

문서번호 : KMAC 제 2011-2116호

2011. 12. 19

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 : **2011년도(제5차) 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과발표**

1. 귀사의 일익 번창하심을 기원하며 평소의 후의에 감사드립니다.

2. KMAC(한국능률협회컨설팅)에서는 금년 4~8월에 걸쳐 '고객이 가장 추천하는 기업(KNPS: Korean Net Promoter Score)' 조사를 실시하였습니다.

3. 본 조사는 고객이 한 기업의 제품 또는 서비스를 경험한 후 타인에게 그 제품 또는 서비스를 추천할 의향이 얼마나 있는지를 파악하는 조사로써, 추천에 의해 끊임없이 고객을 확대해 나가고 이를 통해 기업이 성장할 수 있음을 직간접적으로 증명해 내는 조사입니다.

4. 첨부된 자료는 조사결과를 아래와 같이 축약한 것이오니 귀지(방송)의 보도에 참조하시기 바라며, 아울러 폭넓은 보도를 양청드립니다.

본 자료는 12월 20일(화) 조간 (방송은 12월 19일 17:00)부터 보도를 요망합니다.

- 아 래 -

가. 제 1 부 : 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요

- 1) KNPS 정의
- 2) KNPS 조사 배경 및 목적
- 3) KNPS 측정 모델 및 분석 방법

나. 제 2 부 : 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

- 1) KNPS 조사 설계
- 2) KNPS 전체 특징
- 3) 산업별 KNPS 주요 특징
- 4) 산업별 KNPS 1위 기업
- 5) 산업별 KNPS 1위 기업 특징

다. 제 3 부 : 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

- 1) 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언. 끝.

한국능률협회컨설팅
대표이사 김 종 립

가. 제1부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요

1. KNPS 정의

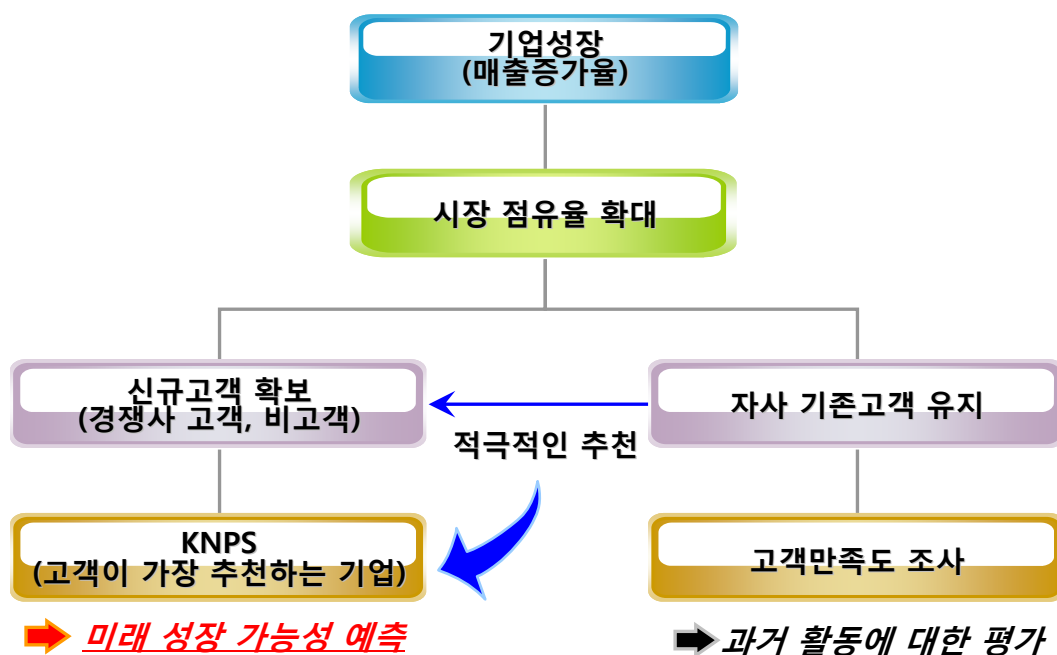
상품 또는 서비스에 대한 고객의 타인추천의향 정도를 조사하여 지수화

- 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)은 한국의 각 산업별 상품 또는 서비스를 경험해 본 고객이 이를 다른 사람에게 얼마나 추천하고자 하는지 그 의향 정도를 조사하여 지수화한 것이다.
- 즉, 기업이 보유하고 있는 적극적인 추천의향을 지닌 충성고객의 비율에서 추천이 적극적인지 않은 고객비율을 뺀 '순추천 고객비율'을 측정하는 개념이다.

2. KNPS 조사 배경 및 목적

고객의 적극적인 추천 정도를 통해 신규고객 확보 및 매출증가 가능성 예측

- KNPS의 추진은 기업 관점에서 볼 때, 각 기업이 고객을 만족시키면 만족한 고객이 그 기업을 계속 이용하게 되어 기존 고객을 유지하게 되고, 만족한 고객은 새로운 고객을 추천하게 되어 신규 고객을 확보하게 됨으로써 기업의 성장으로 이어질 수 있다는 전제로부터 시작된다.
- 즉, '고객만족도(CSI)' 조사가 자사의 기존고객 유지에 초점을 두는 방어적인 관점이라면 '고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)' 조사는 이러한 기존고객들의 적극적인 추천행위를 통해 경쟁사 고객 및 비 고객 등 신규고객의 확보에 초점을 둔 능동적이고 공격적인 관점에서 이루어진다고 할 수 있다.
- 즉, KNPS 조사 결과는 궁극적으로 기업이 시장 점유율이 확대되고 매출이 증대되어 기업이 성장할 수 있는 미래 가능성을 예측하게 해줌으로써 미래에 대한 전략적 대응을 가능토록 해 준다는데 큰 의미가 있다.



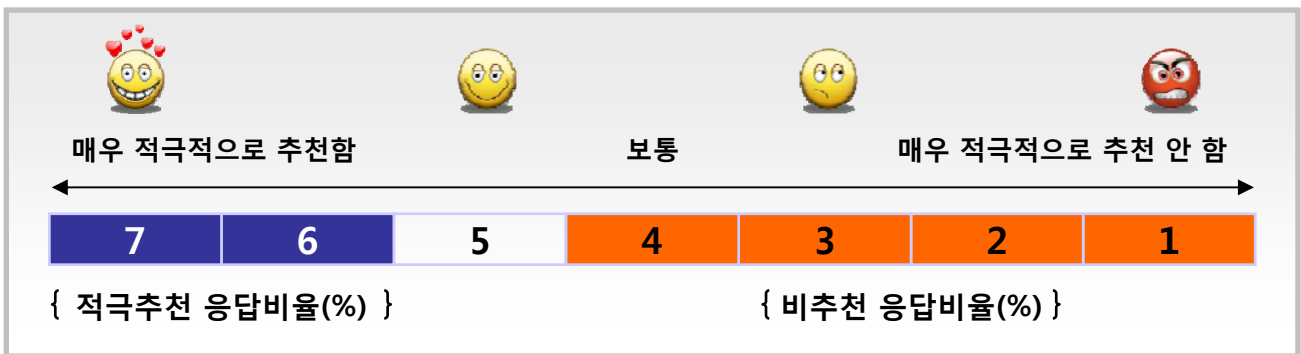
3. KNPS 측정모델 및 분석방법

적극추천 응답 고객의 비율에서 비 추천 응답 고객의 비율을 빼서 산출

- 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 지수는 다차원적 분석과 검증을 통해 매출증가율과 가장 상관관계가 높은 산출식을 선정하여 산출되었다.
- '타인추천의향'을 묻는 7점 척도의 문항에서 '적극추천(6~7점)'을 응답한 응답자의 비율과 '비추천(1~4점)'을 응답한 응답자의 비율 차이를 통해 산출된다.
- 즉, $KNPS = Top2 - Bottom4 = (6\sim 7\text{점})\text{응답비율} - (1\sim 4\text{점})\text{응답비율}$ 의 수식으로 나타낼 수 있다.

설문문항

귀하께서는 주변 다른 사람이 [상품 또는 서비스]를 이용하려 할 때,
OO기업의 [상품 또는 서비스]를 추천하실 의향이 어느 정도 되십니까?



지수산출

고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)
지수 (%)

나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

1. KNPS 조사 설계

제조업 48개, 서비스업 42개 등 총 90개 산업에서 KNPS 1위 기업 선정

→ 지난 2007년 첫 발표 이후 올해로 다섯 번째를 맞이하고 있는 KNPS는 소비재 제조업 28개, 내구재 제조업 20개, 일반 서비스업 42개 등 총 90개 산업에 대해 조사를 진행하고 각 산업별 1위 기업을 선정하였다.

→ 특히, 올해는 시장이 크게 확대 및 성숙되며 국민 실생활과 연관도가 높아진 밀폐용기, 체크카드, 도넛전문점, 전자제품전문점, 인터넷 TV(IPTV) 산업을 신규로 조사하여 발표했다.

1) **모 집 단**: 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 서울, 수도권 및 6대 광역시에 거주하고 있는 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀

2) **표본 크기**: 약 10,679개

3) **표본추출방법**: 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/지역별 인구수, 성별을 고려한 할당

4) **조사 방법**: 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)

5) **조사 지역**: 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 용인) 및
6대 광역시(부산, 대구, 대전, 인천, 광주, 울산)

6) **조사 기간**: 2011년 4월 18일 ~ 8월 12일

7) **조사대상산업**: 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업 등 총 90개 산업
(※ 아래 조사대상산업 및 기업 참조)

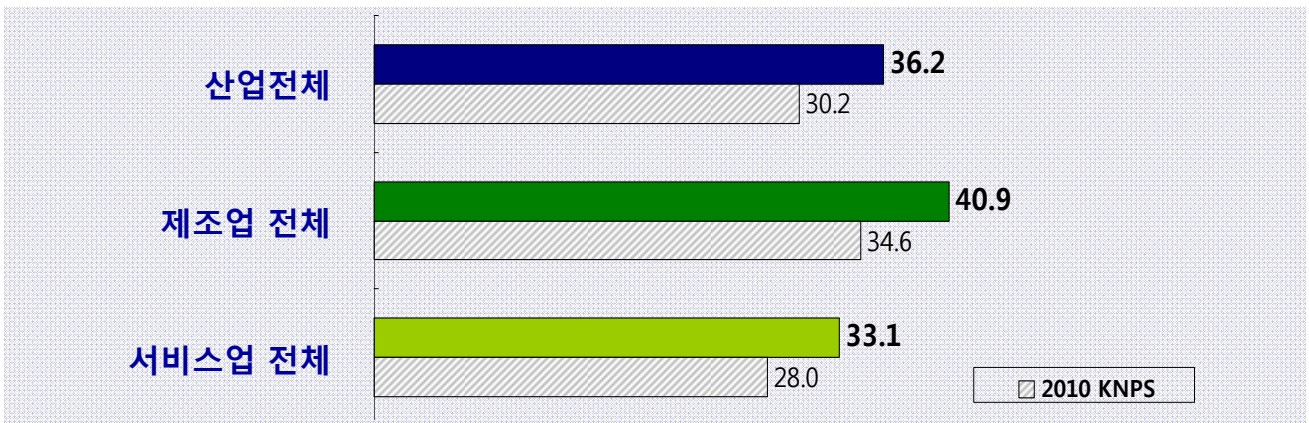
산업부문	산업군	조사 대상 산업
소비재 제조업 (28개)	음식료품 제조업(12개)	·간장 ·고추장 ·과실주스 ·맥주 ·비스킷 ·소주 ·스포츠/탄산음료 ·식용유 ·아이스크림 ·우유 ·유산균발효유 ·참치캔
	생활용품 및 기타 소비재 제조업 (16개)	·남성내의 ·남성용기초화장품 ·남성정장 ·담배 ·생리대 ·삼푸 ·섬유유연제 ·세탁세제 ·여성내의 ·여성용기초화장품 ·정장구두 ·주방세제 ·치약 ·캐주얼화 ·화장지 ·밀폐용기(신규조사)
내구재 제조업 (20개)	가전 및 사무기기 제조업(13개)	·가정용복합기 ·가정용에어컨 ·가정용정수기 ·김치냉장고 ·냉장고 ·노트북PC ·데스크톱PC ·디지털카메라 ·복사기 ·세탁기 ·이동전화단말기 ·전기밥솥 ·TV
	기타 내구재 제조업(7개)	·가정용보일러 ·부엌가구 ·승용차타이어 ·일반승용차 ·침대 ·피아노 ·RV승용차
서비스업 (42개)	금융서비스 (8개)	·생명보험 ·신용카드 ·온라인자동차보험 ·은행 ·자동차보험 ·장기보험 ·증권 ·체크카드(신규조사)
	유통 및 엔터테인먼트 (18개)	·대형마트 ·대형서점 ·대형슈퍼마켓 ·백화점 ·영화관 ·오픈마켓 ·인터넷서점 ·인터넷쇼핑몰 ·제과/제빵점 커피전문점 ·패밀리레스토랑 ·패스트푸드점 ·편의점 ·피자전문점 ·학습지 ·TV홈쇼핑 ·도넛전문점(신규조사) ·전자제품전문점(신규조사)
	통신서비스 (7개)	·검색포탈사이트 ·국제전화 ·시내/시외전화 ·이동전화 ·인터넷전화 ·초고속인터넷 ·인터넷 TV(IPTV)(신규조사)
	기타 일반 서비스(9개)	·고속버스 ·스키장 ·여행사(해외여행) ·종합레저시설 ·종합병원 ·주유소 ·콘도미니엄 ·택배 ·항공

나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

2. KNPS 전체 특징

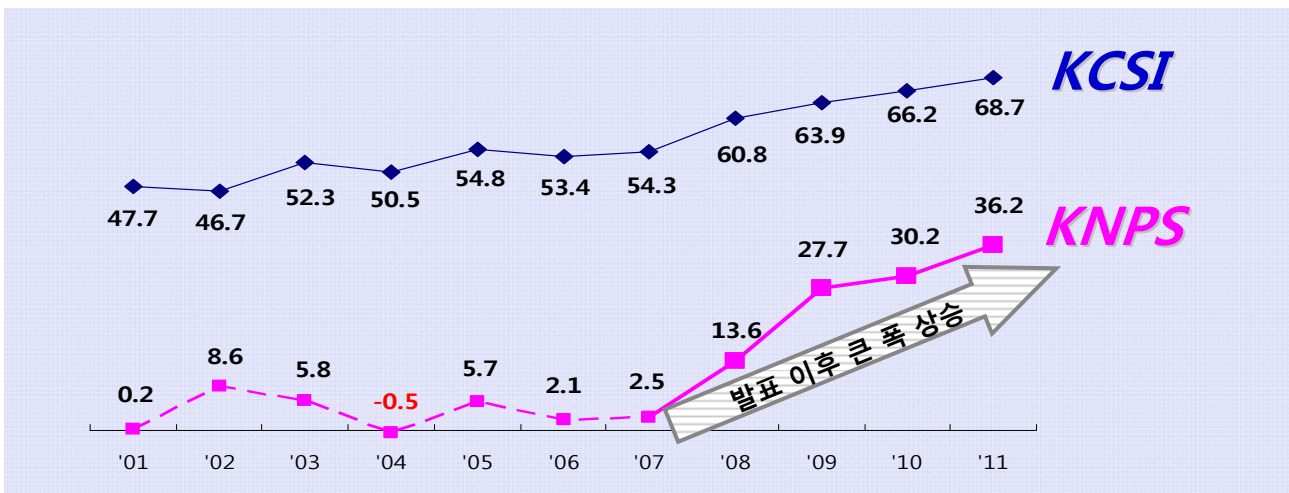
2011년 KNPS 조사 결과, 전반적으로 고객추천지수가 작년 대비 상승한 것으로 나타나

- 금년도 KNPS 분석 결과, 산업전체 KNPS 지수는 전년대비 6점 상승한 36.2으로 나타났으며, 제조업이 40.9, 서비스업이 33.1로 나타났다.
- 총 90개 조사대상 산업 중 제조업 6개 산업(음식료품-2개, 가전 및 사무기기-1개, 기타 내구재-3개) 및 서비스업(통신서비스-1개, 기타 일반서비스-1개) 2개 산업 등 총 8개 산업과 신규 조사된 5개 산업을 제외한 77개 산업에서 KNPS 지수가 전년대비 상승한 것으로 나타났다.



만족도 높은 기업일 수록 고객추천지수 높아. 만족도와 추천의향 간 높은 상관관계

- 금년 KNPS 조사대상 산업 총 90개 산업에서 선정된 1위 기업을 KCSI(한국산업의 고객만족도) 조사에서 선정된 1위 기업과 비교 분석한 결과 14개 산업을 제외한 76개 산업(84.4%)에서 1위 기업이 중복되는 것으로 나타나 고객만족도가 높은 기업이 고객추천도 역시 높은 것으로 분석되었다.
- 한편, 전년도 KNPS 조사결과 대비 1위 기업의 변동 현황을 분석한 결과 제조업은 48개 조사대상 산업 중 16개 산업이 변경되어 약 33.3%의 변동률을 보였으며, 서비스업은 42개 조사대상 산업 중 5개 산업이 변경되어 약 11.9%의 변동률을 나타냈다. 산업군별로는 생활용품 및 기타 소비재 제조업이 총 16개 조사대상 산업 중 8개 산업에서 1위 기업이 변경되어 약 50%의 높은 변동률을 나타내며 치열한 시장의 경쟁양상을 대변하였다.



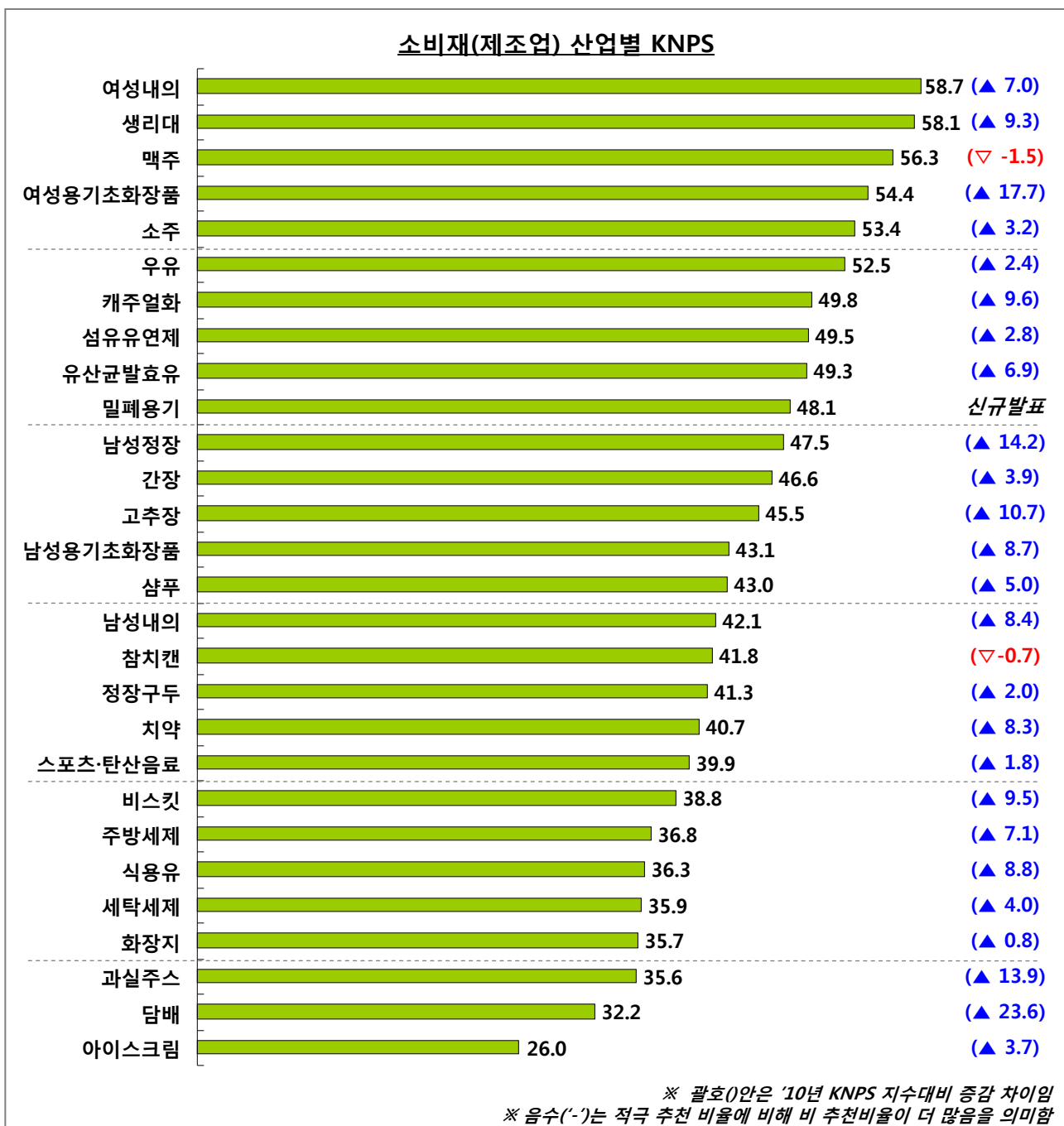
나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

3. 산업별 KNPS 주요 특징

1) 소비재 제조업의 KNPS 특징

전반적으로 높은 상승세 속에 생활용품 및 음료품 관련 산업의 추천지수가 가장 높게 나타나

- 소비재 제조업 부문에서 여성내의(58.7점), 생리대(58.1점), 맥주(56.3점), 여성기초화장품(54.4점) 등의 산업이 50점 대의 높은 KNPS 지수를 나타내며 최상위권을 이뤘다.
- 전년대비 지수 상승폭에서는 여성용기초화장품(▲17.7점), 남성정장(▲14.2) 산업이 크게 상승하여 산업군 수준을 끌어올렸으며, 이 밖에 과일주스, 고추장, 비스킷 등의 산업 역시 전년 대비 크게 상승하였다.



나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

3. 산업별 KNPS 주요 특징(계속)

2) 내구재 제조업의 KNPS 특징

큰 지수 상승 속에 TV, 냉장고, 김치냉장고 등 가전산업이 가장 높은 추천의향 나타내

- 2011년 내구재 제조업 부문에서 가장 높은 KNPS 지수를 나타낸 산업은 59.0점을 기록한 TV 산업으로 전년 대비 13.5점의 큰 상승폭을 나타냈다.
- 이어 냉장고(56.5점), 김치냉장고(52.9점) 산업 등이 높은 고객추천지수를 나타냈으며, 가정용 에어컨, 피아노, 세탁기, 일반승용차 산업이 그 뒤를 이었다.
- 한편 세탁기 산업이 전년대비 17.0점이 상승한 것을 비롯해 김치냉장고(▲14.3점), TV(▲13.5점), 이동전화단말기(▲12.9점), RV승용차(▲12.3점) 등의 산업이 큰 상승폭을 나타냈다.



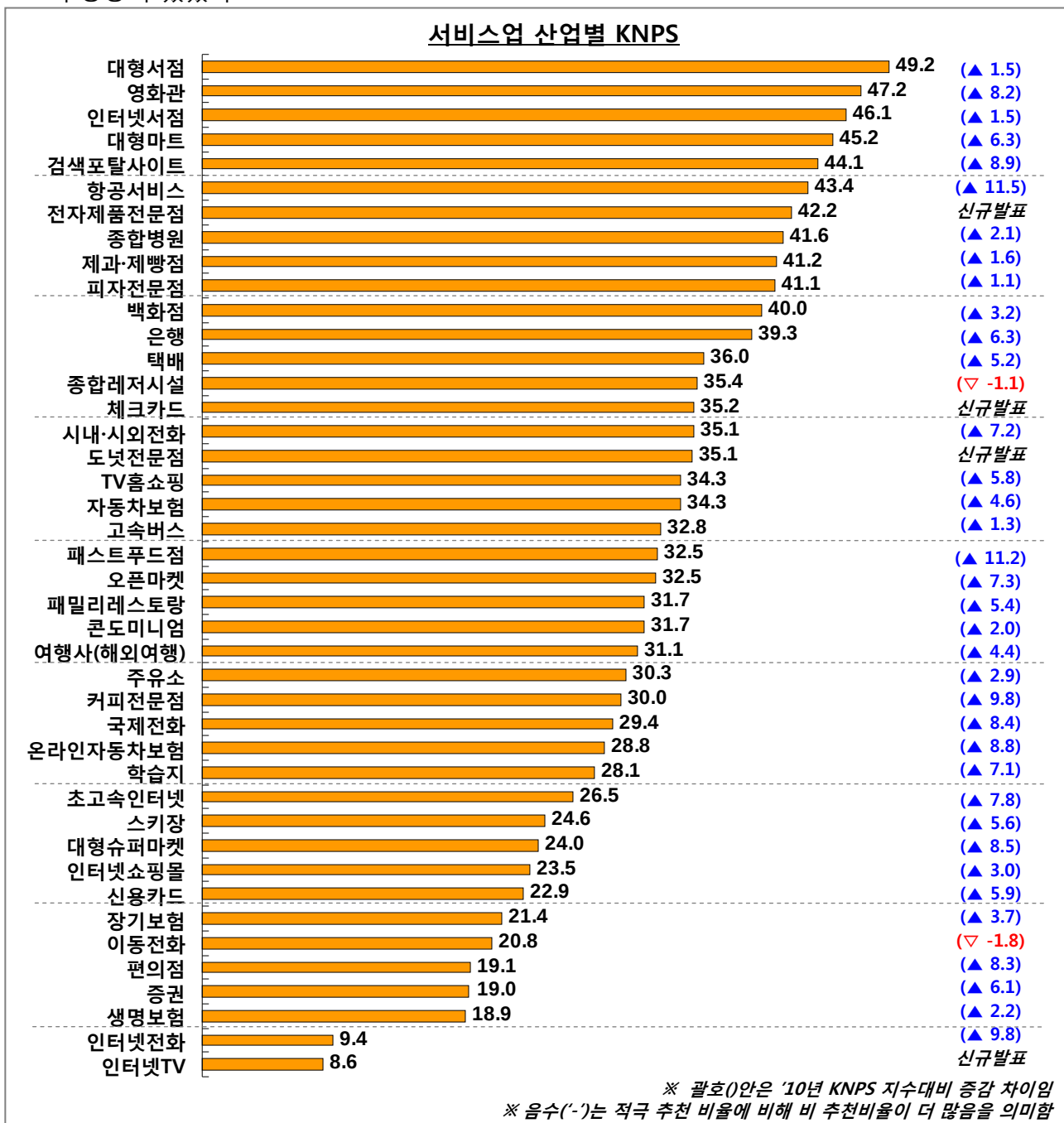
나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

3. 산업별 KNPS 주요 특징(계속)

3) 서비스업의 KNPS 특징

전반적으로 고객추천 의향 상승한 가운데, 서점 및 영화관 산업의 고객추천도 가장 높아

- 서비스업의 KNPS 지수는 전반적으로 전년대비 상승하였으며, 대형서점(49.2점)이 1.5점 상승하여 가장 높은 고객추천의향을 나타냈다.
- 영화관 산업이 47.2점으로 그 뒤를 이은 가운데, 인터넷서점(46.1점), 대형마트(45.2점), 검색포탈사이트(44.1점), 항공서비스(43.4점)가 높은 KNPS 지수를 나타냈다.
- 한편, 커피전문점, 항공서비스, 패스트푸드점, 인터넷전화 등의 산업은 전년대비 큰 폭의 지수상승이 있었다.



나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

4. 산업별 KNPS 1위 기업

1) 소비재 제조업

산 업	KNPS 1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	비고
간장	대상(청정원)	대상(청정원)(49.6), 샘표식품(46.0)	'10년 1위: 샘표식품
고추장	대상(청정원)	대상(청정원)(50.2), CJ제일제당(해찬들)(41.8)	5년 연속 1위
과실주스	해태음료	해태음료(38.7), 롯데칠성음료(38.1), 웅진식품(33.6), 한국코카콜라(28.6)	'10년 1위: 한국코카콜라 (2년 연속 1위)
맥주	하이트맥주	하이트맥주(59.1), OB맥주(카스포함)(53.9)	4년 연속 1위
비스킷	롯데제과	롯데제과(41.6), 해태제과(38.3), 오리온(38.0), 크라운제과(34.4)	'10년 1위: 크라운제과 (4년 연속 1위)
소주	금복주	금복주(61.7), 진로(53.0), 롯데주류BG(45.8)	'10년 1위: 진로 '09년 1위: 금복주
스포츠·탄산음료	한국코카콜라	한국코카콜라(46.0), 동아오츠카(38.9), 롯데칠성음료(31.3)	'10년 1위: 동아오츠카 (2년 연속 1위)
식용유	CJ제일제당	CJ제일제당(37.8), 사조해표(33.3)	3년 연속 1위
아이스크림	빙그레	빙그레(36.8), 롯데삼강(26.5), 해태제과(25.0), 롯데제과(19.3)	4년 연속 1위
우유	서울우유	서울우유(54.5), 남양유업(47.2), 매일유업(45.1)	4년 연속 1위
유산균발효유	한국야쿠르트	한국야쿠르트(59.8), 남양유업(44.7), 매일유업(32.0)	5년 연속 1위
참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(43.9), 사조해표(사조참치)(35.1), 오투기(오투기참치)(29.0)	5년 연속 1위
남성내의	쌍방울	쌍방울(44.6), BYC(42.5), 좋은사람들(38.6)	2년 연속 1위
남성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(48.5), LG생활건강(42.6), 소망화장품(31.5)	5년 연속 1위
남성정장	제일모직	제일모직(53.6), LG패션(49.8), 파크랜드(29.6)	5년 연속 1위
담배	한국필립모리스 (말보로)	한국필립모리스(말보로)(38.9), KT&G(한국담배인삼공사)(33.3), BAT 코리아(던힐)(21.6)	3년 연속 1위
생리대	한국P&G	한국P&G(60.0), 유한킴벌리(59.0), LG유니참(52.6)	'10년 1위: 유한킴벌리 '09년 1위: 한국P&G
샴푸	한국P&G	한국P&G(46.6), 아모레퍼시픽(45.7), 유니레버코리아(42.7), LG생활건강(40.4), 애경산업(38.2)	'10년 1위: LG생활건강 '09년 1위: 아모레퍼시픽
섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(51.1), 피죤(50.6), 욱시 레킷벤키저(40.3)	'10년 1위: 피죤 (3년 연속 1위)
세탁세제	LG생활건강	LG생활건강(36.1), 애경산업(35.9), CJ라이온(35.8)	'10년 1위: CJ라이온 (4년 연속 1위)
여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(63.7), 남영비비안(53.8)	'10년 1위: 남영비비안 '09년 1위: 신영와코루
여성용기초화장품	LG생활건강	LG생활건강(57.9), 아모레퍼시픽(53.3)	10년 1위: 아모레퍼시픽
정장구두	금강제화	금강제화(41.5), 에스콰이어(33.3)	5년 연속 1위
주방세제	CJ라이온	CJ라이온(41.7), LG생활건강(38.0), 애경산업(30.7)	'10년 1위: LG생활건강 (2년 연속 1위)
치약	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(48.1), LG생활건강(43.6), 애경산업(29.6)	'10년 1위: LG생활건강
캐주얼화	금강제화	금강제화(50.5), 에스콰이어(48.0)	5년 연속 1위
화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(36.6), 대한펄프(36.0), 모나리자(34.3)	5년 연속 1위
밀폐용기	락앤락	락앤락(49.5), 삼광유리(글라스락)(48.4)	신규발표

※ 음수('-')는 적극 추천 비율에 비해 비 추천비율이 더 많음을 의미함

나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

4. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

2) 내구재 제조업

산 업	KNPS 1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
가정용복합기	삼성전자	삼성전자(27.7), 한국HP(25.3), 캐논코리아비즈니스솔루션(25.0), 한국엡손(13.2)	2년 연속 1위
가정용에어컨	LG전자	LG전자(57.2), 삼성전자(51.8), 위니아만도(48.3)	5년 연속 1위
가정용정수기	웅진코웨이	웅진코웨이(37.0), 청호나이스(35.3)	4년 연속 1위
김치냉장고	삼성전자	삼성전자(56.5), 위니아만도(55.9), LG전자(43.0)	'10년 1위: 위니아만도 (4년 연속 1위)
냉장고	삼성전자	삼성전자(61.3), LG전자(54.5)	3년 연속 1위
노트북PC	삼성전자	삼성전자(45.3), LG전자(28.8), 한국HP(24.0)	5년 연속 1위
데스크톱PC	삼성전자	삼성전자(43.0), LG전자(35.3), TG삼보컴퓨터(2.0)	5년 연속 1위
디지털카메라	소니코리아	소니코리아(56.3), 캐논코리아컨슈머이미징(49.3), 삼성전자(47.2), 올림푸스한국(41.7), 니콘이미징코리아(40.0)	2년 연속 1위
복사기	한국후지제록스	한국후지제록스(28.8), 캐논코리아비즈니스솔루션(21.5), 신도리코(16.7)	'10년 1위: 신도리코 (4년 연속 1위)
세탁기	삼성전자	삼성전자(50.8), LG전자(47.2)	3년 연속 1위
이동전화단말기	삼성전자	삼성전자(50.9), LG전자(20.2), 팬택(SKY)(3.0)	5년 연속 1위
전기밥솥	쿠첸	쿠첸(56.3), 쿠쿠홈시스(56.1), 리홈(42.9)	'10년 1위: 쿠쿠홈시스 (4년 연속 1위)
TV	삼성전자	삼성전자(59.5), LG전자(58.4)	5년 연속 1위
가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(30.0), 귀뚜라미보일러(29.0), 경동나비엔(26.5)	4년 연속 1위
부엌가구	한샘	한샘(31.4), 에넥스(24.3)	5년 연속 1위
승용차타이어	금호타이어	금호타이어(35.2), 한국타이어(11.5)	4년 연속 1위
일반승용차	현대자동차	현대자동차(55.6), 르노삼성자동차(51.6), 기아자동차(43.5), 한국GM(쉐보레)(21.9)	5년 연속 1위
침대	시몬스침대	시몬스침대(36.6), 대진침대(33.1), 에이스침대(23.1)	4년 연속 1위
피아노	영창뮤직	영창뮤직(52.1), 삼익악기(45.5)	5년 연속 1위
RV승용차	현대자동차	현대자동차(48.0), 기아자동차(44.9), 쌍용자동차(29.6)	5년 연속 1위

※ 음수('-')는 적극 추천 비율에 비해 비 추천비율이 더 많음을 의미함

나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

4. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 일반 서비스업

산 업	KNPS 1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
생명보험	삼성생명	삼성생명(27.0), 교보생명(8.9), 대한생명(6.9)	5년 연속 1위
신용카드	신한카드	신한카드(25.0), 삼성카드(24.4), KB국민카드(24.0), 현대카드(23.7), 롯데카드(23.3), BC카드(22.7), 우리카드(19.1), NH카드(15.1)	2년 연속 1위
온라인 자동차보험	현대하이카다이렉트	현대하이카다이렉트(34.4), AXA다이렉트(29.2), 에르고다음다이렉트(22.2)	2년 연속 1위
은행	KB국민은행	KB국민은행(48.5), 신한은행(42.9), 우리은행(41.0), 하나은행(40.5), IBK기업은행(37.5), NH농협(33.3), 외환은행(25.0), SC제일은행(19.9)	5년 연속 1위
자동차보험	삼성화재	삼성화재(39.7), 현대해상(36.6), 동부화재(34.5), 메리츠화재(28.0), LIG손해보험(26.9)	2년 연속 1위
장기보험	삼성화재	삼성화재(26.3), 현대해상(24.4), 메리츠화재(19.4), LIG손해보험(17.3), 동부화재(14.8)	'10년 1위: 현대해상 (3년 연속 1위)
증권	삼성증권	삼성증권(25.2), 대신증권(24.4), 미래에셋증권(22.2), 우리투자증권(17.1), 현대증권(12.9), 대우증권(10.1)	5년 연속 1위
체크카드	KB국민카드	KB국민카드(41.0), 신한카드(39.3), NH카드(27.7)	신규발표
대형마트	이마트	이마트(46.8), 홈플러스(46.3), 롯데쇼핑(롯데마트)(38.6)	2년 연속 1위
대형서점	교보문고	교보문고(59.7), 영풍문고(29.0), 서울문고(반디앤루니스)(20.5)	5년 연속 1위
대형슈퍼마켓	롯데슈퍼	롯데슈퍼(28.5), 홈플러스(홈플러스 익스프레스)(21.1), GS리테일(GS슈퍼마켓)(20.4)	'10년 1위: GS리테일(GS슈퍼)
백화점	현대백화점	현대백화점(42.1), 신세계(신세계백화점)(41.3), 롯데쇼핑(롯데백화점)(39.3)	4년 연속 1위
영화관	롯데시네마	롯데쇼핑(롯데시네마)(52.0), 메가박스씨너스(51.8), CJ CGV(44.4)	2년 연속 1위
오픈마켓	이베이코리아(옥션)	이베이코리아(옥션)(34.5), SK플래닛(11번가)(33.0), 이베이코리아(G마켓)(30.6)	'10년 1위: SK플래닛 (11번가)
인터넷서점	예스24	예스24(49.2), 알라딘커뮤니케이션(알라딘)(45.8), 교보문고(인터넷교보문고)(45.6), 인터파크(43.5)	3년 연속 1위
인터넷쇼핑몰	CJ오쇼핑(CJ몰)	CJ오쇼핑(CJ몰)(28.4), 인터파크(27.8), 롯데닷컴(27.0), GS홈쇼핑(GS SHOP)(22.1)	2년 연속 1위
제과·제빵점	파리크라상(파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(43.9), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(34.1), 크라운베이커리(29.5)	2년 연속 1위
커피전문점	엔제리너스커피	롯데리아(엔제리너스커피)(42.2), 커피빈코리아(31.5), 스타벅스커피 코리아(29.9), 카페베네(29.3), 할리스에프앤비(할리스커피)(24.2)	2년 연속 1위
패밀리레스토랑	CJ푸드빌(빔스)	CJ푸드빌(빔스)(36.0), 아웃백스테이크하우스(아웃백)(35.0), 라이즈온(베니건스)(29.5), 롯데리아(TGIF)(25.1), 이랜드월드(애슐리)(22.1)	2년 연속 1위
패스트푸드점	SRS코리아(버거킹)	SRS코리아(버거킹)(39.5), 한국맥도날드(33.4), SRS코리아(KFC)(33.0), 롯데리아(30.7)	5년 연속 1위
편의점	GS리테일(GS25)	GS리테일(GS25)(24.9), 보광훼미리마트(19.2), 코리아세븐(세븐일레븐)(15.3), 한국미니스톱(0.0)	5년 연속 1위
피자전문점	미스터피자	미스터피자(48.9), 한국피자헛(38.6), 도미노피자(35.7)	5년 연속 1위
학습지	대교	대교(29.4), 교원구문(28.2), 웅진씽크빅(27.1), 재능교육(25.5)	2년 연속 1위
TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(38.1), 롯데홈쇼핑(36.6), GS홈쇼핑(33.7), 농수산홈쇼핑(31.8), CJ오쇼핑(29.3)	2년 연속 1위
도넛전문점	던킨도너츠	던킨도너츠(35.7), 크리스피크림(34.7), 미스터도넛(31.1)	신규발표
전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(48.3), 하이마트(41.5), LG베스트샵(37.7), 전자랜드(25.9)	신규발표

※ 음수('-')는 적극 추천 비율에 비해 비 추천비율이 더 많음을 의미함

나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

4. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 일반 서비스업(계속)

산 업	KNPS 1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
검색포털사이트	NHN(네이버)	NHN(네이버)(47.5), 야후코리아(야후)(38.0), 다음커뮤니케이션(다음)(37.3)	5년 연속 1위
국제전화	KT(001)	KT(001)(34.4), SK텔링크(00700)(27.5), LG유플러스(002)(19.1)	5년 연속 1위
시내·시외전화	KT	KT(41.2), SK브로드밴드(17.2), LG유플러스(-4.4)	5년 연속 1위
이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(29.2), KT(20.4), LG유플러스(5.7)	5년 연속 1위
인터넷전화	KT	KT(20.9), SK브로드밴드(10.6), LG유플러스(-3.8)	2년 연속 1위
초고속인터넷	KT	KT(33.1), SK브로드밴드(28.3), LG유플러스(7.4)	5년 연속 1위
인터넷TV(IPTV)	KT	KT(14.9), SK브로드밴드(6.5), LG유플러스(0.9)	신규발표
고속버스	금호고속	금호고속(42.9), 중앙고속(22.4), 동부고속(20.9), 동양고속(19.2)	5년 연속 1위
스키장	하이원리조트	강원랜드(하이원리조트)(30.3), 무주리조트(29.8), 대명레저산업(비발디파크)(25.4), 용평리조트(22.2), 보광휘닉스파크(14.2)	4년 연속 1위
여행사(해외여행)	하나투어	하나투어(34.7), 롯데관광개발(28.1), 모두투어네트웍스(25.4)	3년 연속 1위
종합레저시설	삼성에버랜드	삼성에버랜드(에버랜드)(42.8), 호텔롯데(롯데월드)(40.8), 한덕개발(서울랜드)(6.3)	5년 연속 1위
종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원(54.0), 서울아산병원(50.3), 세브란스병원(신촌)(37.2), 서울대학교병원(본원)(35.5), 서울성모병원(24.4)	5년 연속 1위
주유소	SK에너지	SK에너지(SK주유소)(31.9), GS칼텍스(30.6), 에쓰오일(29.5), 현대오일뱅크(25.7)	'10년 1위: GS칼텍스
콘도미니엄	대명리조트	대명리조트(34.2), 한화호텔앤드리조트(27.7)	3년 연속 1위
택배	대한통운	대한통운(41.1), 우체국택배(40.3), CJ GLS(38.4), 한진택배(25.7), 현대택배(21.3)	2년 연속 1위
항공	아시아나항공	아시아나항공(49.8), 대한항공(44.7)	'10년 1위: 대한항공

※ 음수('-')는 적극 추천 비율에 비해 비 추천비율이 더 많음을 의미함

나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

5. 산업별 KNPS 1위 기업 특징

1) 2010년 대비 KNPS 1위 변동 산업

총 21개 산업에서 2010년도 대비 KNPS 1위 기업 변동 나타나

- 2011년 KNPS 조사결과 소비재(13개) 및 내구재(3개) 제조업 16개 산업, 서비스업 5개 산업 등 총 21개 산업에서 지난 2010년 대비 KNPS 1위 기업에 변동이 있는 것으로 나타났다.
(※ 2010년에는 23개 산업 변동)

2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 변동 기업

산업명		2011년 KNPS 1위 기업	2010년 KNPS 1위 기업
소 비 재	간장	대상(청정원)	샘표식품
	과실주스	해태음료	한국코카콜라
	비스킷	롯데제과	크라운제과
	소주	금복주	진로
	스포츠·탄산음료	한국코카콜라	동아오츠카
	생리대	한국P&G	유한킴벌리
	샴푸	한국P&G	LG생활건강
	섬유유연제	LG생활건강	피죤
	세탁세제	LG생활건강	CJ라이온
	여성내의	신영와코루(비너스)	남영비비안
	여성용기초화장품	LG생활건강	아모레퍼시픽
	주방세제	CJ라이온	LG생활건강
	치약	아모레퍼시픽	LG생활건강
내 구 재	김치냉장고	삼성전자	위니아만도
	복사기	한국후지제록스	신도리코
	전기밥솥	쿠첸	쿠쿠홈시스(쿠쿠)
서 비 스	장기보험	삼성화재	현대해상
	대형슈퍼마켓	롯데슈퍼	GS리테일(GS슈퍼마켓)
	오픈마켓	이베이코리아(옥션)	SK플래닛(11번가)
	주유소	SK에너지(SK주유소)	GS칼텍스
	항공	아시아나항공	대한항공

나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

5. 산업별 KNPS 1위 기업 특징(계속)

2) 5년 연속 KNPS 1위 기업

총 32개 산업에서 KNPS 5년 연속 1위 유지

- 올해로 발표 5년을 맞은 KNPS에서 5년 동안 줄곧 고객들로부터 최고의 추천을 받은 기업은 소비재 8개, 내구재 9개 및 서비스업 15개 산업으로 나타나 총 32개 산업으로 집계되었으며, 기업 수로는 25개 기업인 것으로 나타났다.
- 5년 연속 1위가 유지된 산업은 소비재 제조업의 약 29%, 내구재 제조업의 약 45%, 서비스업의 36%로서 내구재 제조업에 대한 고객추천의 중요성을 볼 수 있다.

고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 지수 5년 연속 1위 기업

산 업	5년 연속 1위 기업
소비재	고추장
	대상(청정원)
	유산균발효유
	한국야쿠르트
	참치캔
	동원F&B(동원참치)
	남성용기초화장품
	아모레퍼시픽
내구재	남성정장
	제일모직
	정장구두
	금강제화
	캐주얼화
	유한킴벌리
	화장지
	가정용에어컨
	LG전자
	노트북PC
서비스업	데스크톱PC
	이동전화단말기
	TV
	부엌가구
	한샘
	일반승용차
	현대자동차
	RV승용차
	피아노
	영창뮤직
	생명보험
	삼성생명
	은행
	KB국민은행
	증권
	삼성증권
	대형서점
	교보문고
	패스트푸드점
	SRS코리아(버거킹)
	편의점
	GS리테일(GS25)
	피자전문점
	미스터피자
	검색포탈사이트
	NHN(네이버)
	이동전화
	SK텔레콤
	국제전화
	KT
	시내·시외전화
	초고속인터넷
	고속버스
	금호고속
	종합레저시설
	삼성에버랜드
	종합병원
	삼성서울병원

나. 제2부: 2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과

5. 산업별 KNPS 1위 기업 특징(계속)

3) 복수 산업 KNPS 1위 기업

삼성전자 9개, KT 5개, LG생활건강 3개 부문 1위 등 9개 기업이 복수 산업 1위 기록

- 삼성전자는 가정용복합기, 김치냉장고, 냉장고, 노트북PC, 데스크톱PC, 세탁기, 전자제품전문점 등 9개 산업에서 KNPS가 가장 높은 것으로 나타나 최다 산업에서 1위를 차지했다.
- 그 뒤를 이어 KT(국제전화, 시내/시외전화, 인터넷TV, 인터넷전화, 초고속인터넷)가 5개 산업, LG생활건강(섬유유연제, 세탁세제, 여성용기초화장품)이 3개 산업에서 복수 1위를 차지했다.
- 이 외에도 대상(청정원)(간장, 고추장), 아모레퍼시픽(남성용기초화장품, 치약), 한국P&G(생리대, 샴푸), 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), 삼성화재(자동차보험, 장기보험) 등이 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2011년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 복수산업 1위 기업

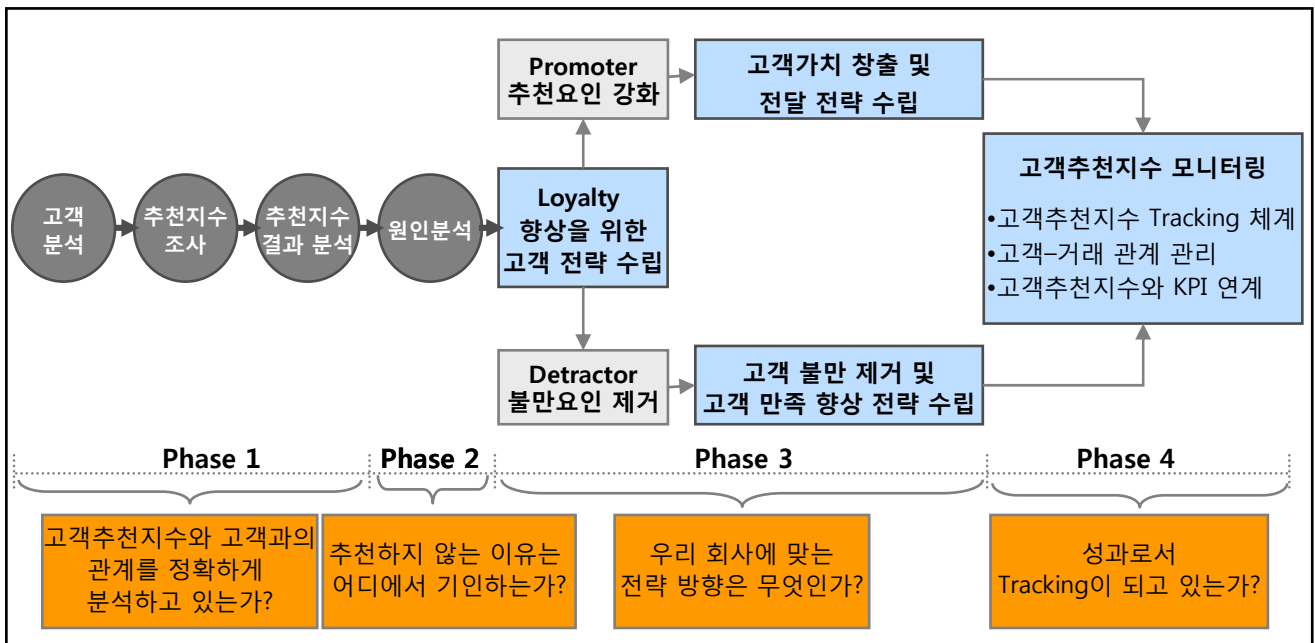
기업명	2011년 KNPS 1위 산업	비고
삼성전자	가정용복합기, 김치냉장고, 냉장고, 노트북PC, 데스크톱PC, 세탁기, 이동전화단말기, TV, 전자제품전문점	9개 산업 1위
KT	국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷, 인터넷TV	5개 산업 1위
LG생활건강	섬유유연제, 세탁세제, 여성용기초화장품	3개 산업 1위
대상(청정원)	간장, 고추장	2개 산업 1위
아모레퍼시픽	남성용기초화장품, 치약	
한국P&G	생리대, 샴푸	
금강제화	정장구두, 캐주얼화	
현대자동차	일반승용차, RV승용차	
삼성화재	자동차보험, 장기보험	

1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언

고객추천 활성화를 위한 효과적인 전략 및 실행기반을 마련해야

- ➔ 기업이 진정한 성장의 길로 들어서는 방법은 고객들이 주변 사람들에게 그 기업을 끊임없이 칭찬하고 추천하는 것이다. 고객추천은 소비자가 상품 또는 서비스를 경험하고 이에 만족하였을 때 지인 등 자신의 주변인을 비롯한 타인에게 그것을 소개하고 권유하는 보다 적극적인 행위이다. 고객은 기업의 대규모 홍보보다도 주변 사람으로부터의 한 마디 권유와 추천을 더욱 신뢰한다. 이는 인터넷 및 휴대폰 등 정보통신 기술이 발달한 오늘날 엄청난 정보의 홍수 속에 노출된 소비자들로 하여금 보다 신뢰성 있는 정보로서 실제 구매행위로 이어지게 하는데 큰 영향을 끼치고 있다.
- ➔ 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)은 이처럼 한 기업이 경쟁사의 고객 또는 전혀 거래가 없던 새로운 고객을 자사의 신규고객으로 이끔에 있어 가장 효과적인 '추천'이라는 개념이 도입되어 개발된 지수이다. 고객추천은 잠재소비자가 상품 구매 또는 서비스 이용 이전의 단계에서 선택 가능한 다양한 기회들 중 어느 한 기업의 상품 또는 서비스를 선택하도록 하는데 있어 의사결정 속도를 가속화시키는 결정적인 역할을 함에 따라 기업의 매출증가율과 매우 높은 상관관계를 보이고 있다. 즉 구전효과를 통해 새로운 고객이 유인될 수 있기 때문에 고객추천지수는 기업의 생존뿐만 아니라 성장에 영향을 미친다.
- ➔ 급변하는 경영 환경 속에서 기업이 고객추천에 대해 더욱 관심을 갖고 그 중요성을 인식해야 하는 이유도 바로 여기에 있다. 이미 많은 선도기업에서 고객추천지수를 내부성과지표로 반영하여 그 중요성을 강조하고 있으며, 자사 고객들로 하여금 적극적 추천 등 기여역할을 통한 매출증대가 이루어질 수 있도록 다양하고 효과적인 전략 및 실행기반 마련에 역량을 집중하고 있다. 단순히 고객추천지수를 지표로 채택하고 점수를 높이는 것이 최종 목표가 되어서는 안되며, 추천요인을 강화하고 불만요인을 제거할 수 있는 Loyalty 향상 전략을 수립하여 고객이 적극적으로 추천하는 기업이 되도록 전사적으로 노력해야 할 것이다.

고객추천지수를 활용한 고객전략체계 수립 Framework

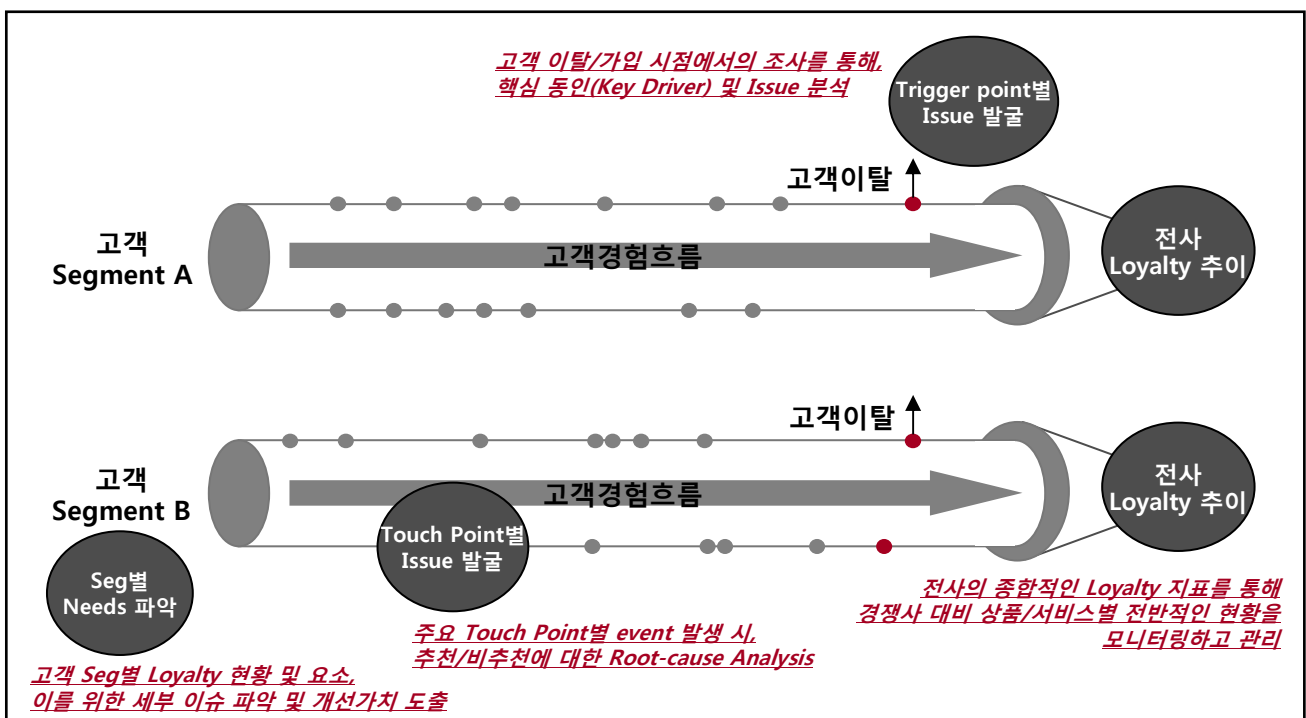


1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

고객경험관리를 통해 고객로열티(Loyalty)를 체계적으로 분석·관리해야

- 고객은 자신이 상품 또는 서비스를 경험하는 과정에서 인지한 감정들 또는 가치들을 타인과 공유하고자 할 때 이러한 과정에서의 경험이 긍정적이었다면 추천을, 부정적이었다면 비 추천(불만 공유)을 하게 된다. 따라서, 기업은 고객들로 하여금 적극적으로 활발한 추천을 유도하기 위해서 무엇보다 추천의 동기와 이유를 명확하게 만들어 줄 필요가 있으며, 이를 위해 전사차원에서의 보다 적극적인 고객경험관리가 필요하다.
- 고객경험관리(CEM: Customer Experience Management)는 고객이 한 기업의 상품 또는 서비스를 경험하는 일련의 과정 속에서 인지하게 되는 모든 내적 감정 및 주관적인 반응들을 철저히 파악하고 분석하여 이를 총체적으로 관리함으로써 부정적 경험은 제거하고 긍정적 경험은 강화 또는 새롭게 창출하는데 그 목적이 있다. 이러한 고객경험관리는 고객가치의 전달과정에서 고객들에게 긍정적 경험을 제공하기 위한 가장 효과적이고 체계화된 방법론으로써 현재 다수의 CS 선도기업에서 이를 도입 및 활용하고 있다.
- 한편, 고객추천의 관점에서 고객경험관리는 고객이 왜 그 기업의 상품 또는 서비스를 추천하는지 또는 추천하지 않는지를 체계적으로 파악할 수 있게 해주는 중요한 도구이자 방법론이 되기도 한다. 고객추천지수를 단순 평가도구가 아니라 '고객경험' 개선의 방법으로 적극 활용해야 하는 것이다. 기업이 제공하는 가치들은 고객경험 흐름상에서 중요한 접점을 중심으로 설계되어야 하며, 세분화된 고객군 별로 추천/비추천에 대한 근본원인 및 이슈를 분석하고 체계적으로 관리해야 한다. 이를 바탕으로 긍정적인 고객경험을 제공하기 위한 프로그램을 개발하여 구체적인 목표와 관리 지표를 설정함으로써 고객로열티 향상을 위한 전사 차원의 노력을 한 방향으로 집결시킬 수 있다.

고객경험 흐름에 따른 고객로열티 분석 및 관리

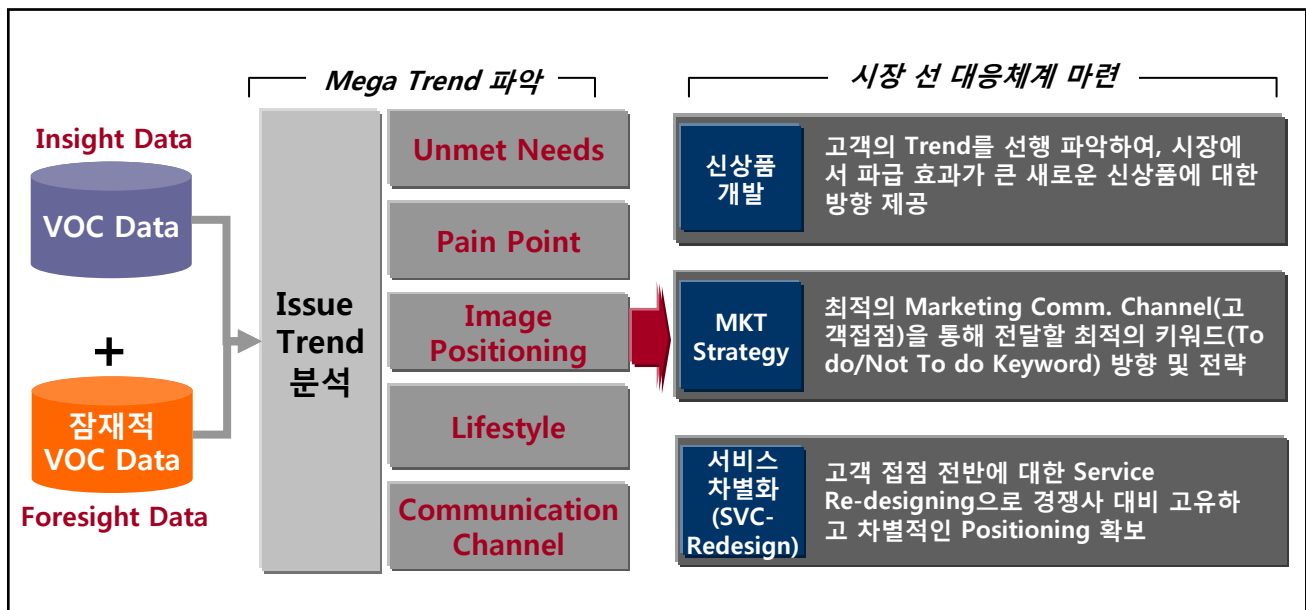


1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

빠르게 변화하는 고객니즈에 선도적으로 대응하라

- 한국의 소비자들은 최고의 상품 및 서비스를 많이 경험함에 따라서 제조업, 서비스업 할 것 없이 대부분의 산업에서 상향표준화 되어가고 있다. 또한, 나에게 맞는 것이면 가격, 브랜드, 기존 구매 습관과 상관없이 구매하는 비규정형 소비행태를 보이고 있다. 이러한 환경에서 기업은 차별화되지 못한 상품 또는 서비스로 고객들의 추천을 이끌어 내기에 한계를 느끼고 있으며, 세분화되고 빠르게 변화하는 고객 니즈에 선도적으로 대응하는 것이 더욱 중요하다.
- 이를 위해, 기업은 고객니즈를 사전에 민감하게 포착하여 선도적으로 상품 및 서비스에 반영해야 하며, 고객에 대한 통찰력을 기반으로 트렌드보다 한 발 앞서 가치를 제공해야 한다. 새로운 상품·서비스를 개발하고 시장을 선도하기 위해서는 기존의 전통적인 접근방법을 통해 고객의 니즈를 수집하는 것과는 다른 접근이 요구되고 있다. 전통적으로 리서치, 트렌드 리포트, FGI, 고객 패널 등을 활용했다면 이제는 SNS, 블로그, 포털, 지식검색 등에서 향후 트렌드에 대한 선행 수집이 요구된다. 이처럼 트렌드를 읽고 시장기회와 고객가치를 창조하는 기법으로 '트렌드 마이닝(Trend Mining)'이 주목받고 있다.
- 트렌드 마이닝이란 온라인상의 방대한 데이터를 소스로 분석함으로써 기존의 리서치 방법과는 완전히 다른 차별성을 갖고, 이런 소스를 기업이 적합하게 분석해 적용함으로써 트렌드를 리딩하는 차별화 전략을 도출하는 것이다. 급변하는 소셜미디어 시대에 고객 트렌드 변화에 맞춰 새로운 비즈니스 기회를 찾아 새로운 신상품 개발, 마케팅 전략 수립, 서비스 차별화에 활용할 수 있다. 시장 및 고객의 라이프 스타일에 근거한 다양한 신상품과 차별화된 서비스를 신속하게 디자인할 수 있게 된다. 이를 바탕으로 고객에게 전달된 자사만의 차별화된 가치는 고객 만족도를 향상시키고 충성도를 강화함으로써 추천의 향을 이끌어낼 수 있다.

Trend Mining을 통한 시장 선 대응체계



1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

남다른 경험을 제공하기 위해 '서비스 차별화 전략'을 수립해야

- 치열한 비즈니스 환경에서 고객추천은 그 어떤 광고 또는 마케팅 수단보다도 매출로 연결될 확률이 높아 전략적으로 활용할 필요성이 높아지고 있다. 엄청난 마케팅 비용을 쏟아부어 아무리 치밀하게 광고 캠페인을 전개해도, 정작 소비자들의 마음을 결정적으로 움직이는 것은 신뢰할 만한 출처의 추천 정보 혹은 입소문인 경우가 많은 것이다. 고객들은 더 이상 매스컴을 대놓고 믿거나 현혹되지 않으며, 본인 이 남다른 경험을 하거나 혹은 다른 사람의 특별한 경험에 대한 이야기를 오히려 더 신뢰한다. 고객추천을 높이기 위해 서비스 차별화가 중요해진 이유가 여기에 있다.
- 본연의 상품과 서비스가 전달되는 과정에서의 경험 차별화가 고객을 매혹하는 중요한 포인트가 되고 있다. 그리고 본연의 상품과 서비스가 얼마나 감성적이면서 색다르게 전달되고 때로는 예기치 못한 경험에 '와우(Wow)'하는가에 따라, 고객이 긍정적으로 기억하고 나아가 적극적으로 입소문을 내주는 대상이 될 수도 있다. 이러한 성공여부를 결정하는데 중요한 것은 차별을 위한 '차별' 자체가 아니라, 일관된 색깔(하나의 콘셉트)이며 또 고객에게 매력적(고객가치 기반)이느냐 하는 점이다. 따라서 차별화는 전략적이면서 한 방향으로 내재화 되어야 하며, 구성원들은 고객과의 약속에 부합하는 경험을 전달해야 한다. 이를 위해 체계적인 서비스 차별화 전략 수립이 요구된다.
- KMAC의 서비스 차별화 전략 수립 모델인 'CECOR' 모델은 단순히 고객니즈를 파악해 접점서비스를 개선하는 것과 다르다. 일관된 콘셉트하에 차별적 경험을 제공하기 위해서는 기업 내부의 역량과 인프라 또한 뒷받침되어야 하기 때문에, 기업 내부에 대한 진단과 인프라 개선에 대한 부분까지 포함해 전사적 서비스 전략을 포괄하는 특징을 가진다. 따라서 서비스 차별화 전략 수립을 통해 고객 관점의 가치 분석과 경험 재설계, 내부 관점의 진단과 실행을 위한 운영 및 관리체계, 계획 수립이 함께 진행되며 이와 함께 내재화를 위한 변화관리까지 포함하거나 실행을 지원할 수 있다.

서비스 차별화 전략 수립을 위한 CECOR Model

