

한국산업의 고객만족도(KCSI) 5회 이상 1위 기업 (2024년 1위 기업 기준)

산업명	1위 기업	1위 횟수
일반승용차	현대자동차	31회
종합레저시설	에버랜드	30회
세탁세제	라이온코리아	29회
대형서점	교보문고	
휴대폰(스마트폰)	삼성전자	28회
자동차보험	삼성화재	
이동전화	SK텔레콤	
TV	삼성전자	27회
PC	삼성전자	
공공서비스	우정사업본부(우편)	
유산균발효유	hy	26회
생명보험	삼성생명	
항공	아시아나항공	
여성내의	신영와코루(비너스)	
편의점	GS25	25회
주방세제	라이온코리아	
주유소	SK에너지(SK주유소)	
전기밥솥	쿠쿠전자	
참치캔	동원F&B(동원참치)	24회
화장지	유한킴벌리	23회

산업명	1위 기업	1위 횟수
종합병원	삼성서울병원	23회
세탁기	삼성전자	22회
검색포털사이트	Naver(네이버)	
RV승용차	현대자동차	
승용차타이어	금호타이어	21회
은행	신한은행	
정수기	코웨이	
냉장고	삼성전자	
식용유	사조대림(해표)	20회
여성용기초화장품	아모레퍼시픽	
증권	삼성증권	19회
담배	한국필립모리스(말보로)	
아이스크림	빙그레	18회
영화관	롯데시네마	17회
오픈마켓	11번가	
인터넷서점	YES24	
제과·제빵점	파리크라상(파리바게뜨)	16회
부엌가구	한샘	
백화점	현대백화점	
맥주	하이트진로	

산업명	1위 기업	1위 횟수
음료	롯데칠성음료	16회
인터넷전화	KT	
커피전문점	엔제리너스	15회
콘도미니엄	한화리조트	
전자제품전문점	삼성스토어	
김치냉장고	삼성전자	
장기보험	삼성화재	14회
신용카드	신한카드	
치약	애경산업	
워터파크	캐리비안 베이	
여행사(해외여행)	하나투어	
에어컨	삼성전자	13회
체크카드	KB국민카드	
택배/소포	우체국소포	
TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	
패스트푸드점	롯데리아	
홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)	12회
보일러	경동나비엔	
대형마트	롯데마트	
국제전화	SK텔링크(00700)	11회

산업명	1위 기업	1위 횟수
대형슈퍼마켓	GS THE FRESH	11회
피자전문점	도미노피자	
면세점	신라면세점	10회
무인경비	에스원	
과자	오리온	
렌터카	롯데렌터카	
블랙박스	링크웨어(아이나비)	
가정용가구	한샘	9회
지하철	부산교통공사	
초고속인터넷	SK브로드밴드	
소주	하이트진로(참이슬)	
가정용복합기(프린터)	캐논코리아	8회
IPTV	SK브로드밴드	
도시가스	서울도시가스	7회
스크린골프	골프존	6회
인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑(Hmall)	
헬스케어(안마가전)	바디프랜드	5회
가정용건축자재	LX하우시스	

※ 자세한 조사결과는 KCSI 홈페이지(kcsi.kmac.co.kr)를 통해 확인할 수 있다.

에버랜드, 서비스업 최초로 30회 1위…기업들 고객만족 선두경쟁 치열

올해로 33년째 맞은 KCSI 조사결과 분석

20회 이상 1위 기업 총 30개
현대자동차 31회 최장기 1위

KCSI(한국산업의 고객만족도) 조사가 올해로 33년째를 맞이했다. 올해는 서비스업 최초로 30회 1위(에버랜드, 종합레저시설 산업)를 기록한 산업이 배출됐다. 20회 이상 1위 기업은 총 30개로, 소비자(8개)와 내구재(10개) 등 제조업이 18개로 나타났으며, 서비스업은 공공서비스를 포함해 12개 산업으로 조사됐다. 5회 이상 1위 기업은 총 78개였다.

산업별 역대 1위 비중을 분석해보면, 20회 이상 장기 1위의 경우 제조업이 36.0%로 서비스업(19.7%)보다 상대적으로 더 많았다. 제조업은 세계 일류 수준의 기술력을 갖추며 글로벌 기업으

로 거듭난 제조회사들이 오래 1위를 유지하며 KCSI를 선도하고 있다. 반면 국내 활동 비중이 큰 서비스업에서는 많은 기업들이 고객만족을 위해 노력하지만 특정 기업의 독보적 선두 위치가 어려운 것으로 나타나 서비스업 종에서 국내 소비자의 눈높이와 니즈를 맞추는 것이 얼마나 어려운지를 방증하고 있다.

가장 많은 횟수 1위를 차지한 기업은 현대자동차(31회, 일반승용차)로 나타났다. 에버랜드는 종합레저시설 산업에서 서비스업 최초로 30회 1위를 기록했다. 이어 라이온코리아(세탁세제)가 29회 1위에 선정됐다. 삼성전자(휴대폰), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이 28회,

SK텔레콤(이동전화), 삼성전자(PC, TV)는 27회로 뒤를 이었다.

한편 삼성전자는 8개 산업(휴대폰·스마트폰·TV·PC·세탁기·냉장고·김치냉장고·전자제품전문점·에어컨)에서 10회 이상 1위를 차지하며 한국의 대표적인 고객만족 선도 기업으로서 위상을 높였다. 현대자동차는 2개 산업(일반승용차, RV승용차)에서 20회 이상 1위를 차지했다.

1위 경쟁이 치열한 산업도 확인됐다. 서비스업종의 경우 여러 산업에 걸쳐 고객만족 선두경쟁이 뚜렷한 것으로 나타났다. 백화점은 현대백화점 16회, 롯데백화점 10회, 신세계백화점 6회로 치열한 경쟁을 보였다. 대형마트(롯데마트 12회, 이마트 11

회, 홈플러스 3회), 대형슈퍼마켓(GS THE FRESH 11회, 롯데슈퍼 5회)도 1회 변동이 잦았다. 통신에서는 국제전화(SK텔링크 11회, KT 9회), IPTV(SK브로드밴드 8회, KT 7회), 초고속인터넷(KT 16회, SK브로드밴드 9회) 등의 경쟁도 치열했다. 공공서비스에서도 지하철이 5개 도시에서 번갈아 1위에 오를 만큼 치열한 각축전을 벌이고 있다.

내구재의 경우, 에어컨·김치냉장고 등 생활가전 산업에서 삼성전자와 다른 기업의 경쟁이 치열한 것으로 조사됐다. 특히 에어컨(삼성 13회, LG전자 13회), 김치냉장고(삼성 14회, 위니아 10회) 산업의 경쟁강도가 높았다. 이외에 식기세척기(LG 3회, SK

2회), 부엌가구(한샘 16회, 에넥스 9회), 타이어(금호 21회, 한국 6회) 등의 산업도 선두 다툼이 치열하다.

소비재 산업은 주로 저관여 산업으로 이뤄져 타사 전환 의향이 쉽고 대체 상품이 많아 품질·서비스 경쟁이 더욱 치열하다. 절대 강자가 없는 산업도 주목할 만하다. 소주산업의 금북주(14회), 하이트진로(9회), 롯데칠성음료(4회)와 과자 산업의 오리온(10회), 롯데월드(8회), 크라운(4회), 해태(4회) 등이 1위를 번갈아 가며 접전을 벌이고 있다. 음료 산업도 동아오츠카(17회)와 롯데칠성음료(16회)의 경쟁이 치열했다.

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

국내 산업계 전반 고객만족 문화 확산에 기여

‘한국산업의 고객만족도’는

KCSI(Korean Customer Satisfaction Index: 한국산업의 고객만족도)는 한국 산업의 산업별 상품·서비스에 대한 고객의 만족 정도를 나타내는 지수로, 미래의 질적 성장을 보여주는 지표이다. KMAC가 1992년 한국 산업의 특성을 감안해 개발했다. 조사 대상 산업이 전체 GDP의 약 74%를 차지할 만큼 국내 산업의 대표적인 고객만족도 조사제도로, 일반 소비자에게도 널리 알려져 있다.

KCSI는 경제성장의 양적 성장을 평가하는 GNP나 GDP 등 생산성 지표와 달리 국가산업경쟁의 질적 성장을 평가하는 지표이다. 국내 산업의 질적 성장

을 유도하고 각 산업 또는 기업이 경쟁력을 확보할 수 있도록 개발됐다.

KCSI 조사가 시행된 33년 동안 IMF 외환위기 등 많은 위기가 있었지만 KCSI 지수는 1992년과 비교해 40.0점(약 95%) 상승해 지속적으로 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시하는 기업들은 위기에서도 성장과 발전을 이룩할 수 있음을 보여줬다.

KCSI가 조사·발표됨에 따라 국내 산업계 전반에 고객만족 문화가 확산됐다. 고객만족 문화는 공공부문에까지 확산돼 공공기관도 고객만족도에 의해 평가 받는 시대가 됐다. 이런 평가를 위해 KCSI 시행 경험을 토대로 한 PCSI 모델이 공공분야

평가 모델로 채택된 바 있다. 이 모델을 통해 300여 공공기관이 매년 국민으로부터 고객만족도 평가를 받고 있다.

KCSI는 1992년 12개 산업으로 조사를 시작해 2000년대에 접어들며 조사 대상 산업이 100개 내외로 확대됐다. 2024년 KCSI 조사는 4월 1일부터 8월 9일까지 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·여를 모집단으로 해서 시행됐다. 표본 크기는 1만1253명이었다. 조사 대상 산업은 ▶소비재 제조업(22개) ▶내구재 제조업(28개) ▶일반 서비스업(59개) ▶공공 서비스업(10개)으로 총 119개 산업(398개 기업)이다.

김승수 중앙일보M&P 기자

고객경험 혁신으로 기업 성과 제고해야

KCSI 향상 위한 전문가 제언

고물가와 고금리의 장기화로 소비심리가 위축되는 가운데, 기업들의 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 이러한 저성장 시대에 기업들은 고객경험 혁신을 통해 성과를 높일 필요가 있다. 특히 고객 로열티(Customer Loyalty) 확보가 기업의 효율적인 해결책이 될 수 있다.

최근 고객만족도 조사 결과에 따르면, 고객경험을 평가하는 요소만족도와 고객 로열티 측정 지표인 재구매의향 간의 상관관계가 지속해서 상승하고 있다. 특히 ‘이용편리성’ 관련 속성의 중요도가 꾸준히 높아지고 있는데, 이는 코로나

19 사태 이후 비대면 서비스 확대에 따른 현상으로 분석된다.

기업들은 고객경험의 관점에서 새로운 접근이 필요하다. 고객 경험 패턴을 정의하고 모델링해 분석한 후, 이를 바탕으로 타깃을 선정하고 맞춤형 고객 서비스를 추진해야 한다. 이를 위해 명확한 데이터 활용 범위와 목적, 구조화를 수립하고 조직 전체에서의 활용 가능성을 동시에 고려해야 한다.

디지털 경험과 관련해서는 모바일 애플리케이션의 중요성이 더욱 커지고 있다. 기업들은 디지털상에서의 고객 여정을 면밀히 분석해 프로세스의 문제점을 개선하고, 끊임 없는 고객경험을 설계해야 한다. 또

한 고객 니즈에 기반한 맞춤형 콘텐츠 제공이 필수적이다.

‘고객의 소리(VOC)’ 관리에 있어서는 단순한 불만 처리를 넘어 고객 행동 예측까지 나아가야 한다. 다양한 형태로 표출되는 고객의 직간접적 활동과 관련된 광범위한 데이터를 수집, 분석해 관리 방안을 구축해야 한다.

저성장 시대에 기업의 지속 가능한 성장을 위해서는 고객 경험 혁신이 필수적이다. 고객 중심의 경영 전략 수립과 실행이 그 어느 때보다 중요하며, 이를 통해 기업은 경쟁력을 강화하고 성과를 제고할 수 있을 것이다.

송광호
KMAC 기업가치진단본부장

세계 최대의 보험회사 신용평가 기관으로부터 13년 연속 최고 등급 획득

(A·M·Best)

자동차보험·장기보험 부문

삼성화재



삼성화재(대표 이문화·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한

2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 자동차보험 부문과 장기보험 부문에서 1위를 차지했다. 각각 27년 연속, 14년 연속이다.

삼성화재는 탁월한 자본력, 안정적인 영업 성과, 견실한 리스크 관리 역량을 인정받아 세계 최대의 보험회사 신용평가 기관인 A·M·Best로부터 최고 등급인 A++ Superior를 13년 연속 획득

했고, 글로벌 신용평가 기관 S&P에서도 AA-를 획득하는 등 우량한 신용등급을 유지하고 있다.

2005년 손해보험업계 최초로 고객패널 제도를 도입한 삼성화재는 올해는 대학생 영패널을 신규 도입했고, 30~40대 고객으로 구성된 일반패널과 10년 이상 활동한 심층패널도 함께 운영한다. 또한 콜센터에 고령층·2030·수어 상담과 같은 전담팀을 운영, 고객별 맞춤상담 서비스를 제공한다.

삼성화재는 AI 신기술을 활용해 고객 편의를 강화했다. 특히 올해 상반기 특허를 취득한 장기보험 상병심사 시스템 '장기U'는 머신러닝을 기반으로 보험 가입자의 고지 내용과 보험금 청구 이력을 통해 인수 가능한 최적의 담보를 신속하게 결정하고, 자체 심사 결과를 바탕으로 고객에게



삼성화재는 '고객의 더 나은 내일을 만드는 파트너'로서 고객에게 만족을 넘어 감동을 주는 경영을 위해 노력하고 있다.

승인 여부를 통보한다. AI를 활용한 이 시스템 도입 이후 가장 많은 시간이 소요되는 보험심사(Underwriting) 프로세스에서 유병력 고객이라도 1초 내로 인수 여부를 확인할 수 있다.

삼성화재가 지난 7월 출시한

마이핏 건강보험은 모듈형 보장 구조를 통해 고객의 생애 주기에 따라 맞춤형 보장을 제공하고, 가입자와 부모님의 건강·주거·운전자 비용 등을 종합적으로 보장해준다. 또한 지난 1월 운전자 보험 '착한 3천플랜'을 시작으로

'착한 펫보험' '착 easy 암보험' '주택보험 착한플랜' 등을 다이렉트 전용으로 새로 출시했다.

자동차보험 역시 다양해진 고객 니즈에 부응하기 위해 업계 최초로 이륜차 긴급출동서비스, 윈터타이어, 실시간 임시운전자특

약 등 3종 특약을 신설했다. 지난 7월에 차량점검과 경정비, 수리를 모바일로 간편하게 예약할 수 있는 'Car케어 서비스'를 오픈했는데, 한 달 만에 3만 명이 가입하는 등 좋은 반응을 얻고 있다.

삼성화재는 사회적 책임(CSR) 비전 '함께 가요 미래로! Enabling People' 아래 특화사업·공동사업·지역기여 등 다양한 프로그램을 운영한다. 이런 사회공헌 활동을 통해 지난해에만 약 169억원을 사회에 환원했다. 특히 '시각장애인 안내견 지원 사업' '모빌리티 뮤지엄' '교통안전문화연구소'는 안정적인 사회 안전망을 추구하는 보험업의 본질과 연계된 삼성화재만의 CSR로 인정받는다.

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

보험 거래 전반에 걸쳐 고객 맞춤 서비스

생명보험 부문

삼성생명



삼성생명(대표 홍원하·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한

2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 생명보험 부문 1위를 차지했다. 20년 연속이다.

보험 거래 전반에 걸쳐 고객의 눈높이에서 생각하고, 고객과 진정성 있는 소통 노력 덕분이다. 삼성생명은 지난해 회사가 직접 고객의 보험 계약을 관리·지원하는 조직인 '고객경험관리센터'를 신설했다. 이곳에선 보



삼성생명은 불만 제기 전 원인을 찾아 개선하는 등 선제적 고객 보호에 힘쓴다.

험 가입 후 유지에 필요한 서비스는 물론, 예상 연금액과 개인 맞춤 연금 수령 방식 등을 제공한다.

삼성생명은 전국 8개 권역 고객센터에 '보험QC(Quality Control, 신계약 품질관리) 조사역'을 배치, 보험상품 판매 과정에서 금융소비자보호법 준수 여부를 관리한다. 아울러

365일 24시간 고객이 보이스 피싱을 신고하고 지급을 중지할 수 있는 신고센터를 운영하고, 업계 최초로 이상금융거래 탐지시스템(FDS)을 구축했다. 또한 안내 콘텐츠를 고객이 읽기 쉽고 공감하도록 작성하는 CX(Customer Experience) 글쓰기 체계를 도입해 운영하고 있다. 김재학 중앙일보M&P 기자

증권 부문

삼성증권



삼성증권(대표 박종문·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한

2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 증권 부문 1위를 차지했다.

삼성증권은 자산관리 노하우가 결집된 디지털 인프라, 최상의 자산관리 역량을 갖춘 PB, 최적의 상품 솔루션 공급 능력을 갖춘 대한민국 '자산관리의 명가'로 성장하고 있다.

먼저 고객의 목소리를 경청하기 위해 분기마다 회사, PB, 비



삼성증권은 고객 자문단 제도를 운영해 고객의 의견을 적극적으로 반영하고 있다.

대면 상담, Family Center(콜센터), mPOP(모바일트레이딩시스템·MTS)에 대한 고객추천지수(NPS)를 조사한다. 또한 연 2회 이상 고객 자문단 제도를 운영해 고객의 의견을 상품과 서비스 등에 적극적으로 반영하고 있다.

종합 자산관리에서도 차별화를 거듭하고 있다. 국내외 네트워크와 전문가 인력을 활용한

글로벌 자산관리 서비스, 법인 고객을 위한 토털 솔루션 등을 제공 중이다. 업계 최초로 패밀리오피스 서비스를 론칭해 가문 전담 위원회 및 기관투자자급 특화상품도 선보였다. 삼성증권이 삼성생명·화재·카드와 운영하는 '모니모' 역시 금융 종합 플랫폼으로 성공적으로 자리매김했다. 박지원 중앙일보M&P 기자

매월 고객 중심으로 업무 프로세스 개선

공공서비스 부문



우정사업본부(우정사업본부장 조해근·사진)가 한국능률협회컨설팅이

발표한 2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 공공서비스 부문 1위를 차지했다. 26년 연속이다.

우정사업본부는 매월 우편·예금·보험·집배 서비스별 만족도를 측정해 고객 중심으로 업무 프로세스를 개선한다. 또한 2003년 정부기관 중 최초로 우체국콜센터를 구축, 고객의 민원을 즉시



우정사업본부는 '복지등기' 등 우체국을 이용한 다양한 공공 서비스를 제공한다.

처리하고 있으며, 챗봇 및 채팅 상담서비스, 원스톱손해배상 서비스 등을 제공한다. 만 60세 이상 고객 대상의 상담사 바로연결 서비스도 지난 5월 도입했다.

안전한 중고거래를 위해 우체국 발송 소포 내용물을 수취인이 사진으로 미리 확인할 수 있는 '소포물품사진서비스'를 5월

부터 시범 운영하고 있다. 아울러 ▶카카오페이 간편결제서비스 등을 제공한다. 만 60세 이상 국가보훈등록증을 이용한 신원 증명 서비스 ▶비대면 계좌 개설 시 모바일 신분증 신원 증명 서비스 확대 적용 등을 올해 들어 잇달아 시행했다.

김재학 중앙일보M&P 기자

업계 최고의 익일배송률·반품회수율 기록

택배/소포 부문



우정사업본부(우정사업본부장 조해근)의 우체국소포가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 택배/소포 부문 1위를 차지했다. 7년 연속이다.

우체국소포는 전국 동일한 요금·서비스를 제공하고, 민간 택배사 파업 시 우체국 인력과 장비를 지원하는 등 국민의 생활 안정과 공공복지 증진에 기여하고 있다. 특히 대기시간을 줄이기 위해 모바일·인터넷우체국 간편 사전접수 시스템을 개선하고, 외부플랫폼과 제휴해 우체



우정사업본부는 비대면 무인접수기 등 우정 디지털플랫폼을 구축하고 있다.

국소포를 신청할 수 있도록 접수 채널을 확대했다. 또한 모바일을 통해 손해배상 청구가 가능하게 절차를 간소화했다. 특히 창구소포 물량 감소에 적극적으로 대응하기 위해 점심시간 휴무 중 소포 보관·접수 서비스(14개 우체국), 소포물품사진서비스(134개 우체국) 등을 시범

운영 중이다. 한편 우체국소포는 업계 최고의 익일배송률 및 반품회수율, 업계 최저 수준의 운송사고율을 기록하고 있다. 전 직원을 대상으로 현장 컨설팅 및 CS 교육을 실시해 직원 친절도 또한 높이고 있다.

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

차량 구매부터 정비·멤버십까지... 고객 편의성 높여 최고의 경험을 선사

일반승용차·RV승용차 부문



현대자동차(국내사업본부장 부사장 정유석·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산업의 고객만족도조사

에서 승용·RV·경형·전기차 부문 1위를 차지했다. 차량 구매부터 정비, 멤버십은 물론 대차에 이르기까지 고객 니즈에 대응하는 서비스 고도화를 위해 고객 입장에서 바라보는 서비스 마인드 강화와 더불어 다양한 구매·서비스 프로그램의 개발과 개선을 위해 노력한 결과다.

특히 고객이 구매 고려에 참고할 수 있도록 전기차 라인업 및 서비스·혜택, 전기차 가이드 등 다양한 특화 콘텐츠



현대자동차는 항속거리 315km의 캐스퍼 일렉트릭을 출시했다. LG 에너지 솔루션-현대차그룹 합작법인 HLI그린파워 제작 배터리팩을 탑재했다.

를 한 페이지에서 확인할 수 있는 'Hi, EV'를 공식 홈페이지인 현대닷컴에 오픈해 고객 편의성을 높였다. 또 충전 크레딧, 홈충전기, EV타이어 등 전기차 구매 혜택과 구매 후 고전압 배터리 및 냉각 시스템, 차량 하체 충격 여부 등을 점검하는 EV 안심점검에 더해 신차 교환 지원, 중고차 잔존가치 보장 등이 포함된 'EV 에브리케어+'를 지난달

리뉴얼 출시했다. 지난 7월 론칭한 'EV 플러스 케어'는 1년/2만km 내 차량 외관 손상을 보장하는 바디케어 서비스와 일반부품 2년/4만km의 추가 보증 기간을 제공하는 워런티플러스 서비스를 결합해 개별 상품 구매 대비 최대 40% 저렴한 EV 특화 서비스 상품으로, 지난달부터 12월까지 'EV 에브리케어+'에 포함해 한시적으로 무상 제

공한다. 현대자동차는 2020년부터 전기차 정비 거점 개발을 추진해왔다. 2021년부터 개발된 전기차 블루핸즈는 전국 1200여 개 블루핸즈 중 1000여개 이상을 차지한다. 지난 1월에는 차량에 따라 어떤 서비스를 제공받을 수 있는지 시각화한 '올케어 서비스 가이드 e-Book'을 새롭게

출시했다. 디지털 형식으로 제작했으며, PC·모바일 등 기기별로 최적화된 레이아웃을 적용했다.

또 고객의 사고 예방과 안전을 위해 다양한 형태의 차량 무상점검을 지속해서 실시하고 있다. 매년 명절 특별점검 서비스를 진행하고 있다.

현대자동차는 다양한 이벤트를 진행해 고객에게 최고의 고객경험을 제공하고자 한다. 전기차 고객의 충전 시간과 이동 시간을 절약해주는 '픽업엔충전' 서비스 지역을 서울 상시운영에서 6개 광역시로 기간 한정 확대 운영하는 전국 투어 이벤트를 진행해 전기차 고객에게 편리성을 제공하고 있다.

지난 8월, 현대자동차는 전기차 대중화의 새로운 기준점을 제시할 캐스퍼 일렉트릭을 출시했다. 315km의 항속 거리에 2000만원대로, 보조금 적용 시 2000만원대 초반에 구매할 수 있다.

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



경동나비엔은 1988년 개발한 콘텐츠보일러로 보일러의 패러다임을 전환한 데 이어 '온수, AI, 지속가능한 미래'를 키워드로 혁신을 주도하고 있다. 사진은 경동나비엔 서탄공장 전경.

AI로 사용자 패턴 분석하는 보일러 친환경성으로 '녹색제품인증' 받아

보일러 부문



경동나비엔(영업마케팅 총괄임원 김용범·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산업의 고객만족도 조사에서 보일러 부문 1위를 차지했다.

경동나비엔은 1988년 콘텐츠보일러를 개발하며 보일러의 친환경·고효율 트렌드를 선도해왔다. 콘텐츠보일러는 92% 이상의 높은 에너지 효율을 가진 1등급 제품으로, 일반 보일러 대비 가스 사용량을 19% 절감할 수 있다. 질소산화물(NOx)과 일산화탄소(CO)를 각각 87%, 70% 저감하며, 이산화탄소 배출도 19% 줄여준다.

경동나비엔은 콘텐츠보일러로 보일러의 패러다임을 전환한 데 이어 '온수, AI, 지속가능한 미래'를 키워드로 혁신을 주도하고 있다. 2022년에 온수 기능을 대폭 강화한 '나비엔 콘텐츠 ON AI'를 출시했다.

대표적인 기능은 '온수레디 시스템'으로, 쿼버튼을 눌러두면 기존 보일러 대비 93%나 단축된 10초 이내에 온수를

사용할 수 있다. 덕분에 온수가 원하는 온도로 나올 때까지 기다리던 불편함을 해소하고, 13.7L가량의 물을 아낄 수 있다. 이런 친환경성을 인정받아 '녹색제품인증'을 받았다.

AI기능을 접목해 스마트한 보일러 사용도 돕는다. 매일 발간되는 'HEMS 보고서'를 통해 난방과 온수에 사용된 가스 사용량을 계산하고 예상 가스 요금을 산출하며, 실내 환경에 따른 보일러 사용법을 권장한다. 또 '무선 펌웨어 업데이트(FOTA)' 기능으로 보일러의 소프트웨어를 최신 버전으로 유지할 수 있게 했다.

이뿐 아니라 '빠른온수 스마트운전 기능'으로 AI 서버가 가정의 온수 사용 패턴을 자동으로 분석하고, 주사용 시간에 맞춰 빠르게 온수를 공급한다. '스마트진단' 기능을 통해 보일러 상태를 가정에서 자가진단할 수도 있다.

경동나비엔 김용범 영업마케팅 총괄 임원은 "경동나비엔은 콘텐츠 기술을 바탕으로 '환경(Environment)과 에너지(Energy)의 길잡이(Navigator)'라는 사명을 실천하며 사회에 기여하고 있다"며, "앞으로도 온수 기능이 대폭 강화된 '나비엔 콘텐츠 ON AI'로 쾌적한 생활환경과 지구환경을 만드는 데 앞장서겠다"고 밝혔다.

김승수 중앙일보M&P 기자

ASIA CSCON

CO-CREATION
WAY TO SUSTAINABLE GROWTH
주요 이해관계자와 공동의 가치창출을 통한 지속가능 성장방향



2024. 10. 29 (화) KINTEX 제2전시장 6 HALL
주최/주관 KMAC

KEYNOTE SPEECH



과학기술문명과 창의성의 시대
기업이 창의적 인재를 키우려면

POSTECH
김성근 총장



eggiscoming
이명한 대표

대세를 만드는 알찬 콘텐츠,
익숙함을 조합하라
독특한 개성을 모아 세상을 움직이는 법

CONCURRENT SESSION

21개 Track 60여 개 우수기업 사례

CX

Track 1. Differentiated Contents
Track 2. Customer Loyalty
Track 3. Brand Communication
Track 4. Digitalized CX
Track 5. Digital Contact Center
Track 6. Evolving Customer Satisfaction

OI

Track 13. Equity Investment
Track 14. Technical Cooperation

PS

Track 15. Public Private Mix
Track 16. Regional Economy
Track 17. 공공기관 성과 고도화 세미나 ①
Track 18. 공공기관 성과 고도화 세미나 ②
Track 19. Data-driven Interaction with Customer

EX

Track 7. Global HR Trend
Track 8. Organization Culture
Track 9. Re-Skilling&Up-Skilling

DX

Track 10. AX Strategy
Track 11. Big Data & Cloud
Track 12. Digital ESG

CC

Special 1. K-Connected Growth Strategy
Special 2. Business Opportunity - UAE 진출기업 초청

ASIA CSCON 운영사무국 T. 02-3786-0544/0538 E. conference@kmac.co.kr

보이스피싱 예방 종합 솔루션 플랫폼 운영

은행 부문



신한은행(은행장 정상혁·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국

산업의 고객만족도 조사에서 은행 부문 1위를 차지했다. 신한은행은 국내 금융권 최초로 ‘고객만족경영’을 도입하고 시대 변화에 맞춰 차별적 서비스를 제공해 왔다. ‘소비자보호그룹’을 통해 금융소비자보호법 정착을 지원하고, 금융소비자보호 오피스·옴브즈만 제도와 보이스피싱 예방 종합 솔



신한은행은 고령층·장애인 등 금융 취약계층 대상 금융교육을 확대하고 있다.

루션 플랫폼 ‘지켜요(소중한 나의 자산)’를 운영하고 있다. 은행권 최초 데이터 기반 금융 소비

루션+’도 활용해 고객 금융자산 보호에 앞장선다.

신한은행은 고령층 고객의 금융 편의성 증대를 위해 큰 글씨와 쉬운 말로 구성된 시니어 맞춤형 자동화기기(ATM)를 전국 모든 영업점으로 확대하고 있다. 또한 금융권 최초 시니어 고객을 위한 디지털 맞춤 영업점을 열고, 금융 취약계층의 금융교육을 확대하고 있다. 장애인을 위한 업무 개선에도 매진한다. 시각장애인을 위한 마음맞춤 응대 KIT를 제작해 영업점에 배치하고, 청각 장애인을 위해 상담 내용을 실시간 자막으로 보여주는 ‘글로 보는 상담 서비스’와 ‘수어 상담 서비스’도 함께 운영 중이다.

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

상담·금융 서비스 등 전 과정에 AI 적용

신용카드 부문



신한카드(대표 문동권·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산

업의 고객만족도 조사에서 신용카드 부문 1위를 차지했다. 14년 연속이다. 신한카드는 사업 영역에서 인공지능(AI) 전환을 실현하기 위해 ‘AI 5025’ 프로젝트를 추진한다. AI를 활용해 2025년까지 대고객 상담 커버리지를 50%까지 대체하는 것을 목표로 상담 프로세스 전반을 개



신한카드가 인공지능 전환을 실현하기 위해 ‘AI 5025’ 프로젝트를 추진한다.

선하는 게 골자다. 단순하고 반복적으로 발생하는 상담은 AI가 대체하고, 기존 상담 인력은 난도가 높은 상담에 집중한다. 나아가 카드발급, 결제, 금융서비스뿐만 아니라 마케팅, 리스크 관리 등까지 전 과정에서 AI를 적용할 방침이다. 신한카드는 현재 ‘AI음성봇(AI상담사)’을 결제내역 안내, 분실신고·해제, 카드 발급심

사, 대출상담 등에 활용하고 있다. 챗봇 서비스는 상담사가 퇴근한 이후라도 필요한 상담은 24시간, 365일 가능하도록 개선해 나가고 있다. 고객이 문의하는 내용에 적합한 메뉴를 추천해주거나 고객이 자주 찾는 메뉴나 이벤트를 챗봇이 바로 안내해주는 서비스도 제공하고 있다.

박지원 중앙일보M&P 기자

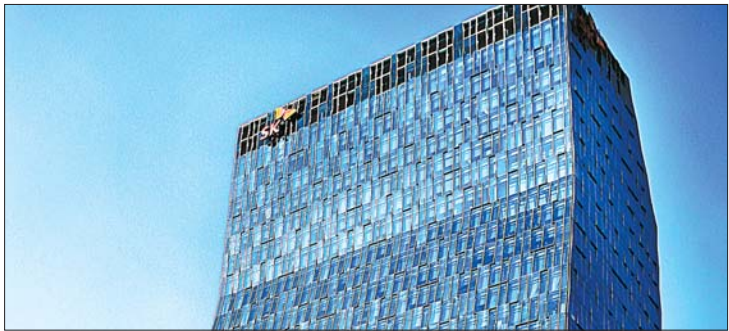
AI 비서 ‘에이닷’ 개편…데일리 기능 선포

이동전화 부문



SK텔레콤(대표 유영상·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산

업의 고객만족도 조사에서 이동전화 부문 1위를 차지했다. 27년 연속이다. SKT는 고객이 AI를 쉽고 편리하게 이용할 수 있도록 에이닷의 대규모 개편을 지난 8월 진행했다. 에이닷은 할 일, 일정, 기록 등 일상을 통합 관리하는 ‘데일리’ 기능을 선보였다. 또한 비서에게 이야기하듯 에이닷에 알



SK텔레콤은 에이닷 서비스를 개편, 고객이 AI를 더 쉽게 이용할 수 있게 했다.

려주면 약속, 할 일 등을 관리할 수 있다. 날씨·교통 상황과 고객의 취향을 고려해 맞춤형 제안을 하는 등 일상의 ‘AI 비서’ 경험을 강화했다. 또한 멀티 거대언어모델(LLM) 에이전트를 통해 퍼플렉시티(Perplexity)·챗GPT·클로드 등 다양한 대화형 AI 모델을 경험할 수 있다. SKT는 만 34세 이하 고객 대상의 ‘0정년 요금제’를 지난해

출시했다. 같은 가격대의 5G 요금제 대비 데이터 제공량이 최대 50GB 더 많고, 커피·영화·로밍 가격을 매월 50% 할인하는 요금제다. 또한 SKT는 5년 이상 함께한 고객에게 매년 가입 연수만큼의 데이터(1GB 단위)를 제공하고 10년 이상 고객에게 다양한 혜택을 추가 제공하는 ‘스페셜T’ 프로그램을 올해 1월 시작했다. 김재학 중앙일보M&P 기자

암·호흡기 분야 아시아 태평양 최고 병원 선정

종합병원 부문



삼성서울병원(원장 박승우·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산

업의 고객만족도 조사에서 종합병원 부문 1위를 차지했다. 7년 연속이다. 삼성서울병원은 지난 6월 글로벌 주간지 뉴스위크가 발표한 ‘2024 아시아 태평양 베스트 전문병원’ 암 및 호흡기 2개 분야에서 아시아 태평양 지역 최고 병원으로 선정됐다. 삼성서울병원은 최신 치료 기



삼성서울병원 의료진들이 최신 뇌동맥류 스텐트 장비로 시술하고 있다.

법에 도전하고 연구를 지속해 중증 중심 미래 병원으로 나아가고 있다. 삼성서울병원 이식외과는 지난해 11월 국내 최초로 생체 기증자 소형 간 좌엽이식술에 성공하고, 결과를 한국간담체외과학회지에 게재했다. 간암 말기 환자가 크기가 작은 간의 좌엽을 이식받아 용량을 키우는 방식으로 간 기능을 회복할 수 있는 길을 연 것이다. 삼

성서울병원 뇌졸중센터는 지난해 7월 뇌동맥류에 대한 연구와 치료 성과를 인정받아 최신 스텐트 장비인 ‘서페이스 엘리트 플로우다이버터’를 세계에서 가장 먼저 시술할 기회를 얻었다. 이를 계기로 미국 신경외과 교수진이 삼성서울병원을 방문하는 등 최신 시술 경험과 기법을 공유했다.

박지원 중앙일보M&P 기자

뮤직룸·캐릭터룸…다양한 테마 객실 제공

콘도미니엄 부문



한화호텔&리조트(대표 김형조·사진)가 운영하는 한화리조트가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024 한국산

업의 고객만족도 조사에서 콘도미니엄 부문 1위를 차지했다. 13년 연속이다. 한화리조트는 2016년부터 꾸준히 리모델링을 진행하고 있다. 한화리조트 설악 쏘라노, 대천 파로스 등 순차적으로 노후 시설을 교체하고 스위트 객실을



한화리조트는 고객 편의를 향상하기 위해 디지털 컨시어지를 도입했다.

늘려왔다. 특히 한화리조트 경주 프리미어 스위트 객실은 고급스러운 원목 인테리어로 바꾸고 LG 스타일러, 발무다 공기청정기 등을 갖춰 인기가 좋다. 한화리조트는 객실 청결 전담부서와 청결 우수사례 및 개선방안을 논의하는 정기 워크숍 제도를 운용한다. 고객 설문을 기반으로 열 가지 준수사항을

정리한 ‘객실 청결 관리 Must 10’ 캠페인도 진행한다. 뮤직룸·캐릭터룸·명패커룸·위케이션룸 등 다양한 테마 객실별로 즐길 거리를 제공하면서 재방문 고객이 77%를 웃돌았다. 특히 마티에 오시리아잔망루피 캐릭터 객실은 평균 투숙률이 80% 이상을 유지하고 있다. 김재학 중앙일보M&P 기자

고객만족 1위…20년간 꾸준히 기부도 진행

피자전문점 부문



한국도미노피자(대표 오광현·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2024

한국산업의 고객만족도 조사에서 피자전문점 부문 1위를 차지했다. 10년 연속이다. 도미노피자는 1990년 1호점 오금점을 시작으로 한국 시장에 진출했다. 1999년 100호 점, 2003년 1월 200호 점을 개점했고, 2024년 8월 현재 482개 점을 운영하고 있다.



도미노피자가 지난 8월 서울대어린이병원에 1억원의 기부금을 전달했다.

도미노피자는 신메뉴 개발 시 블랙타이거 새우 등 고급 식재료를 활용하고 적극적인 이종 간의 협업을 시도하고 있다. 지난 5월에는 축구선수 손흥민을 모델로 발탁해 다양한 마케팅을 펼치고 있다. 도미노피자는 나눔의 미학 실천이라는 경영 철학 아래 지난 20년간 서울대어린이병원에

총 16억원을 기부하는 등 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있다. 또한 야외 배달 서비스도 미노스팟, 내 피자의 위치를 실시간으로 파악할 수 있는 GPS 트래커 서비스 등을 운영하는 등 정보기술(IT) 도입에도 적극적이다. 박지원 중앙일보M&P 기자
park.jiwon5@joongang.co.kr