

SNS 시대, 고객의



가 브랜드 파워다



한국능률협회컨설팅 조사 코웨이·하림·KT 등 브랜드추천 1위

스마트폰을 이용한 소셜네트워크 서비스(SNS) 이용자가 늘면서 지인이 추천한 브랜드에 관심을 가지는 경우가 늘고 있다. 경영전문가들은 기업에 대한 소비자들의 추천은 지속적인 성장을 돕는 ‘상승 자산’ 역할을 하고 있다고 진단한다.

한국능률협회컨설팅(KMAC)은 15일 ‘2016 한국 산업의 브랜드추천’ 조사 결과를 발표했다. 이번 조사는 소비재 45개, 내구재 26개, 서비스재 55개 등 126개 산업군에 걸쳐 지난해 10월 중순부터 올 1월 중순까지 서울 및 6대 광역시에 거주하는 1만1000여명의 소비자에게 1대 1로 브랜드 추천 여부를 묻는 방식으로 이뤄졌다.

조사는 ‘다른 사람에게 이 브랜드를 권하고 싶다’는 문항에 대한 점수를 매기는 것부터 시작됐다. 소비자가 매긴 점수에 따라 소비자를 추천 고객(5점)과 중립적 고객(3~4점), 비추천 고객(1~2점)으로 구분한 뒤 전체 조사자 가운데 추천 고객이 차지하는 비율(%)에서 비추천 고객이 차지하는 비율

을 차감해 브랜드 추천 지수를 구했다.

KMAC의 조사 결과 올해 ‘한국 산업의 브랜드 추천’ 지수의 전체 산업 평균은 10.9점으로 조사됐다. 11.5점을 기록한 소비재가 평균을 웃돌았고, 서비스재(10.8점)와 내구재(9.1점)는 뒤를 이었다.

맥킨지 등 글로벌 컨설팅 업체들은 성장 시대를 맞아 브랜드 추천이 중요하다고 판단해 관련 지수 모델을 구축해 관리하고 있다. 한국을 대표하는 컨설팅 업체인 KMAC는 2008년부터 브랜드 추천과 관련한 지수와 데이터를 축적했고, 올해 처음으로 조사 내용을 공개했다.

산업 내 1위 브랜드이면서 브랜드 추천에서도 1위로 나타난 브랜드는 정수기 분야의 코웨이, 냉장·냉동육 분야의 하림, 밀폐용기를 생산하는 락앤락, 전기밥솥 분야의 쿠쿠, 중대형 스포츠유틸리티차량(SUV)의 쌍타페, 레저용차량(RV)의 카니발, 서적판매의 교보문고, 인터넷서점의 예스24, 이동통신서비스 분야의 SK텔레콤



등이다.

브랜드 파워 향상에 힘써 추천 1위에 오른 브랜드도 적지 않았다. 브랜드 리뉴얼이나 새로운 브랜드 개발로 시장에서 새롭게 떠올랐거나 이슈를 낳았기 때문으로 분석된다.

대표적인 기업으로는 침대를 생산하는 한샘, 소스·드레싱의 샘차량(SUV)의 쌍타페, 레저용차량(RV)의 카니발, 서적판매의 교보문고, 인터넷서점의 예스24, 여성 섹소화장품의 맥(MAC), 남성·

여성 정장구두의 탠디, 여성 내의의 비비안, 스포츠용품의 뉴발란스, 공기청정기의 쿠쿠, 냉장고의 덤채 프라우드, 준중형 승용차의 크루즈, 커피전문점의 이디야커피, 장기보험 분야의 한화생명, 다이렉트자동차보험의 AXA다이렉트, 신용카드의 KB국민카드, IPTV의 Btv, 인터넷쇼핑몰의 11번가, 유아교육서비스의 한솔 신기한 한글나라, 국제운송서비스의 CJ대한통운 국제특송, 대형화공사(FSB) 분야의 아시아나항공,

렌터카의 AJ렌터카 등이다. 이기동 KMAC 진단평가본부 팀장은 “시장을 선도하는 브랜드라도 지속적으로 성장하려면 리뉴얼 등을 통해 신선함을 제공하는 꾸준한 노력이 필요하다”며 “SNS 등 강력한 커뮤니케이션 채널을 통해 강점을 알린 브랜드들 역시 브랜드 파워를 강화하면서 모방 제품에 대한 경계를 늦추지 말아야 한다”고 강조했다.

최승욱특집기획부장
swchoi@hankyung.com

2016 한국산업의 브랜드추천 1위 주요 리스트

구분	산업군	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
내구재	가스레인지	린나이	동양매직	LG
	공기청정기	쿠쿠	코웨이	LG
	냉장고	덤채 프라우드	삼성 지멘스	GE
	대형승용차	SM7	K9	제너시스
	밥솥	쿠쿠	리콜	태발
	스마트폰	아이폰	갤럭시 S	갤럭시 노트
	에어컨	삼성 스마트에어컨	LG WHISEN	캐리어
	정수기	코웨이	위닉스	청호나이스
	주방용가구	에넥스	보루네오	한샘
	준중형승용차	크루즈	아반떼	i30
소비재	침대	한샘	에이스	대진
	RV	카니발	그랜드 스타렉스	카렌스
	TV	LG	삼성	필립스
	김치	동원 양반김치	종가집 김치	한복선 김치
	기능성 요구르트	파스퇴르 레변	불가리스	월
	냉장/냉동육	하림	목우촌	마니커
	두유	정식품배지밀	삼육두유	연세 김은공두유
	맥주	클라우드	카스	카프리
	세탁제제	피셜	엑츠	비트
	소스/드레싱	폰타나 드레싱	비비고 간장소스	청정원 드레싱
서비스재	소주	좋은데이	참소주	참이슬
	스포츠용품	뉴발란스	퓨마	나이키
	여성내의	비비안	비너스	엘리(ELLE)
	여성정장구두	탠디	미소페	소다
	국제운송서비스	CJ대한통운 국제특송	EMS우체국 국제특송	DHL
	다이렉트자동차보험	AXA다이렉트	삼성화재다이렉트	현대해상하이커다이렉트
	대형할인점	emart	코스트코	하니로클럽마트
	렌터카	AJ렌터카	롯데렌터카	SK렌터카
	생명보험	라이나생명	삼성생명	교보생명
	신용카드	KB국민카드	우리카드	신한카드
서비스재	아파트	헬스테이트	래미안	SK VIEW
	온라인서점	예스24	교보문고	알라딘
	외국어학원	해커스어학원	청담어학원	YBM어학원
	유아교육서비스	한솔 신기한 한글나라	대교 눈높이	웅진씽크빅
	은행	NH농협은행	우리은행	KB국민은행
	인터넷쇼핑몰	11번가	옥션	GS SHOP
	장기보험	한화생명	현대해상	삼성화재
	저비용항공(LCC)	티웨이항공	제주항공	진에어
	증권회사	교보증권	삼성증권	SK증권
	초고속인터넷	KT기가인터넷	band Gi/Ga	U+광기가
서비스재	초등교육서비스	구몬학습	재능스스로	웅진씽크빅
	커피전문점	이디야커피	할리스커피	스타벅스
	편의점	CU	GS25	세븐일레븐
	항공(FSC)	아시아나항공	대한항공	티아항공
	IPTV	Btv	KTGiGa UHD tv	U+ tv G

* 상기 내용은 1~3위 조사결과이며, 전체 조사결과를 KMAC 홈페이지에서 확인할 수 있습니다. www.kmac.co.kr

다이렉트자동차보험 부문 1위

모바일로 차량사고 접수·수리



AXA다이렉트가 고객으로부터 브랜드 추천을 많이 받은 이유는 디지털 시대를 맞아 고객 중심 마인드로 상품을 설계했기 때문으로 풀이된다. 하나의 보험 상품을 모든 고객에게 적용하던 시대에서 탈피, 고객의 성향과 생애주기에 적합한 맞춤형 상품과 서비스를 제공해야 한다는 것이 AXA다이렉트의 판단이다. AXA다이렉트가 속한 AXA그룹은 200년 역사를 지닌 세계적인 보험회사로, 세계 59개국에서 1억300만명이 넘는 회원을 보유하고 있다.

AXA다이렉트는 설계사 중심의 한국 보험시장에서 다이렉트자동차보험이란 새로운 시장을 창출했다. 업계 최초로 시행한 1대 1 보상 서비스 제도를 통해 보상 서비스 질을 한 단계 높였다는 평가를 받고 있다. 위치정보시스템(GPS) 서비스도 도입해 긴급출동 서비스 출동시간을 크게 줄였다. 사고 접수부터 조사, 차량 수리에 이르는 보상 처리 전 과정을 웹과 모바일로 편리하게 처리 및 확인할 수 있는 '디지털 보상서비스'도 좋은 반응을 얻고 있다.

장기보험 부문 1위

생보사 중 보험특허 최다



한화생명은 1946년 대한민국 최초로 설립된 생명보험회사로 지난 69년간 고객과 함께해왔다. 한화그룹이 2002년 자산 규모 29조원의 대한생명을 인수한 뒤 한화생명은 전 사업영역에 걸친 체질 개선과 혁신을 통해 '고객의 따뜻한 동반자'로 자리매김하면서 올해 초 자산 규모 100조원 시대를 열었다. 한화생명은 신상품 개발을 통한 영업력 강화를 미래 성장 전략으로 삼았다. 지난 4월에만 새로운 상품을 다섯 개나 내놓았을 정도다. 한화생명은 생명보험업계에서 가장 많은 배타적 사용권을 갖고 있다. 소비자가 원하는 상품을 제공하기 위해 개발한 '한화생명 100세건강임원수술보험'은 독창성과 진보성을 인정받아 2007년 이후 9년 만에 6개월 배타적 사용권을 획득했다. 보험계약을 장기간 유지하면 납입보험료의 최대 130%를 보장하는 변액연금보험, 중대 질병에 걸리거나 장기요양 진단이 내려지면 연금액의 두 배를 받는 연금보험도 새로운 개념의 상품들이다. 한화생명은 100세 시대를 대비해 새로운 고객 맞춤형형 노후상품도 출시할 계획이다.

신용카드 부문 1위

업계 첫 중금리 대출 선보여



KB국민카드는 '대한민국 최고의 생활서비스 솔루션 Provider'라는 비전 아래 차별화된 고객가치를 창출하기 위해 역량을 집중하고 있다. KB국민카드는 카드를 단순한 결제 수단이 아니라 국민 생활 전반에 영향을 미치는 생활제품으로 생각한다. 브랜드 정체성도 '국민 생활의 힘이 되는 라이프 디자이너'로 요약된다. 고객의 생활 습관 분석을 바탕으로 품요롭고 즐거운 삶을 누릴 수 있도록 현명한 카드 생활을 설계하고 제공한다는 의미다. KB국민카드는 지난 2월 정부가 추진하는 서민금융 지원 활성화에 부응하고 중금리 대출시장 확대 및 인터넷 전문은행 출범 등 금융시장 변화에 선제 대응하기 위해 카드 업계 최초로 연 10% 인박의 중금리 대출상품인 '생활든든론'을 내놨다. 대출 대상은 신용등급 중위 고객이며, 대출 금리는 신용등급에 따라 연 7.5~14.91%다. 대출 가능 금액은 최고 2000만원이며, 대출 기간은 최장 24개월(거치기간 최장 3개월 별도 설정 가능)이다.

당 낮춘 파스퇴르 레변 요구르트

롯데푸드 파스퇴르는 레변 요구르트 출시 10년을 맞아 지난해 향상된 제품을 선보였다. 리뉴얼을 통해 기존 제품보다 당 함량을 최대 33% 낮추고, 유산균을 4종에서 11종으로 늘리는 등 기능성을 더욱 높였다. 유당분해효소를 추가해 더 잘 소화, 흡수되도록 했다.

한솔 '신기한 한글나라' 인기

한솔교육이 업계 최초로 놀이식 한글 학습 방식을 도입한 '신기한 한글나라'는 영유아 발달특성을 감안해 한글 원리를 체계적으로 터득하고 좌·우뇌를 골고루 사용하면서 언어감각을 즐겁게 익히도록 설계한 과학적 프로그램이다. 1991년 출시된 뒤 300만명 이상이 회원으로 가입했다.

SK브로드밴드 Btv 콘텐츠 강화

SK브로드밴드의 Btv는 2006년 VoD 서비스를 시작한 이래 Btv 모바일을 새로 내놓고 HD보다 네 배 더 선명한 UHD(초고화질)를 최초로 상용화하면서 대한민국의 대표 IPTV 서비스로 자리매김했다. 올 들어 콘텐츠업체와의 공생을 확대해 미디어산업 생태계 발전에 기여하고 있다.

쿠쿠, 고객 불만 제로에 도전

쿠쿠전자 임직원은 '고객만족 선순환 사이클'을 더욱 발전시키기 위해 끊임없이 노력한다. 브랜드 추천 1위에 나란히 오른 밥솥과 공기청정기 등을 사거나 빌린 고객이 재구매하도록 고객이 원하는 가치를 파악한 뒤 개발, 판매하고 서비스를 제공한다는 목표를 달성하기 위해서다.

물격있는 해설
이효봉 해설위원

젠돌 카리스마
김진욱 해설위원

야구는 열정적으로 해설은 긍정적으로

야구열정

TIRE@BANK KBO리그 공식 중계 채널

sky Sports

skyLife 50 | alletv 54 | Btv 38 | U+tv 61 | CGV 76 | D'LIVE (우정방송) 117 | K리그 123 | CMB 85 | 504