

한국산업의 고객만족도(KCSI) 5회 이상 1위 기업 (2023년 1위 기업 기준)

산업명	1위 기업	1위 횟수	산업명	1위 기업	1위 횟수	산업명	1위 기업	1위 횟수	산업명	1위 기업	1위 횟수
일반승용차	현대자동차	30회	종합병원	삼성서울병원	22회	백화점	현대백화점	15회	대형마트	롯데마트	11회
종합레저시설	에버랜드	29회	세탁기	삼성전자	21회	맥주	하이트진로		대형슈퍼마켓	GS THE FRESH	
세탁세제	라이온코리아	28회	검색포탈사이트	Naver(네이버)		인터넷전화	KT	14회	저비용항공	에어부산	10회
대형서점	교보문고		RV승용차	현대자동차		커피전문점	엔제리너스	14회	국제전화	SK텔링크(00700)	
휴대폰(스마트폰)	삼성전자	27회	승용차타이어	금호타이어	20회	콘도미니엄	한화리조트		피자전문점	도미노피자	
자동차보험	삼성화재		은행	신한은행		전자제품전문점	삼성스토어 (구 삼성디지털프라자)		면세점	신라면세점	9회
이동전화	SK텔레콤		정수기	코웨이		김치냉장고	삼성전자	13회	무인경비	에스원	
TV	삼성전자	26회	고속버스	금호고속		장기보험	삼성화재		과자	롯데월드(구 롯데제과)	
PC	삼성전자		냉장고	삼성전자		신용카드	신한카드		소주	하이트진로(참이슬)	
공공서비스	우정사업본부(우편)		식용유	사조대립(해표)	19회	치약	애경산업		렌터카	롯데렌터카	
유산균발효유	hy	25회	여성용기초화장품	아모레퍼시픽		TV홈쇼핑	현대홈쇼핑		블랙박스	팅크웨어(아이나비)	8회
생명보험	삼성생명		우유	서울우유	18회	유티파크	캐리비안 베이		가정용가구	한샘	
항공	아시아나항공		증권	삼성증권		여행사(해외여행)	하나투어	12회	지하철	부산교통공사	
여성내의	신영와코루(비너스)		담배	한국필립모리스(말보로)	17회	체크카드	KB국민카드		초고속인터넷	SK브로드밴드	
편의점	GS25	24회	영화관	롯데시네마	16회	택배/소포	우체국소포		가정용복합기(프린터)	캐논코리아	7회
주방세제	라이온코리아		음료	롯데칠성음료		패스트푸드점	롯데리아	11회	IPTV	SK브로드밴드	
주유소	SK에너지(SK주유소)		오픈마켓	11번가		홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)		내비게이션앱	티맵(TMAP)	6회
전기밥솥	쿠쿠전자	23회	인터넷서점	YES24	15회	보일러	경동나비엔		도시가스	서울도시가스	
참치캔	동원F&B(동원참치)		제과·제빵점	파리크라상(파리바게뜨)					스크린골프	골프존	5회
화장지	유한킴벌리	22회	부엌가구	한샘					인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑(Hmall)	

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

제조업에서 20회 이상 1위 54%…장수기업일수록 고객경험 강화에 최우선

올해로 32년째 맞은 KCSI 조사결과 분석

현대자동차 30회 1위 첫 기록 트렌드 반영한 기업들 상승세

KCSI(한국산업의 고객만족도) 조사가 올해로 32년째를 맞은 가운데 올해 처음으로 1위 횟수 30회(현대자동차, 일반승용차 산업)를 기록한 기업(산업)이 배출됐다. 20회 이상 1위를 한 기업은 총 28개로, 소비재(6개)·내구재(6개) 등 제조업이 총 12개로 나타났다. 서비스업도 공공 서비스를 포함해 12개 산업으로 조사됐다.

산업별로 역대 1위 횟수를 분석한 결과 ‘10회 미만 1위(제조업 45%, 서비스업 55%)’와 ‘10회 이상 20회 미만 1위(제조업 37%, 서비스업 63%)’의 경우 서

비스업의 비중이 높았다. 반면 20회 이상에선 제조업이 54%로, 서비스업(46%)보다 높았다. 이는 상대적으로 제조업에서 장수 1위 산업이 많고, 서비스업에서 고객만족 경쟁이 더 치열한 영향으로 분석된다.

제조업의 경우 세계 최고 수준의 기술력을 바탕으로 글로벌 기업으로 도약한 제조회사들이 오랫동안 1위 자리를 유지하며 KCSI를 선도하고 있다. 반면 국내 활동이 큰 비중을 차지하는 서비스업에선 자주 1위가 바뀌며 특정 기업의 독주가 어려운 것으로 나타나 서비스 업종에서 까다로운 국내 소비자의 눈높이와 니즈를 충족하는 것이 얼마

나 어려운지를 방증한다.

20회 이상 압도적으로 많이 1위를 차지한 기업은 현대자동차(30회, 일반승용차)·에버랜드(29회, 종합레저시설)·라이온코리아(28회, 세탁세제) 등으로, 내구재와 서비스, 소비재를 대표하는 기업으로 나타났다. 삼성전자는 8개 산업[▶휴대폰(스마트폰) ▶TV ▶PC ▶세탁기 ▶냉장고 ▶김치냉장고 ▶전자제품전문점 ▶에어컨]에서 10회 이상 1위를 차지하며 한국의 대표 고객만족 선도 기업으로서 위상을 드높였다. 현대자동차는 2개 산업(일반승용차·RV승용차)에서 20회 이상 1위를 차지했다.

산업별로 1위 경쟁이 치열한 산업도 확인됐다. 특히 서비스 업종의 경우 여러 산업에 걸쳐 고객만족 선두경쟁이 뚜렷했다. 유통서비스의 대표 업종인 백화점은 현대백화점 15회, 롯데백화점 10회, 신세계백화점 6회로 치열한 경쟁을 보였다. 대형마트(롯데마트 11회, 이마트 11회, 홈플러스 3회), 대형슈퍼마켓(GS THE FRESH 10회, 롯데슈퍼 5회) 역시 1위 변동이 잦았다.

내구재의 경우 세계적으로 제품력을 입증한 에어컨·김치냉장고 등 생활가전 산업에서 삼성전자와 다른 기업과의 경쟁이 매우 치열한 것으로 조사됐다. 특히 에어컨(LG전자 13회, 삼성

12회), 김치냉장고(삼성 13회, 위니아 10회) 산업의 경쟁이 치열했다.

KMAC(한국능률협회컨설팅) 관계자는 “코로나19 팬데믹과 인플레이션 등을 겪으며 국내 산업의 성장률이 다소 주춤하지만, 그럼에도 불구하고 고객만족을 위한 기업들의 노력이 계속되고 있다”며 “1위에 오른 기업은 디지털 시대에 고객경험을 강화하기 위해 기술혁신을 적극적으로 수용하고 더불어 엔데믹 이후 변화하는 시장환경과 트렌드에 민첩하게 대응함으로써 상승세를 이어간 것으로 풀이된다”고 분석했다.

김재학 중앙일보M&P 기자

산업의 질적 성장과 경쟁력 확보에 기여

‘한국산업의 고객만족도’는

KCSI(Korean Customer Satisfaction Index: 한국산업의 고객만족도)는 한국산업의 산업별 상품·서비스에 대한 고객들의 만족 정도를 나타내는 지수로서, KMAC(한국능률협회컨설팅)가 1992년 한국산업의 특성을 감안해 개발했다.

KCSI는 국내에서 가장 오랜 역사와 공신력을 인정받고 있는 한국산업의 대표적인 고객만족 지수로 일반 소비자들에게도 널리 알려져 있다. 미국의 ACSI에 2년, 국내 NCSI에 6년 앞선 평가 모델로서 조사대상 산업이 전체 GDP의 약 74%를 차지할 만큼 국내 산업의 대표적 고객

만족도 조사제도로 평가받는다. KCSI는 경제성장의 양적 성장을 평가하는 GNP·GDP 등 생산성 지표와는 달리 국가산업경제의 질적 성장을 평가하는 지표다. KCSI는 국내 산업의 질적 성장을 유도하고, 산업 또는 기업이 경쟁력을 확보할 수 있도록 개발됐다.

KCSI 조사 결과는 매년 국내 경제사회에 공표함으로써 각 산업 및 기업의 현 위치를 확인하고 향후 관련 산업 및 기업의 경쟁력 향상을 위한 기초자료로 활용할 수 있도록 한다. KCSI 조사 결과를 통해 각 기업은 시장에서의 자사 경쟁력 파악은 물론이고 고객의 불만을 야기하는 상품이나 서비스

의 문제점들을 개선함으로써 고객지향적인 경영활동을 전개할 수 있다. 또한 미래에 자사의 성장 가능성을 예측함으로써 미래 대비를 할 수 있게 해준다.

2023년 KCSI 조사는 국내에서 소비생활을 하는 만 18세 이상 65세 미만의 한국인 남녀 1만1546을 대상으로 지난 4월 1일부터 8월 6일까지 면접원의 가구 방문에 의한 일대일 면접 방법으로 이뤄졌다. 조사 대상은 ▶소비재 제조업 22개 ▶내구재 제조업 27개 ▶일반 서비스업 59개 ▶공공서비스업 10개 등 총 118개 산업(총 393개 기업)이었다.

김재학 중앙일보M&P 기자
kim.jaihak@joongang.co.kr

고객 니즈 기반한 맞춤형 콘텐츠 제공해야

KCSI 향상 위한 전문가 제언

고객경험(Customer eXperience : CX)의 시대, 고객을 제대로 파악하기 위해서는 완전한 ‘경험’ 관점으로 전환하여 새로운 시각으로 고객에게 접근할 필요가 있다. 경험 관점에서 새로운 고객 경험의 관점에서 고객 경험 패턴을 정의하여 모델링하고, 이를 분석하여 타겟을 선정한 후 이를 대상으로 한 맞춤형 CS를 추진해야 하는 것이다. 이러한 관점에서 성공적인 고객경험 제공을 위해서는 명확한 데이터 활용의 범위와 목적, 구조화를 수립하고 조직 전체에서의 활용가능성

을 동시에 고려해야 한다.

또한 코로나19 대유행 이후 디지털 전환이 더욱 가속화됨에 따라 모바일 디바이스를 이용한 애플리케이션상에서의 디지털 경험 고도화에 중요성이 높아지고 있다. 이에 디지털상에서의 고객 여정을 면밀히 분석하여 프로세스의 페인 포인트(pain point)를 개선하고 심리스한 고객경험 설계를 통해 온라인의 최대 강점인 최적의 편리성을 확보해야 한다. 고객의 선호나 유용성을 고려하지 않는 기업 관점의 수많은 상품과 서비스가 제시되는 부분 역시 지양해야 하며 철저히 고객 니즈를 기반으로

맞춤형 콘텐츠가 제공되어야 한다.

마지막으로 고객중심 경영의 기본이라고 할 수 있는 ‘고객의 소리(Voice of Customer: VOC)’에 대한 적극적인 대응이 요구된다. 고객과 시장 변화에 따라 기존의 고객 음성(Voice) 중심의 불만 처리·개선·인사이드 제시를 넘어, ‘고객의 소리’의 범위를 보다 확대하여 다양한 형태로 표출되는 고객의 직간접적 활동과 관련된 광범위한 데이터 수집과 분석 및 관리 방안 구축을 통해 향후 고객 행동 예측까지 추진해야 할 것이다.

송광호 KMAC 기업가치진단본부장

보이스피싱 피해예방 등 고객보호 최우선

‘No1. 생활 금융 플랫폼 기업’으로 진화

은행 부문



신한은행(은행장 정상혁·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2023 한국산업의 고객만족도 조사에서 은행 부문 1위를 차지했다.

신한은행은 고객보호를 최우선 과제로 선정하고, 각종 제도와 시스템을 고객 관점에서 재설계하고 있다. 먼저 평일 저녁과 토요일에도 문을 여는 ‘이브닝플러스’ ‘토요일플러스’ 영업점, 영업점에 가지 않고도 업무 처리가 가능한 ‘화상상담서비스’ 등을 운영한다.

보이스피싱 피해예방 관련 종합 솔루션 플랫폼 ‘지켜요(소중한 나의 자산)’도 론칭했다. 보이스피싱 수법과 금융소비자들의 니즈에 대한 빅데이터를 분석해 개발했으며, 고객이 보이스피싱 예방법을 직접 실천하고 그 수준을 측정할 수 있는 콘텐츠로 구성했다. 보안·알림 서비스, 우



신한은행 정상혁 은행장(왼쪽 첫번째)이 지난달 7일 '신한 학이재' 개관식에서 관계자들과 기념 촬영을 하고 있다.

리가족 암호만들기, 불법사칭문자 구독 서비스 등을 제공해 보이스피싱 사고예방에 실질적인 도움을 주고 있다.

최근에는 차별화된 금융 교육 센터 ‘신한 학이재’를 개관했다. 이곳에서는 디지털과 비대면에 익숙하지 않은 시니어 고객에게 디지털 금융교육 및 기기체험 기회를 제공하고, 금융사기 피해 예방 교육도 진행한다.

박지원 중앙일보M&P 기자
park.jiwon5@joongang.co.kr

신용카드 부문



신한카드(대표 문동권·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2023 한국산업의 고객만족도 조사에서 신용카드 부문 1위를 차지했다. 13년 연속이다.

신한카드는 대표앱 신한 pPlay를 통해 ‘No1. 생활 금융 플랫폼 기업’으로 진화하고 있다. 금융서비스와 고객 맞춤형 생활 콘텐츠 제공으로 고객 친화적 사용자 경험을 제공한다. 또 고객 중심의 경영을 실현하겠다는 ‘고객기점’이라는 방향성을 세우고 소비자 보호에 앞장서고 있다. 탄소중립을 위해서도 노력한다. 올해 경영 키워드로 고객중심 디지털 지속가능경영 미래 신한문화 등 ‘3X(experience)’를 제시하고 이를 실현하기 위한 전략을 추진한다.

신한카드는 3000명의 고객패널 조직인 ‘신한사이다’를 운영한다. 또 금융취약계층 보호를 위한



신한카드는 대표앱 신한 pPlay를 통해 ‘No1. 생활 금융 플랫폼 기업’으로 진화하고 있다. 사진은 본사 전경.

금융 접근성, 편의성 확대 관련 제도·정책을 운영한다. 2015년부터 2022년까지 5060회 금융 교육에서 9만8000여명에게 교육을 했다.

신한카드는 ‘미래를 함께하는 따뜻한 금융’을 바탕으로 고객·회사·사회가 함께 성장하는 상생의 선순환 가치 추구를 바탕으로 지속가능경영(ESG)을 고도화하고 친환경 경영을 만들어간다.

김승수 중앙일보M&P 기자
kim.seungsoo@joongang.co.kr

3400여 네트워크로 다양한 서비스 제공

공공서비스 부문



우정사업본부(우정사업본부장 조해근·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2023 한국산업의 고객만족도 조사에서

공공서비스 부문 1위에 올랐다.

우정사업본부는 1884년 우정총국 설치로 시작해 139년 역사 속에서 변화와 혁신을 통해 성장했다. 국민에게 행복을 배달하는 고객만족경영이 최고의 가치임을 인식하고 최상의 서비스를 제공하고 있다.

우정사업은 전국 3400여 개 우체국 네트워크를 통해 보다 빠르고 정확한



우정사업본부는 우체국쇼핑과 알뜰폰 판매 등 다양한 서비스도 함께 제공하고 있다.

우편·물류서비스와 편리한 예금·보험 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있다. 우정사업본부는 지역경제 활성화를 위한 우체국쇼핑과 국민 편의 증진을 위한 알뜰폰 판매 등 다양한 서비스도 함께 제공하고 있다.

송덕순 중앙일보M&P 기자
song.deoksoon@joongang.co.kr

익일배송률과 반품회수율 업계 최고

택배/소포 부문



우정사업본부(우정사업본부장 조해근)의 우체국소포가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2023 한국산업의 고객만족도 조사에서 택배/소포 부문 1위를 차지했다.

우정사업본부는 고객 대기 시간을 줄이기 위해 모바일·인터넷우체국 간편사전접수 시스템을 수시로 개선하고, 외부 플랫폼과 제휴를 통해 우체국소포를 신청할 수 있도록 접수 채널을 확대했다. 고객 성명·연락처 등이 노출되는 수기 운송장을 개인정보가 보안(마스크) 처리되는 전산운송장으로 전환했다.

우정사업본부는 업계 최고의 익일배송률 및 반품회수율, 업계 최저 수준의 운송사고율을 기록 중이다. 전 직원을



우체국소포는 3400여 개 우체국 망을 통해 산촌·섬 지역에도 빠른 소포서비스를 제공한다.

대상으로 현장 컨설팅 및 CS교육을 실시해 직원 친절도를 향상한다. 농어민·소상공인 판로 지원을 위해 올해만 우체국쇼핑 특별기획전을 6회 개최하는 등 공익 실천에도 앞장서고 있다.

김재학 중앙일보M&P 기자
kim.jaihak@joongang.co.kr

31st CUSTOMER CENTRIC MANAGEMENT INNOVATION CONFERENCE
2023 제31회 고객중심 경영혁신 컨퍼런스고객과 페어링 하라
Connected eXperience

일시 | 2023. 11.07(화) 09:00-17:00
장소 | 일산 킨텍스(KINTEX) 제2전시 6 Hall

QR코드를 인식하여 컨퍼런스 프로그램과 참가자 대상 다양한 이벤트를 확인하세요!

컨퍼런스 참가안내

참가구분	초기신청 (~10.27)	일반신청 (~11.03)
개인신청 (1인~4인)	350,000원/1인	450,000원/1인
단체신청 (5인 이상)	300,000원/1인	350,000원/1인

컨퍼런스 Timetable

TIME	PROGRAM
Opening	09:00 ~ 09:30 도착 및 접수, 부스투어 09:30 ~ 09:50 컨퍼런스 소개, 경품 추첨 09:50 ~ 10:00 Opening Ceremony
General Session	10:00 ~ 11:00 Keynote Speech 1 11:20 ~ 12:20 Keynote Speech 2
Concurrent Session *Special Track 포함	12:30 ~ 13:30 Lunch Break 13:30 ~ 17:10 주제 관련 세부 강연 / KCSI 우수기업 초청 강연

| 고객중심 경영혁신 컨퍼런스

대한민국 산업의 시장 및 정책 변화, Trend에 발맞춰 경영전략을 논의하고 우수사례를 공유하는 **고객만족(CS) 분야 국내 최대 규모와 위상의 컨퍼런스**입니다.



| 컨퍼런스 Key Message

"고객과 페어링 하라 : Connected eXperience" 라는 주제로 가치창출의 공동주체인 고객과 경계를 넘어 인식을 공유하기 위한 방향을 논의합니다.

인적 연결 | Human Connection

강성적 상호작용, 커뮤니케이션 등 인간과 사회적 연결

- 고객 : 데이터 기반 고객경험 혁신
- 직원 : 업무경험 혁신 통한 조직활성화

환경적 연결 | Environmental Connection

산업의 지속가능성 확보를 위한 경제/산업간 가치연결(Value Chain)

- 필(必)환경 : 기후변화 대응 방향
- 공급망/공시 : 지속가능한 산업 생태계 구축방안

Connected
eXperience

기술적 연결 | Technological Connection

대고객업무 및 생산 프로세스의 자동화 등 미래지향적 연결

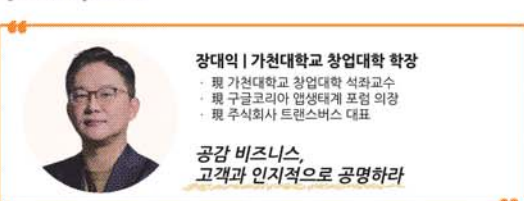
- AI/빅데이터 : 디지털 기술 기반 서비스 지능화
- DT : 디지털전환을 통한 비즈니스 구조 혁신

사업간 연결 | Business Connection

새로운 관점의 사업 모델(제품/서비스)로 기업 생태계의 창조적 연결

- 동반성장 : 경제주체간 상생협력을 통한 동반성장
- 창업 Infra : 신규 비즈니스 창출을 위한 개방형 혁신

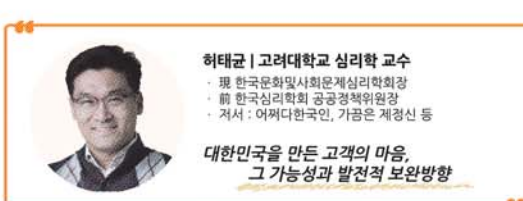
| Keynote Speaker



장대익 | 가천대학교 창업대학 학장

- 가천대학교 창업대학 석좌교수
- 한국과학기술인 협회 명예회장
- 한국과학기술인 협회 명예회장

공감 비즈니스, 고객과 인지적으로 공명하라



허태균 | 고려대학교 심리학 교수

- 한국문화심리학회 이사
- 한국심리학회 공명심리학회 회장
- 저서 : 아메리칸인, 가문은 계승된 등

대한민국을 만든 고객의 마음, 그 가능성과 발전적 보완방향

| 고객중심 경영혁신 컨퍼런스 운영사무국

TEL : 02.3786.0539/0538/0544 E-mail : conference@kmac.co.kr



SKT는 가족단위 해외 여행객들의 부담을 낮출 수 있는 '가족로딩 프로젝트'를 선보였다.

고객가치혁신 회의 통해 불편 개선

이동전화 부문



SK텔레콤(대표 유영상·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2023 한국산업의 고객만족도 조사에서 이동전화 부문 1위를

차지했다.

SKT는 청년 세대의 통신비 부담을 줄여주기 위해 그들의 데이터 이용 패턴과 생활 트렌드를 반영한 '0 청년 요금제'를 선보였다. 5G 일반 요금제와 같은 가격에 데이터를 최대 50% 더 제공하고, 커피 프랜차이즈·영화관 등 생활 밀착형 혜택을 강화한 것이 특징이다. 라이프스타일 구독 서비스 'T우주'도 내놔다. T우

주는 온·오프라인 쇼핑과 식음료 영역, 디지털 서비스, 화장품, 교육 등 다양한 상품을 가격적인 혜택으로 제공한다.

지난 9월에는 한국어 대규모언어모델(LLM) 서비스 'A.에이닷'을 정식 출시했다. 인공지능(AI) 전화는 이전 통화 내역을 바탕으로 전화할 사람을 추천하고, 통화 중 주고받은 내용을 AI로 분석·요약해 제공한다. 에이닷은 일상 전반에 AI를 결합할 예정인데 가장 먼저 AI 수면 관리, AI 뮤직 서비스를 선보였다.

SKT는 1997년부터 대표이사를 포함한 주요 임직원이 직접 참여하는 '고객가치혁신 회의'를 매월 열어 고객의 요구와 트렌드 변화를 수용하기 위해 노력하고 있다. 또한 MZ 세대 구성원을 중심으로 '주니어 보드' 제도를 운영해 실제 고객의 눈높이에서 서비스를 점검하고 있다.

박지원 중앙일보M&P 기자
park.jiwon5@joongang.co.kr



한화호텔앤드리조트는 올해 상반기 기준 재방문 고객이 75%에 달할 정도로 충성 고객이 늘었다.

테마 객실 확대 등 차별화된 서비스

콘도미니엄 부문



한화호텔앤드리조트(대표 김형조·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2023 한국산업의 고객만족도 조사에서 콘도미니

엄 부문 1위에 올랐다. 2012년부터 12년 연속이다.

한화호텔앤드리조트는 서비스 품질 향상과 테마 객실 확대, 유튜브 채널 협업 등 차별화된 고객 경험을 제공해 높은 점수를 받았다. 2023년 상반기 기준 재방문 고객이 75%에 달할 정도로 충성 고객이 늘었다.

한화호텔앤드리조트는 고객 응대 직

원의 서비스 능력 향상을 위해 매뉴얼 개편에 노력했다. 카드 뉴스형 매뉴얼의 경우 고객의 소리(VOC)에 접수되는 불만을 토대로 이해하기 쉽게 구성했다.

'내부 언어 개선 캠페인'도 운영하고 있다. 외국어나 전문 용어를 고객 관점 용어로 개선했다. 또한 'Service Must 10 캠페인'을 통해 고객 동선 내 지켜야 할 10가지 준수 사항을 공유하고 있다. 준수 사항은 인사·태도 등 서비스 5대 항목과 VOC 이슈를 기반으로 선정하며 올바른 서비스 행동을 숙지하도록 돕는다.

블랙컨슈머 대응 규정을 개정해 직원 보호에도 힘썼다. 특히 올해는 블랙컨슈머 대응과 마음 관리 교육인 'CS역량향상과정'을 전 직원 대상으로 확대 시행했다. 이 프로그램을 통해 스트레스 회복과 긍정성이 유지됐다는 직원의 호평을 받았다.

송덕순 중앙일보M&P 기자
song.deoksoon@joongang.co.kr

고객 유형별 소비 트렌드 파악해 차별화된 마케팅

주유소 부문



SK에너지(대표 조경목·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2023 한국산업의 고객만족도 조사에서 주유소 부문 1위를 차

지했다. 13년 연속이다.

SK에너지는 고객 유형별로 세분화된 소비 트렌드 및 니즈 파악에 기반한 차별화된 마케팅 활동을 통해 고객 만족도를 제고해왔다. 대표적 고객 감사 행사인 '3천포인트특권'을 '머핀포인트행사'로 업그레이드해 이달 4일부터 다음 달 26일까지 시행한다.

SK에너지는 2021년 10월 고급휘발유 브랜드인 솔룩스 플러스(기존 솔룩스)를 리뉴얼 론칭한 후 고급휘발유 시장의



올여름에 SK에너지 사업의 출발점이자 핵심인 울산에서 진행한 SK 주(酒)유소 팝업스토어.

확대·발전을 위해 노력해왔다. 내부적으로는 청정제 투입량을 기존 대비 2배 이상 확대해 차별화된 강점을 확보했으며, 고급휘발유 취급 주유소 확대를 추진 중이다. 대외적으로는 고급휘발유 주유 고객에 대한 핀셋 접근을 하고 있다.

SK 주(酒)유소 팝업스토어는 지난해 10월 서울 종로에 이어 올여름에는 울산

팝업스토어를 서울 종로에서 운영한다.

SK에너지는 대형 화물트럭 주차장과 정비소, 주유소, 운전자 휴게시설을 모아 놓은 '네트럭 하우스'에 수소 충전소 구축·운영을 추진한다. SK에너지는 3000여개 주유소와 LPG충전소, 24개 네트럭 하우스를 통해 고객만족활동을 시행해왔다.

김승수 중앙일보M&P 기자
kim.seungsoo@joongang.co.kr

조용히 세상을 변화시키는 이영관 회장의 50년 소재 이야기

이영관(도레이첨단소재 회장) 지음



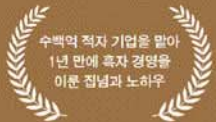
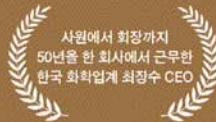
핵심 경쟁력에 집중한
50년 소재 경영 이야기

소재가 경쟁력이다

이영관(도레이첨단소재 회장) 지음



첨단소재 산업에 대한 끝없는 도전과 혁신
엔지니어 출신 CEO의 독자 경영의 비결



KMAC

소재가 경쟁력이다



320억 적자기업을 맡아
최고 매출 약 3조,
이익 2,400억
23년 연속 흑자 달성!

KMAC

‘올케어 서비스맵’부터 ‘명절 특별점검’까지... 고객 안전 위한 차량점검 서비스 확대

일반승용차/RV승용차 부문



현대자동차
(아시아대권
역장 부사장
유원하·사진)
가 한국능률
협회 컨설팅

이 발표한 2023 한국산업의 고객 만족도 조사에서 일반승용차와 RV승용차 부문 1위에 올랐다

현대자동차는 지난 1월 자사가 제공 중인 다양한 서비스 혜택을 한곳에 모아 한눈에 파악·이용할 수 있는 ‘올케어 서비스맵’을 제작했다. 올케어 서비스맵은 세차·대리운전 등 자동차 이용과 관련된 카라이프 관련 영역과 선택형 보증제도, 차량점



제네시스는 공항 이용고객에게 1:1 셔틀부터 차량점검까지 제공하는 ‘인천 에어포트 서비스’를 5월 개시했다. 오른쪽 사진은 8월 출시된 ‘디올 뉴 싼타페’.

검, 긴급출동 등 자동차 유지관리와 관련된 카케어 영역으로 나누어져 있는데, 각각의 영역마다 제공되는 서비스들의 이용 방법 및 제공 시간 등 세부적인 정보를 확인할 수 있다.

현대자동차는 차량 점검이나 정비 목적으로 서비스 네트워크에 입고한 고객을 대상으로 한

응대 시스템 및 상담 콘텐츠를 개선했다. 잔여 쿠폰 혜택, 보유 중인 멤버십 포인트 및 블루기본 점검 잔여 회차 등 활용 가능한 혜택 정보가 포함돼 있어 정비 전 상담 과정에서 안내받을 수 있다.

제네시스는 고객이 해외여행을 가는 동안 차량이 공항 주차



장에 장기간 주차되어 있다는 점에 착안, 공항 이용고객에게 1:1 셔틀부터 차량점검까지 한 번에 제공하는 ‘인천 에어포트 서비스’를 지난 5월 개시했다. 인천공항이 위치한 영종도 내의 블루렌즈에서 제공하는 이 서비스는 제네시스 고객이 차량을 가지고 블루렌즈에 도착하면, 기본 4박5일

간 차량 보관 서비스와 15종의 기본 점검이 제공된다. 고객은 차량을 맡긴 후에 셔틀 서비스를 통해 공항까지 이동할 수 있고, 귀국 시에도 블루렌즈까지 픽업 서비스를 받는다.

현대자동차는 사고 예방과 고객 안전을 위해 다양한 형태의 차량 무상점검을 지속해서 실시

하고 있다. 매년 명절을 즈음하여 장거리 이동 시 사고 예방을 위해 차량 기본점검과 워셔액을 무상 제공하는 명절 특별점검 서비스를 진행하고 있다.

현대자동차는 지난 8월 대표 중형 SUV인 ‘디올 뉴 싼타페’를 출시했다. 강인하고 독창적인 실루엣의 디자인과 기존 모델 대비 확대된 제원 및 대형 테일게이트를 통해 동급 최대 수준의 공간성을 확보, 완전히 새로워진 디자인과 상품성을 보여준다. 특히 파노라믹 커브드 디스플레이, 스마트폰 듀얼 무선 충전, 양방향 멀티 콘솔, UV-C 살균 멀티 트레이, 2열 전동 독립 시트 등 혁신적이고 세심한 첨단 신기술 및 편의사양을 적용해 고객의 다양한 라이프 스타일을 지원한다.

김재학 중앙일보M&P 기자
kim.jaihak@joongang.co.kr

보일러 ‘난방’에서 ‘온수’로 패러다임 전환

보일러 부문



경동나비엔
(영업마케팅
총괄 김용범·
사진)이 한국
능률협회 컨
설팅이 발표

한 2023 한국산업의 고객만족도 조사에서 보일러 부문 1위를 차지했다.

경동나비엔은 콘텐츠보일러의 에너지 절감 효과와 친환경성을 알리고 제품 대중화에 앞장서 왔다. 콘텐츠보일러는 일반 보일러 대비 대기오염의 주원인인 질소산화물 생성을 연간 약 79% 줄



보일러의 온수 기능이 강화된 경동나비엔의 ‘나비엔 콘덴싱 ON AI’ 제품.

이고, 이산화탄소 배출량도 크게 낮춘다. 지난해 8월에는 온수 기능이 강화된 ‘나비엔 콘덴싱 ON AI’를 출시하며 보일러의 패러다임을 ‘난방’에서 ‘온수’로 전환하기 시작했다. 이 제품은 배관 속 물을 미리 데워 10초 안에 온수를 쓸 수 있는 것이 특징이다. 또한 집안 여러 곳에서 동시에 온수

를 써도 온도가 변하지 않고 넉넉한 유량으로 사용할 수 있다.

한편, 경동나비엔은 주력 시장인 북미에서 콘덴싱온수기를 선보이며 리딩 기업으로 자리매김했다. 최근에는 멕시코 법인을 설립, 중남미 지역을 공략 중이다. 박지원 중앙일보M&P 기자
park.jiwon5@joongang.co.kr

중증 고난도 질환 중심의 첨단지능형 병원

종합병원 부문



삼성서울병원(원장 박승우·사진)이 한국능률협회 컨설팅이 발표한 2023 한

국산업의 고객만족도 조사에서 종합병원 부문 1위를 차지했다.

삼성서울병원은 ‘중증 고난도 질환 중심’ ‘환자 경험 중심’ ‘질 중심’ 철학을 기반으로 연구와 혁신을 통해 의료기술 분야에서 선도적 위치를 유지하고 있다. 또 환자에게 더 나은 의료 서비스를 제공하기 위한 디지털 혁



삼성서울병원은 더 나은 의료 서비스 제공을 위해 디지털 혁신을 추진한다.

신을 추진한다. ‘SMART(Super Difference through integration of ioMt, Ai, Robotics and medical Twin) Driven Hospital’ 구현 최첨단 기술과 연계한 융합 과제를 진료 현장에 적용해 미래 의료의 초격차를 확보해 가고 있다.

고객 경험 향상을 위해서도 노

력한다. 보이는 ARS의 서비스 확대로 외래와 입원 부문의 상담을 효율화하고, 주요 비대면 진료 지원 서비스를 구축했다.

삼성서울병원은 ESG 관점에서 지속 가능한 경영을 추구해 사회적 가치 창출에도 힘쓴다.

김승수 중앙일보M&P 기자
kim.seungsoo@joongang.co.kr

푸드테크 선도하며 KCSI 9년 연속 1위 수성

피자전문점 부문



한국도미노피자(대표 오광현·사진)가 한국능률협회 컨설팅이 발표한 2023 한국

산업의 고객만족도 조사에서 피자전문점 부문 1위에 올랐다. 9년 연속 수상이다.

도미노피자는 1990년 1호점 오금점을 시작으로 한국 시장에 진출했다. 1999년 100호 점, 2003년 1월 200호 점을 개점했고, 2023년 9월 현재 479개 점을 운영하고 있다.



도미노피자는 희망나눔기금 전달을 통해 사회적 책임도 다하고 있다.

도미노피자는 메뉴 개발 시 블랙타이거 새우, 블랙앵거스 스테이크 등 고급 식재료를 활용하고 이중 간 협업을 시도하고 있다. 도미노피자는 앞선 IT 기술을 도입해 푸드테크 선도기업으로 나아가고 있다. 지난 3월 대구 수성구와 도심지 드론 배달 서비스 협약을 체결하고, 수성못에서 드론 배

달 서비스를 진행했다. 또 LG전자와 함께 개발한 자율주행 배달 로봇 ‘도미란’을 통해 주문 장소에서 음식을 받을 수 있다. 온라인 결제 시 요청사항 하단의 ‘비대면 안전 배달’ 항목을 신설해 안전 배달 서비스도 강화했다.

송덕순 중앙일보M&P 기자
song.deoksoon@joongang.co.kr

부유층·MZ세대 등 고객 니즈 맞춤형 자산관리

증권 부문



삼성증권(대표 장석훈·사진)이 한국능률협회 컨설팅이 발표한 2023 한국산

업의 고객만족도 조사에서 증권 부문 1위를 차지했다.

삼성증권은 비대면 자산관리 시장을 선도하기 위해 대중 부유층부터 MZ세대까지 다양한 고객 니즈를 분석하고 이에 맞는 전문 인력, 상품 및 서비스를 강화하고 있다. 2020년 신설된 디지털 자산관리본부는 디지털 우수 고



삼성증권은 보이스피싱 예방을 위해 이상거래 모니터링을 365일 운영한다.

객을 위해 업무문의 응대부터 투자 상담까지 다양한 서비스를 포함하는 원스톱 자산관리 컨설팅을 제공한다. 전화는 물론 채팅과 화상통화를 통한 상담까지 가능하기 때문에 고객은 상담 방법을 편리하게 선택할 수 있다.

삼성증권은 금융소비자보호 총괄책임자(CCO)를 중심으로

고객중심경영을 위한 전담부서를 운영하는 한편, 엄격한 기준과 정책을 수립해 실천한다. 특히 금융상품 투자로 인한 금융소비자의 권리 침해를 예방하기 위해 상품개발·판매·사후관리 전 프로세스에 걸쳐 금융소비자 보호 활동을 더욱 강화했다.

김재학 중앙일보M&P 기자