로 분석됐다. 공공 서비스 부문은 고객보다 행정·공급자 중심의 프로세스에 머물러 있어 서비스 혁신이 필요한 것으로 평가됐다.



한국능률협회컨설팅, 산업별 기업 조사

올해 평가지수 작년보다 1점 떨어진 93점
디지털기기 이용 '도움 수단' 85점대 그쳐

이마트·현대해상·KT·LG유플 1위 역전
고객 경험의 본질은 '정서적 공감'에 있어

산업별로는 11개 기업이 10년 이상 연속 1위에 오르며 고객 접점에서 일관된 품질과 신뢰를 바탕으로 업계 최고 수준의 서비스 역량을 입증했다.

삼성전자서비스가 가전 A/S와 모바일 IT기기 A/S 부문에서 각각 15년, 14년 연속 1위에 올랐으며 기아는 자동차 A/S에서 12년 연속 1위를 기록했다. GS 더프레시(옛 GS슈퍼마켓·대형슈퍼)·한화생명(생명보험)이 16년 연속, 파리바게뜨(제과제빵점)·신한은행(은행)이 15년 연속, 메르세데스-벤츠 코리아(수입자

자동차판매점)·우정사업본부(공공기관)·한국주택금융공사(공공기관)가 11년 연속 1위를 차지했다. 하나는 행(은행)은 올해 10년 연속 1위에 선정됐다.

올해 새로 1위에 오른 기업들도 눈길을 끈다. 대형마트 부문에서 이마트가, 손해보험 부문에서 현대해상이 1위로 역전했다. 최근 고객 유심 정보 유출 사건을 겪은 이동통신전문점 부문에서는 KT와 LG유플러스가 1위에 올랐다.

조사에서 높은 평가를 받은 기업들은 고객이 서비스를 이용하는 전 과정에서 신뢰를 느낄 수 있도록 응대 방식과 시스템을 지속적으로 개선한 것으로 나타났다. 인공지능(AI), 자동화 시스템 등으로 기술이 고도화하고 있음에도 고객이 시간과 비용을 들여 서비스센터나 대면 접점을 찾는 이유는 단순한 문제 해결이 아니라 정서적 공감과 진정한 이해를 원하기 때문이다. 고객은 왜 문제가 발생했고, 어떤 조치를 취했는지 설명을 듣고 이해함으로써 비로소 신뢰를 형성한다. KSQI는 자동차 A/S 산업의 '사전·사후 정비 안내'처럼 산업별 특성에 맞춘 '이해 경험' 제공 진단을 강화해나가고 있다.

이가동 KMAC 사업가치진단 본부장은 "디지털 기술이 모든 것을 대체할 수 있는 시대지만 고객 경험의 본질은 여전히 감정의 연결에 있다"며 "중요한 것은 어떤 접점 채널이든 고객이 그 과정에서 신뢰를 형성할 수 있느냐는 점이며, 그것이 곧 서비스의 척도이자 기업의 진정한 경쟁력"이라고 말했다. 김지원 기자

2025년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점(MOT) 1위 *영/한가나다순

부문	산업	1위 기업(기관)	연속연수
전문 A/S 서비스	자동차 A/S	기아(Auto Q)	12년
	가전 A/S	한국자염(바로서비스)	7년
	모바일 IT기기 A/S	삼성전자서비스	15년
	가정용보일러 A/S	삼성전자서비스	14년
	인터넷&IPTV A/S	KT	2년
제조 서비스	국산자동차판매점	기아	1년(역전)
	수입자동차판매점	Mercedes-Benz Korea	11년
	주요소	GS칼텍스	1년(역전)
	헬스케어전문점	바디프랜드	7년
	홍삼판매점	정관장(한국인삼공사)	4년
유통 서비스	대형마트	이마트	1년(역전)
	대형슈퍼	GS 더 프레시	16년
	백화점	신세계백화점	4년
	전자제품전문점	LG베스트샵	2년
	편의점	CU	4년
	커피전문점	스타벅스커피코리아	3년
	제과제빵점	엔제리너스	1년
	홈패션	파리바게뜨	15년
	가구전문점	이브자리	3년
	수입 인증 중고차	알레르망	1년
금융 서비스	직영 중고차	한샘	2년
	면세점	Mercedes-Benz Korea	5년
	생명보험	미션점*	-
	손해보험	롯데면세점	2년
	은행	한화생명	16년
일반 서비스	이동통신전문점	동양생명	8년
	렌탈케어서비스	현대해상	1년(역전)
	건강검진센터	신한은행	15년
	대형항공(FSC)	하나은행	10년
	저비용항공(LCC)	부산은행	4년
공공 서비스**	광역시청(민원센터)	웰컴저축은행	2년
	대중교통	애뮤온저축은행	1년
	공공기관	KT	1년(역전)
		LG유플러스	1년(역전)
		LG 하이케어솔루션	4년

* 단일 기업 산업인 경우 당해 KSQI 평균(93점) 초과된 기업에 한하여 서비스 품질 '우수 기업'으로 선정합니다.

** 공공서비스는 90점 이상의 기관에 대하여 '공공 서비스품질 우수 기관'으로 선정합니다.

2025년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)
디지털 고객접점(D-MOT) 1위

부문	산업	1위 기업(기관)	연속연수
금융 서비스	생명보험/은행/지방은행	미래에셋생명	2년
		한화생명	1년
유통 서비스	대형마트/대형슈퍼	롯데슈퍼	1년
	커피전문점	엔제리너스	2년
공공 서비스	광역시청/공공기관	투썸플레이스	1년
		국민연금공단	1년
		대전광역시청	1년

* 디지털 고객접점 조사는 점점 내 디지털 무인화기 및 직원 응대정도를 종합하여 평가하였습니다.

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

서비스 품질에 대한 고객 체감지수 ... 디지털 기기도 평가

한국산업의 KSQI 고객접점 조사는

'한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사'는 한국 산업의 서비스 품질에 대해 고객이 체감하는 정도를 나타내는 지수다.

기업이 상품 및 서비스를 전달하는 접점에서 고객이 지각하는 서비스 품질 수준을 전문 평가단이 평가해 서비스 이행 과정에서 나타나는 결함을 측정하는 국내 유일의 평가제도다.

KSQI 고객접점은 고객에게 제공되는 '대면 직원의

서비스 품질'을 평가 대상으로 하며 서비스 제공 전, 서비스 중, 서비스 후 단계로 나눠 각 단계에서 지켜야 할 11개 주요 영역을 평가한다. 세부 항목은 산업별로 40~60개에 달한다.

작년부터 시행한 'KSQI 디지털 고객접점'을 통해 '디지털 기기 서비스 품질' 영역도 평가한다. 금융(디지털데스크, 유통(키오스크, 셀프계산기), 공공(무인민원발급기) 등 대면 고객접점에서의 디지털 환경 평가와 함께 필수적으로 수반되는 직원(화상상담 직원, 디지털 기기 사용 도움 직원) 등에 대한 평가도 진

행한다. 이를 통해 고객이 다양한 채널에서 일관되게 서비스를 받고 있는지 측정할 수 있다.

올해 KSQI 고객접점 조사는 2024년 8월부터 2025년 6월까지 연간 4회, 분기별로 실시해 특정 시기의 영향을 최소화했으며 구조화된 모니터링 시트를 활용한 '미스터리 조사(Mystery Survey)' 방식으로 진행했다. 사전 교육을 이수한 전문 모니터링 요원이 고객으로 접점을 방문해 순수 서비스 전달 품질 수준을 평가하는 등 총 9500회(기업당 60~100회) 모니터링을 실시했다. 김지원 기자

2025년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점(MOT) 결과				
*동 순위영/한가나다순				
부문	산업	기업(기관)	KSQI	순위
전문A/S 서비스	자동차AS	기아(Auto Q)	93	1위
		한국지엠(바로서비스)	93	1위
		현대자동차(블루핸즈)	92	3위
		GS엠비즈(오토오아시스)	91	4위
		SK네트웍스(스피드메이트)	91	4위
		르노코리아자동차(엔젤센터)	91	4위
		산업 평균	92	-
	가전AS	삼성전자서비스	97	1위
		LG전자	96	2위
		위니아에이드	94	3위
		산업 평균	96	-
	모바일&IT기기 AS	삼성전자서비스	96	1위
		LG전자서비스	94	2위
		애플	94	2위
		산업 평균	94	-
	가정용 보일러AS	경동나비엔	95	1위
		귀뚜라미보일러	94	2위
		런나이코리아	93	3위
		산업 평균	94	-
	인터넷/IPTV AS	KT	96	1위
		LG유플러스	95	2위
		SK브로드밴드	95	2위
		산업 평균	96	-
	전문A/S 서비스 평균		94	-
제조·판매 서비스	국산자동차 판매점	기아	95	1위
		르노코리아자동차	94	2위
		한국지엠	94	2위
		현대자동차	94	2위
		산업 평균	95	-
	수입자동차 판매점	Mercedes-Benz Korea	97	1위
		Audi Korea	96	2위
		BMW Korea	96	2위
		Toyota Korea	95	4위
		Volkswagen Korea	95	4위
		산업 평균	96	-
	주유소	GS칼텍스	86	1위
		SK에너지	85	2위
		에스오일	84	3위
		현대오일뱅크	84	3위
		산업 평균	85	-
	헬스케어 전문점	바다프랜드	94	1위
		세라켄	93	2위
		휴테크	93	2위
		누가의료기	92	4위
		코지마	91	5위
		산업 평균	93	-
	홍삼판매점	정관장(한국인삼공사)	94	1위
		한삼인(동협홍삼)	93	2위
		천다한홍삼(지씨바이오)	92	3위
		산업 평균	93	-
	제조·판매 서비스 평균		94	-
유통 서비스	대형마트	이마트	89	1위
		홈플러스	88	2위
		롯데마트	87	3위
		산업 평균	88	-
		GS더프레시	87	1위
	대형슈퍼	이마트에브리데이	87	1위
		롯데슈퍼	85	3위
		홈플러스익스프레스	83	4위
		산업 평균	85	-
	백화점	신세계백화점	92	1위
		롯데백화점	91	2위
		현대백화점	88	3위
		산업 평균	90	-
	전자제품 전문점	LG베스트샵	95	1위
		삼성스토어	95	1위
		롯데하이마트	94	3위
		전자랜드	93	4위
		산업 평균	94	-
	편의점	CU	87	1위
		GS25	86	2위
		이마트24	85	3위
		세븐일레븐	83	4위
		산업 평균	85	-
	커피전문점	스타벅스커피코리아	91	1위
		엔제리너스	91	1위
		커피빈코리아	90	3위
		투썸플레이스	88	4위
		산업 평균	90	-
	제과제빵점	파리바게뜨	91	1위
		뚜레쥬르	89	2위
		산업 평균	90	-
		알레르망	92	1위
		이브자리	92	1위
	홈패션	제사리빙	91	3위
		산업 평균	92	-
		한샘	95	1위
		일룸	94	2위
		현대리마트	94	2위
	가구전문점	까사미아	93	4위
		산업 평균	94	-
	수입 인증 중고차	Mercedes-Benz Korea	95	1위
		Audi Korea	94	2위
		BMW Korea	94	2위
		Volkswagen Korea	93	4위
		산업 평균	94	-
	직영 중고차	K Car(케이카)	92	-
		롯데면세점	91	1위
		신라면세점	90	2위
		신세계면세점	90	2위
		현대백화점면세점	89	4위
	면세점	신라이파크면세점	87	5위
		산업 평균	90	-
	유통 서비스 평균		91	-

공공서비스(공공기관) 부문 1위



조해근 우정사업본부장

우정사업본부가 한국능률협회컨설팅이 주관한 ‘2025 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사’ 공공기관 부문에서 우수기관으로 선정됐다. 우체국은 국민과 가장 밀접하게 연결된 공공서비스 기관으로, 최고 수준의 우정 서비스를 제공하기 위해 끊임없이 노력하고 있다. 이용 고객을 대상으로 매월 서비스 만족도를 조사하고 개선 사항 등을 발굴해 업무 프로세스를 개선하고 있다. 서비스 품질 관리를 위해 우체국

현장 컨설팅을 실시하고, CS 전문인력 양성과 책임직 역량 강화를 위해 CS 교육과정을 운영한다.

올해 ‘이용하고 싶은 우체국, 일하고 싶은 우체국’이라는 비전을 세우고 직원의 서비스 동기 부여를 위해 칭찬 직원 격려와 점점 직원 마음 관리를 위한 치유·힐링 프로그램도 운영하고 있다.

국민신문고, 민원통합관리시스템의 민원 통계를 분석해 고객 불편 예방과 제도 개선에 활용한다. 올해부터는 우정서비스 고객만족도 조사에서 나온 VOC 키워드 분석 등을 통해 고객의 니즈를 사업에 반영하기 위한 노력을 강화하고 있다. 고객과의 소통 활성화를 위해 다양한 SNS 콘텐츠도 제작 중이다.

우체통 기능도 개선했다. 일반편지뿐 아니라 소형소포, 폐의약품, 커피캡슐 회수가 가능하도록 기능을 확대했다. 지난해 말 서



울 등 일부 지역에 예고 우체통 90개를 설치했으며 올해는 서울 전역과 수도권까지 확대한다. 이를 통해 365일, 24시간 비대면 접수 채널을 구축해 국민 편의성을 높일 방침이다.

예금과 보험 분야에서는 금융 트렌드와 고객 수요를 반영해 다양한 상품을 개발하고 있다. 이달에는 청소년·청년층을 위한 ‘LUCK-KEY 체크카드’를 출시했다. 보험 부문에서는 합리적 가격과 필수적 보장, 전

국적 인프라로 사회안전망 역할을 수행하고 있다. 저출산 위기 속에 자녀의 희귀질환과 산모의 임신 질환을 보장하는 무료 공익 상품 ‘대한민국엄마보험’을 출시해 관심을 받았다.

우정사업본부는 정부기업으로서 공적 역할을 강화하고 국민 편익을 증대하기 위해 ESG 경영활동도 적극 추진하고 있다. 환경 분야에서는 우체국망을 활용해 자원순환과 친환경 가치를 확산하고 있다. 우체통을 활용한 폐의약품 회수 서비스와 커피캡슐 우편 회수가 대표적인 사업이다.

복지사각지대에 있는 소외계층 발굴·지원 등 공공 서비스도 제공한다. 복지우편을 통해 위기 의심 가구 발굴에 기여하고, 집배원이 가스안전 실태를 파악하는 가스안전 우편 서비스도 전국 도시지역으로 확대하고 있다. 또 보험 소외계층에 공익보험을 제공해 경제적 위험에 대비하도록 지원한다. 김지원 기자

고객창구 늘리고 규모도 확대 ... 금융취약층 응대 전담직원 운영

생명보험 부문 1위



성대규 대표

동양생명이 한국능률협회컨설팅이 주관한 ‘2025 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사’ 생명보험 부문에서 8년 연속 1위로 선정됐다.

한국능률협회컨설팅의 서비스품질지수 고객접점 조사는 기업이 고객에게 서비스를 전달하는 접점에서 서비스 품질을 평가하는 제도로, 동양생명은 이번 조사에서 경쟁 태도 및 업무 지식, 응대 태도 등 다양한 항목에서 고르게

높은 점수를 받으며 고객 가치 극대화를 위해 꾸준히 노력해온 점을 인정받았다.

동양생명은 고객 가치 극대화를 위해 매년 고객접점에 있는 직원들을 대상으로 다양한 교육과 프로그램을 제공하고 있다. 먼저 상담 직원의 전문성 및 업무 역량을 강화하기 위해 온라인으로 반기별 직무 교육과 고객 응대 직원의 감정 케어를 위한 교육을 실시한다. 관리자를 대상으로는 업무 역량 강화를 위한 대면 교육을 추가적으로 한다. 또한 ‘힐링캠프’ 데이를 지정해 최전선에서 고객을 응대하는 민원 업무 담당자들의 심리적 안정을 지원하기 위한 명사 초청 강연, 미술치료, 마음건강 진단 등 다양한 마음 건강 프로그램도 운영하고 있다.

동양생명은 디지털 금융 보편화에도 불구하고 이에 익숙지 않거나 이용이 어려운 고령층, 장애인 등 금융취약계층을 위한 전



담 응대 직원을 지정해 이들의 눈높이에 맞는 세심한 고객 서비스를 제공하고 있다. 또 내방이 어려운 고객에게는 유선 상담 업무를 제공하는 등 금융취약계층을 위한 배려에 앞장서고 있다.

고객 창구 대형화 및 서비스 환경 개선을 통한 서비스 품질 향상에도 나섰다. 지

난해부터 강북 및 강남·부산·광주 플라자를 잇따라 개소했다. 이들 플라자는 넓은 공간에 라운지형 대기 공간을 조성해 고객이 쾌적하고 편안하게 금융 서비스를 이용할 수 있도록 했다. 고객 상담실도 배치해 설계사(FC)가 내방 고객에게 전문적인 맞춤형 금융 상담을 제공할 수 있게 했다. 동양생명은 앞으로도 주요 거점 지역을 중심으로 대형화한 플라자를 지속적으로 확대할 계획이다.

회사 관계자는 “동양생명은 지난 5월에도 한국능률협회컨설팅이 선정하는 우수 콜센터에 12년 연속으로 꼽히는 등 대면, 비대면 고객접점 채널에서 최고의 고객 서비스를 제공하는 점을 평가받았다”며 “앞으로도 고객에게 신뢰받는 보험사가 되기 위해 고객 중심 경영에 최선의 노력을 다할 것”이라고 전했다. 김지원 기자

기술명장, CS컨설턴트 등 서비스 품질 역량 강화

가전 AS 및 모바일&IT기기 AS 부문 1위



김영호 대표

삼성전자서비스가 한국능률협회컨설팅이 주관한 ‘2025 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사 가전 AS 및 모바일&IT기기 AS 부문에서 1위로 선정됐다.

부문별 조사도 도입된

이후 가전 AS와 모바일&IT기기 AS에서 각각 15년, 14년 연속 1위에 오르며 서비스 업계의 선두 주자임을 입증했다.

삼성전자서비스는 인공지능(AI)을 접목한 혁신적인 서비스로 차별화한 고객 경험을 제공하기 위해 노력하고 있다.

삼성만의 차별화된 기술인 스마트싱스(SmartThings)의 AI로 고객이 자가진단을 할 수 있도록 지원하고 있다. ‘인공지능 진단’ 기능을 통해 에어컨의 냉매 봉입량, 모터의 동작 상태, 열교환기 온도 등을 종합 진단한 결과를 확인할 수 있어 제품의 상태를 면밀히 점검할 수 있다.

AI 구독클럽 가입 고객에게는 고객이 문제를 인식하기 전 스마트싱스 앱과 연동된 AI가 제품의 이상 징후를 감지하면 상담사가 미리 안내해주는 ‘AI 사전 케어 알림 서비스’를 제공하고 있다. AI 구독클럽의 방문 케어 서비스를 구매한 고객에게는 구독 기간 동안 제품을 최적의 상태로 사용할 수 있도록 위생 관리, 성능 진단 등 차별화된 케어 서비스도 제공한다.

삼성전자서비스는 서비스 품질과 직결되

는 엔지니어의 기술력을 강화하기 위해 노력하고 있다.

엔지니어의 기술 전문성을 검증하기 위한 제품별 기술자격제도를 통해 실무 기술력을 객관적으로 측정하고 있으며, 최고의 기술 인력을 선발하는 기술명장(TM:Technical Master) 제도를 운영 중이다. 기술명장은 9개 제품군을 완벽하게 수리할 수 있는 능력을 갖추고 각 제품군에서 최고등급 자격을 취득한 엔지니어에게 부여된다. 현재 기술명장에 선정된 엔지니어는 전국 5500여 명 중 단 25명(0.5%)으로 ‘최고의 기술력’을 가진 엔지니어로 평가받는다.

AI 구독고객 ‘사전 케어 알림’ 제공 권역별 서비스센터에서 기술 코칭 출장서비스 신청 고객 실시간 관리

서비스 엔지니어들이 서로의 전문성을 겨루는 기술 경연의 장인 ‘서비스 기술경진대회’를 개최하고 있다. 1986년 업계 최초로 시행한 서비스 기술경진대회는 우수한 수리 역량을 갖춘 인재를 육성하고 수리 현장의 능률을 높일 수 있는 기술이나 장비를 발굴하는 대회다. 신속·정확한 수리 기술력을 갖춘 엔지니어를 양성하고 수리 현장의 효율성을 제고하는 데 기여한다는 평가를 받는다.

삼성전자서비스는 고객 접점에 있는 서비스 엔지니어의 CS 역량을 강화하는 데도 힘쓰고 있다.

전국 권역별로 담당하는 서비스센터를 순회하며 전국 엔지니어들에게 CS 코칭을 전수하는 전문가로 구성된 CS 컨설턴트를 선발해 운영하고 있다. CS 컨설턴트는 엔



지니어가 고객의 눈높이에 맞춰 응대할 수 있도록 맞춤형 컨설팅을 제공하고 고객 응대 역량 향상을 위한 CS 진단 교육 등을 수행한다.

고객이 직접 평가하는 고객 만족도 조사에서 연간 누적으로 가장 높은 점수를 받은 최상위 엔지니어를 선발하는 ‘CS 달인’ 제도도 운영하고 있다. CS 달인으로 선정된 엔지니어는 CS 멘토링 프로그램을 통해 자신의 노하우를 전수하며 서비스 품질 향상에 많은 귀감이 되고 있다.

삼성전자서비스는 서비스 이용 고객의 편의성을 높여 효율적인 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있다.

출장서비스를 접수한 고객에게 신속한 서비스를 제공하기 위해 ‘실시간 상황 관리 시스템’을 운영하고 있다. 전국을 1000개 이상의 구획으로 세분화한 뒤 엔지니어의 기술 역량과 예상 수리 시간까지 계산해 고객의 요청에 부합하는 최적의 서비스 엔지니어를 배정한다. 또한 ‘고객과

의 약속 조정’ 시스템을 도입해 고객 불편을 빠르게 해소하고 있다. 출장서비스 예약 취소 등이 발생하면 대기하고 있는 고객의 일정을 자동 조율해 서비스 제공 속도를 높이는 서비스다.

이와 함께 가전제품 출장서비스를 위해 방문한 엔지니어가 접수된 제품 외에도 사용 중인 에어컨, 냉장고, 세탁기 등 삼성전자 제품을 함께 점검해주는 ‘플러스점검’ 서비스를 제공한다. 스마트싱스 앱을 이용해 AI로 제품에 대한 이상 여부를 확인할 수 있도록 스마트싱스 연결 지원 서비스도 한다.

특정 시간대 예약 서비스를 희망하는 겔럭시 이용 고객을 위해 서비스 예약제를 평일까지 확대해 운영 중이다. 평일에도 서비스 예약제를 이용할 수 있게 해 고객에게 선택권을 넓혀주기 위해서다. 서비스 예약제는 전국 권역별로 운영 중인 주말케어센터에서 이용 가능하며 삼성전자서비스 홈페이지와 고객센터를 통해 원하는 요일과 시간을 예약할 수 있다. 김지원 기자

평일 저녁·토요일도 상담 ... 시니어 고객 금융교육 ‘학이재’ 개관

은행 부문 1위



정상혁 은행장

신한은행이 한국능률협회컨설팅이 주관한 ‘2025 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사’ 은행 부문에서 1위로 선정됐다.

신한은행은 국내 금융권 최초로 ‘고객만족경영’을 도입하고 시대 변화에 맞춰 차별적 서비스를 제공하며 대한민국 금융 서비스를 선도해왔다. 올해도 기존에 없던 금융, 고객이 먼저 찾아오는 은행을 꿈꾸며 ‘함께하

는 성장’에 최선을 다하고 있다. 평일 저녁과 토요일에도 문을 여는 ‘이브닝플러스’ ‘토요일플러스’ 영업점, 영업점에 가지 않고도 상담 및 업무 처리가 가능한 ‘화상 상담 서비스’ 등 새로운 고객 접점 채널을 확대해 나가고 있다.

또한 고객과 신한은행이 만나는 모든 채널에서 실시간으로 만족도를 측정하는 ‘Good 서비스 경험조사’를 실시해 새로운 가치와 경험을 제공하는 데 노력하고 있다. 올해는 경험조사 문항과 평가 지표를 전면 고도화했다.

소비자 이용 경험 분석 데이터를 기반으로 한 은행권 최초 금융소비자 보호 통합 플랫폼 ‘소보플러스+’를 적극 활용하고 있다. 이를 통해 흠어진 고객 의견을 통합하고 민원·칭찬·제안 등 고객의 목소리, 대면 및 비



대면 금융 경험을 데이터화해 서비스 개선에 활용하고 있다. 또한 인공지능(AI)을 활용해 민원 처리 및 예방 활동을 강화하는 등 소비자 보호 기능을 개선했다.

신한은행은 시니어 고객을 위한 금융 교육 센터 ‘신한 학이재’를 개관했다. 2023년 인천, 2024년 수원, 올해는 부산에 문을 열었다. 이곳에서 금융감독원과 함께 제작한 금융사

기 피해 예방 교육도 한다. 개관 이후 7700여 명을 대상으로 총 679회 넘는 금융 교육을 했다. 향후 부산 학이재에서는 아동 대상 금융 교육 프로그램도 도입할 예정이다.

‘배리어프리’ 정책과 관련한 활동도 수행하고 있다. 고령층 고객을 위해 시니어 맞춤형 현금자동입출금기(ATM)를 전국으로 확대하고 있다. 이 ATM은 큰 글씨와 쉬운 금융 용어를 사용하고 색상 대비를 활용해 시인성을 강화했으며 안내 음성 속도를 기존 대비 70% 수준으로 낮췄다.

또 시각장애인을 위한 마음 맞춤 응대 키트를 제작해 영업점에 배치하고, 청각장애인을 위해 상담 내용을 실시간 자막으로 보여주는 ‘글로벌 보는 상담 서비스’와 스마트 키오스크 수어 상담서비스’ 등을 도입했다.

김남주 기자

현장 중심 교육과 맞춤형 정비 진단 서비스로 고객편의 혁신

자동차 AS 부문 1위



렉터 비자레알 대표

쉐보레는 ‘완벽한 정비 서비스로 평생 고객을 창출한다’는 철학 아래 고객 접점에서 만족을 높이기 위해 세분화된 실행 전략을 지속적으로 추진해왔다. 특히 전

기차 시대로의 빠른 전환에 발맞춰 고객의 기대를 뛰어넘는 첨단 디지털 서비스와 프리미엄 고객 편의를 제공하며 업계 최고 수준의 서비스를 실현하고 있다.

정기적인 고객만족 향상 교육을 통해 고객 응대 전문가를 양성하고 있으며, 고객 접점의 표준화-교육-실행-모니터링-개선에 이르는 고객 경험 향상 관리 프로세스를 운영하고 있다. 해당 활동은 내부조사, 미스터리 쇼핑, 해피콜 등 다양한 피드백 시스템을 기반으로 이뤄지며 실질적인 서비스 품질 개선으로 이어진다.

쉐보레는 전국 300개 이상의 네트워크를 기반으로 전문적이고 신속한 차량 솔루션을 제공하며, 고객의 안전한 차량 운행을 위해 사전 점검 서비스(Vehicle Health Care)를 운영 중이다. 또한 업계 최초로 정비 진단



시스템을 제도화해 고객 만족도를 끌어올리고 있다.

고객의 편의를 위해 정비 예약 전담 콜센터를 운영하고 있으며, GM의 글로벌 애플리케이션 마켓 부품 전문 브랜드 ACDelco를 통해 수입차 고객들과의 커뮤니케이션을 강화하고 있다.

쉐보레는 서비스의 디지털 전환을 핵심 과제로 삼아 수리 진행 모니터링 시스템을 구축하고 고객 대기 시간을 최소화하는 데 집중하고 있다. 아울러 고객이 이동하지 않고 편리하게 정비를 받을 수 있도록 프리미엄 케어 서비스를 도입해 차별화된 경험을 제공 중이다.

쉐보레 관계자는 “7년 연속 KSQI 1위를 달성해 쉐보레의 고객 중심 경영 철학과 서비스 혁신 역량을 다시 한번 입증했다”며 “모든 임직원이 한마음으로 고객 열광을 끌어내기 위해 고객 만족 기업 문화를 실천해 왔기 때문에 가능한 일이었다”고 말했다. 이어 “앞으로도 현재에 안주하지 않고 진솔한 소통과 창의적인 서비스 경험을 제공해 더 높은 고객 만족을 실현하겠다”고 덧붙였다.

김남주 기자

지역주민 초청 문화 강연 ... 금융취약층 위한 전담 상담창구 운영

생명보험 부문 1위



한화생명이 한국능률협회컨설팅이 주관한 ‘2025년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사’ 생명보험 부문에서 1위로 선정됐다.

2010년부터 매년 고객센터의 서비스 품질을 측정하는 KSQI 조사에서 생명보험사 최초 16년 연속 1위라는 쾌거를 이뤘다.

한화생명 고객센터는 보험, 펀드, 신탁, 대출 등 다양한 금융업무와 종합재무설계 서비스를 윈스톱으로 제공한다. 또한 비대면 디지털 서비스 개발 등 금융취약계층을 포함한 다양한 고객을 위해 서비스 품질 향

상에 꾸준히 힘써왔다.

고객을 위한 차별화된 서비스를 제공하기 위해 고객센터 내 고객과의 관계를 강화하는 공간인 라이프라운지를 운영하고 있다. 고객센터 업무 종료 후 이곳에 고객 및 지역주민을 초청해 교양 세미나와 체험을 결합한 ‘한화생명 시그니처 클래스’를 연다. 올 상반기에는 보이차와 위스키를 주제로 전문 강사를 초청해 ‘향과 맛으로 즐기는 교양, 미음(美飮) 문화’ 강연을 열어 참가 고객들에게 호평받았다. 대전·울산 지역에서 총 4회, 140여 명을 대상으로 운영했고 하반기에도 열 예정이다.

한화생명 전 고객센터에서는 고령자, 장애인, 임산부 등 금융취약계층을 위해 ‘사랑나눔 창구’를 운영하고 있다. 금융취약계층 고객이 원하는 시간에 상담을 예약하면 전



문 상담사가 응대해 고객의 편의를 지원한다. 상담 과정에서 발생할 수 있는 불편을 최소화하기 위해 고객용 태블릿 모니터를 활용한 채팅(texting) 상담 서비스를 새롭게 도입했다. 이를 통해 고령 혹은 청각장애인 등 원활한 의사소통이 어려운 고객도 본인의 의사를 정확히 상담사에게 전달할 수 있다.

디지털 소외계층이 손쉽게 이용할 수 있는 디지털 데스크도 고객센터에 설치해 화상 상담 서비스를 제공하고 있다. 상담사와 고객이 화면을 통해 실시간 소통하고 업무를 처리할 수 있다.

또한 금융취약계층의 디지털 접근성을 제고하기 위해 상담사가 함께하는 모바일 화상 상담 서비스를 제공하고 있다. 업계 최초 모바일 다인(多人) 상담 기능을 도입해 다수의 보험계약 당사자가 고객센터를 같이 방문해야 하는 불편을 해소해 고객들에게 큰 호응을 얻고 있다.

김락규 한화생명 보험서비스팀장은 “한화생명은 차별화된 서비스를 바탕으로 신뢰받는 고객센터를 조성하기 위해 계속해서 고객의 목소리를 귀 기울여 듣겠다”고 말했다.

김남주 기자

수입자동차판매점 부문 1위



마티아스 바이틀 대표

메르세데스-벤츠 코리아가 한국능률협회컨설팅이 주관한 ‘2025 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사’ 수입자동차판매점 부문과 수입인증중고차 부문에서 각각 1위로 선정됐다.

메르세데스-벤츠 코리아는 수입자동차판매 부문에서 종합점수 97점을 받았다. 총 11개 평가 항목 중 ‘시설·환경관리’ ‘업무 지식’ ‘설명 태도’ 등 5개 부문에서 100점을 획득했고, ‘응대 태도’ ‘고객 배려’ 등 5개 부문에서

가장 높은 평가를 받았다.

수입인증중고차 부문에서는 종합점수 95점을 받았다. 메르세데스-벤츠 코리아는 전국에 24개 공식 인증 중고 전시장을 운영 중이다. 메르세데스-벤츠 인증 중고차는 메르세데스-벤츠 코리아를 통해 공식 수입된 6년 또는 15만km 이내 무사고 차량 중 198가지 항목의 품질 및 안전성 검증을 거친 프리미엄 인증 중고차량이다. 구매 시 차량 주행거리 및 정비 이력까지 확인할 수 있어 신뢰도가 높다.

메르세데스-벤츠 코리아는 전국에 64개 공식 전시장과 74개 공식 서비스센터를 운영하고 있다. 전시장을 방문하는 고객은 안락한 프리미엄 공간에서 혁신적인 상담 프로세스는 물론 디지털 사이니지, 미디어 존 등을 통해 직관적인 차량 및 브랜드 경험을



할 수 있다.

메르세데스-벤츠 외에 헤일로 브랜드인 ‘메르세데스-마이바흐’만을 위한 공간을 운영해 특별한 고객 경험도 제공하고 있다. 지난 14일 세계 최초로 마이바흐 고객만을 위한 전용 전시장 및 서비스센터 ‘마이바흐 브랜드센터 서울’을 열었고, 마이바흐 브랜드의 고급스러운 분위기를 담은 ‘메르세데

스-마이바흐 익스클루시브 라운지 플러스’ 등 특별한 전시장을 운영해 브랜드의 다양한 매력을 선보이고 있다.

메르세데스-벤츠 코리아는 고객 중심 철학을 바탕으로 브랜드의 럭셔리 가치를 전달하기 위해 세일즈 컨설턴트를 대상으로 이론과 실습을 아우르는 온·오프라인 교육을 하고 있다.

제품과 브랜드에 관한 정확하고 전문적인 정보를 전달하기 위해 단계별·제품별 전문 교육뿐만 아니라 체계적인 고객 응대 교육도 지속적으로 펼치고 있다. 또 매년 종합적인 평가를 거쳐 세일즈서비스 영역에서 가장 우수한 성과를 기록한 임직원과 팀을 시상해 서비스 품질을 점검하고 세일즈 컨설턴트의 사기를 진작하고 있다.

김남주 기자

2025년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점(MOT) 결과

*동 순위영/한가나다순

부문	산업	기업(기관)	KSQI	순위
금융 서비스	생명보험	동양생명	97	1위
		한화생명	97	1위
		ABL생명	96	3위
		삼성생명	96	3위
		신한라이프	96	3위
		교보생명	95	6위
	손해보험	미래에셋생명	95	6위
		흥국생명	95	6위
		산업 평균	96	-
		현대해상	96	1위
		메리츠화재	95	2위
		삼성화재	95	2위
	은행	DB손해보험	94	4위
		KB손해보험	92	5위
		산업 평균	95	-
		신한은행	94	1위
		하나은행	94	1위
		IM뱅크	93	3위
	지방은행	KB국민은행	93	3위
		NH농협은행	93	3위
		SC제일은행	93	3위
		IBK기업은행	92	7위
		우리은행	92	7위
		산업 평균	93	-
일반 서비스	이동통신전문점	부산은행	94	1위
		광주은행	93	2위
		경남은행	92	3위
		전북은행	92	3위
		산업 평균	93	-
		애뮤온저축은행	91	1위
	저축은행	웰컴저축은행	91	1위
		OK저축은행	90	3위
		SB저축은행	90	3위
		산업 평균	91	-
		금융 서비스 평균	94	-
	렌탈케어서비스	KT	93	1위
		LG유플러스	93	1위
		SK텔레콤	92	3위
		산업 평균	93	-
		LG 하이케어솔루션	97	1위
		코웨이	96	2위
공공 서비스	건강검진센터	SK매직	95	3위
		청호나이스	95	3위
		산업 평균	96	-
		삼성서울병원	98	1위
		서울대학교병원	97	2위
		서울아산병원	97	2위
	대형항공(FSC)	세브란스병원	97	2위
		가톨릭대학교 성모병원	96	5위
		산업 평균	97	-
		대한항공	98	1위
		아시아나항공	97	2위
		산업 평균	97	-
	지비용항공(LCC)	제주항공	97	1위
		진에어	97	1위
		에어부산	96	3위
		에어서울	96	3위
		티웨이항공	95	5위
		산업 평균	96	-
공공 서비스	광역시청 (민원센터)	일반 서비스 평균	96	-
		대구광역시청	92	우수
		대전광역시청	91	우수
		광주광역시청	89	비우수
		부산광역시청	88	비우수
		서울특별시청	86	비우수
	공공기관	인천광역시청	86	비우수
		산업 평균	89	-
		우정사업본부	94	우수
		한국주택금융공사	93	우수
		국민건강보험공단	91	우수
		국민연금공단	90	우수
금융 서비스	금융 서비스 평균	한국마사회	89	비우수
		도로교통공단	84	비우수
		산업 평균	91	-
		금융 서비스 평균	90	-
	유통 서비스	롯데슈퍼	96	88
		롯데마트	93	87
		홈플러스익스프레스	96	87
		홈플러스	96	85
		이마트	95	83
		이마트에브리데이	91	85
공공 서비스	공공 서비스 평균	GS더프레시	91	82
		마트&슈퍼 평균	94	85
		엔제리너스	91	89
		투썸플레이스	90	89
		커피빈코리아	85	93
		커피전문점 평균	89	90
	공공 서비스	국민연금공단	97	92
		대전광역시청	97	88
		광주광역시청	97	85
		국민건강보험공단	95	90
		대구광역시청	95	90
		부산광역시청	96	85
금융 서비스	금융 서비스 평균	서울특별시청	91	84
		인천광역시청	92	81
		공공 서비스 평균	95	88
	유통 서비스	대우광역시청	97	92
		대전광역시청	97	88
		광주광역시청	97	85
		국민건강보험공단	95	90
		대구광역시청	95	90
		부산광역시청	96	85
공공 서비스	공공 서비스 평균	인천광역시청	92	81
		공공 서비스 평균	95	88
	유통 서비스	대우광역시청	97	92
		대전광역시청	97	88
		광주광역시청	97	85
		국민건강보험공단	95	90
	공공 서비스	대구광역시청	95	90
		부산광역시청	96	85
		서울특별시청	91	84
		인천광역시청	92	81
		공공 서비스 평균	95	88

2025년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)

디지털 고객접점(D-MOT) 결과

*동 순위영/한가나다순

부문	기업(기관)	디지털 영역	응대 영역	종합
금융 서비스	미래에셋생명	97	95	96
	한화생명	96	97	96
	KB국민은행	96	94	95
	신한은행	96	95	95
	하나은행	97	94	95
	IM뱅크	95	93	94
	교보생명	94	95	94
	부산은행	95	93	94
	우리은행	96	93	94
	IBK기업은행	94	93	93
	경남은행	94	93	93
	금융 서비스 평균	96	94	95
유통 서비스	롯데슈퍼	96	88	91
	롯데마트	93	87	90
	홈플러스익스프레스	96	87	90
	홈플러스	96	85	89
	이마트	95	83	88
	이마트에브리데이	91	85	88
	GS더프레시	91	82	86
	마트&슈퍼 평균	94	85	89
	엔제리너스	91	89	90
	투썸플레이스	90	89	90
	커피빈코리아	85	93	89
	커피전문점 평균	89	90	90
공공 서비스	국민연금공단	97	92	94
	대전광역시청	97	88	94
	광주광역시청	97	85	93
	국민건강보험공단	95	90	92
	대구광역시청	95	90	92
	부산광역시청	96	85	92
	서울특별시청	91	84	89
	인천광역시청	92	81	88
	공공 서비스 평균	95	88	92

손님 만족 실천 우수영업점·직원 인증제도 운영

은행 부문 1위



하나은행이 한국능률협회컨설팅이 주관한 ‘2025년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사’에서 은행 부문 1위로 선정됐다.

하나은행은 올해 경영 태도와 업무 지식, 설명 태도에서 다른 은행 대비 높은 점수를 받았다. 이는 점점 다양해지는 금융 소비자의 요구를 충족하기 위해 손님의 목소리에 귀 기울이며, 상품부터 시스템까지 모든 서비스를 손님에게 진심을 다해온 노력의 결과다.

하나은행은 손님의 관점에서 지속적으로 소통하기 위해 △대학생, 소비자, 시니어 등 소비자 페널 세분화 △접점별 만족도 조사를 통한 손님의 경험 관



리 △직원의 문제 해결 능력을 향상하는 ‘손님 First Academy’ 교육 운영 △손님 중심, 현장 중심의 리더 제도 운영 △손님 만족을 실천한 우수 영업점과 직원을 선정해 인증하는 명가(名家)·명인(名人) 제도 시행 등 손님 중심 가치 활동을 전개했다.

또한 금융소비자를 보호하고 올바른 금융상품 판매 문화를 확립하기 위해 금융취약계층 교육 지원, 시니어 특화 영업점 손님 대상 현금자동입출금기(ATM) 현장 실습 등 고령자 금융사기 피해 예방 활동, 모바일 앱 ‘하나원큐’ 보이스피싱 앱 탐지 기능 도입을 통한 야

간·주말(공휴일) 피해 대응, 금융권 최초 ‘소비자리스크관리 특허’ 취득 등 독자적 금융소비자 보호 시스템 정착, 금융소비자보호법 준수 우수 영업점 및 우수 직원을 인증하는 안전판매절차 이행 우수 인증제도 등을 시행하고 있다.

이호성 하나은행장은 “손님께서 변하지 않는 믿음으로 10년간 하나은행을 선택해줬다는 것에 매우 감사하다”며 “앞으로의 10년도 초심으로 돌아가 손님의 관점에서 바라보며 진심을 나누고 신뢰받는 금융서비스를 제공하는 하나은행이 되겠다”고 말했다.

김남주 기자

‘Kia.App’으로 車정비 진행 상황 실시간 제공

자동차 AS 부문 1위



기아가 한국능률협회컨설팅이 주관한 ‘2025 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사’ 자동차 AS 부문에서 1위로 선정됐다.

기아는 이와 함께 올해 콜센터 부문에서도 22년 연속 우수 콜센터로 선정돼 고객접점 전반에서 업계 최고 수준의 서비스 경쟁력을 재확인했다.

기아는 고객 만족 강화를 위한 핵심 전략으로 프로세스 관리, 앱·알림톡 기반의 소통 강화, 전기차 점검 서비스 확대 등 정비 서비스 품질 향상에 주력해 왔다. 그 결과 고객 불편 요소를 꾸준히 개선해 업계 선도 기업으로 자리매김했다.

서비스 표준화와 품질 향상을 위해



‘K.S.S(KIA service standard) Map’을 수립하고, 입고부터 출고까지 모든 과정에 세분화된 매뉴얼을 적용해 서비스 품질을 체계적으로 관리하고 있다. 특히 고객경험지수(CXI)를 접목해 서비스 만족도를 정량적으로 분석하고, 이를 바탕으로 지속적인 개선 활동을 전개하고 있다.

또 디지털 기반의 고객 소통 채널을 대폭 강화했다. 기아는 ‘Kia.App’을 통해 실시간 정비 진행 현황을 고객에게 제공하고 있으며, 출고 시점에 알림톡으로 모바일 정비 명세서를 발송해 고객 편의성을 한층 높였다.

전기차 고객을 위한 전용 점검 서비

스도 대폭 확대했다. 전기차 고객이 편리하게 차량 정비를 받을 수 있도록 기본점검과 안심점검으로 나눠 진행하던 서비스를 통합했다. 기존에 8년 동안 총 8회 제공하던 기본점검 서비스를 10년 동안 총 10회 제공하며, 서비스 항목을 15개에서 전기차 배터리 항목 5개를 추가해 총 20개로 늘렸다. 또한 전기차 1~3년차 안심점검 시행 시 배터리 진단 리포트를 제공해 배터리 상태를 상세히 안내하고 있다.

기아는 단순 정비 중심에서 벗어나 시승과 구매, 브랜드 체험까지 가능한 복합 스토어를 구축해 고객 접점을 넓히고 있다.

김남주 기자

업계 최초 케어 과정 사진, 고객 전송 시스템 운영

렌탈케어서비스 부문 1위



LG전자의 구독·케어 서비스 전문 자회사 하이케어솔루션이 한국능률협회컨설팅이 주관한 ‘2025 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI) 고객접점 조사’ 렌탈케어서비스 부문에서 1위로 선정됐다.

LG전자는 구독 가전을 구매하거나 별도의 케어서비스를 신청하는 고객에게 전문 케어매니저가 정기적으로 방문하는 관리형 서비스를 제공하고 있다. 케어매니저는 제품 성능 점검, 핵심 부품 교체뿐만 아니라 내외부 스틱 클리닝을 포함한 프리미엄 서비스를 제공한다. 고객에게 필요한 자가 관리 방법과 맞춤형 제품 정보도 함께 알려준다. 정수기, 공기청정기, 로봇청소기부터 세탁기, 냉장고, 에어컨 등 대형 가전



까지 관리가 필요한 300여 개 제품을 대상으로 서비스를 선보이고 있다.

케어매니저는 LG의 체계적 교육 시스템과 ‘케어마스터’라는 국가공인 사내 자격을 통해 높은 수준의 케어 실행 역량을 갖춘다. 올해는 케어서비스 명장 자격을 추가 신설해 전문성을 더욱 높이고자 한다.

LG전자는 고객이 최상의 케어 품질을 경험하도록 하기 위해 서비스와 시스템을 고도화하고 있다. 최근 도입한 고성능 스틱케어는 제품 위생성을 한층 향상한다. 고객이 매니저와 약속 시간을 정하거나 변경하는 과정도 사진

약속시스템을 적용해 더욱 편리해졌다. 완벽한 수준의 서비스 품질을 구현하기 위해 케어 과정을 촬영한 뒤 고객이 직접 확인할 수 있도록 사진으로 제공하는 시스템을 구축했다. 이 시스템은 업계 유일한 서비스다.

임명준 하이케어솔루션 대표는 “차별화된 서비스를 제공해 고객이 최상의 가치를 경험하도록 하는 것이 가장 중요하다”며 “케어매니저의 전문성과 진정성을 바탕으로 LG전자의 구독케어 서비스가 고객 삶을 더욱 편리하고 풍요롭게 할 수 있도록 지속적으로 노력하겠다”고 말했다.

김남주 기자

실시간 채팅으로 문제 해결 ‘AI가이드 에벳’

가정용보일러 AS 부문 1위



경동나비엔이 한국능률협회컨설팅이 주관한 ‘2025 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 고객접점 조사’ 가정용보일러 AS 부문에서 1위로 선정됐다.

경동나비엔은 ‘굿(Good) 서비스’가 최고의 마케팅이라는 서비스 아이덴티티(SI) 아래 고객의 만족도를 높이기 위한 노력을 이어왔다. 업계 최초로 365일 24시간 전화 상담을 제공하고 홈페이지와 카카오톡 채팅 등 창구를 통해 소비자 접점을 늘렸다. ‘나비엔 영상지원’ 앱을 통해 영상 상담을 제공해 엔지니어 방문 전 상담사가 불편을 신속히 해결하도록 지원해 호평 받았다.

경동나비엔은 상담 서비스를 지속적



으로 업그레이드하며 소비자의 편의성을 높이고 있다. 대표적으로 2021년 ‘나비엔 AI(인공지능) 서비스’를 통해 문제 해결 시간을 대폭 단축했다. 고객이 가스보일러의 실내 온도조절기(로콘) 사진을 업로드하면 AI가 에러코드를 분석해 상황에 맞는 자가 조치 방법을 알려준다. 이외에도 ‘보이는 ARS’ 서비스를 제공해 청각장애인의 서비스 접근성을 높이는 동시에 기존 음성 ARS의 불편을 해소했다.

고객이 겪는 문제를 빠르게 해결하기 위해 AI가 답변을 제공하는 지능형 고객센터 AICC(AI Contact Center)도 구축했다. ‘나비엔 하우스’에 접속해 ‘AI가이드 에벳’을 찾아 채팅창에 문의사항을 입력하면 된다. 고객이 ‘가스보일

러 에러코드 E01이 뭐야?’라고 입력하면 에러의 원인과 조치 방법을 상세히 안내한다. 서비스 접수가 필요할 경우 채팅창에 요구 사항을 입력하면 하단에 ‘AS 접수’ 또는 ‘실시간 채팅 상담하기’ 링크가 떠 직접 서비스를 접수하거나 상담사와 연결할 수 있다. 이외에 ‘나비엔 케어서비스 신청 방법을 알려줘’와 같이 서비스에 대한 궁금증도 자유롭게 문의할 수 있게 했다.

AI 가이드 에벳은 사전에 학습한 데이터터를 바탕으로 AI가 스스로 답변을 생성하며, 추가 도움이 필요할 때만 상담사와 연결해 불필요한 대기 시간을 줄인다. 또 자세한 설명과 이미지 정보를 제공해 제품 및 서비스를 더욱 쉽게 이해할 수 있게 돕는다.

김남주 기자

한국능률협회컨설팅

KMAC Innovation with Digital

All:READY
Already

Since 1989, 고객의 내일을 위해 씬없이 달려온 KMAC.
이제는 디지털 기반 컨설팅으로
글로벌을 향한 담대한 여정을 시작합니다.

Our Services

Management
Innovation

Digital Transformation
/ESG

Government
Administration

Value
Innovation

HR

Global