

문서번호 : KMAC 제 2013-1672호

2013. 12. 11

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 : **2013년도(제7차) 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과발표**

1. 귀사의 일익 번창하심을 기원하며 평소의 후의에 감사 드립니다.

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 양청 드립니다.

본 자료는 12월 12일(목) 조간(방송은 12월 11일 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 : 2013년 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 : 2013년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

- 1) 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언. 끝.

한국능률협회컨설팅
대표이사 김 종 립

1. KNPS 정의

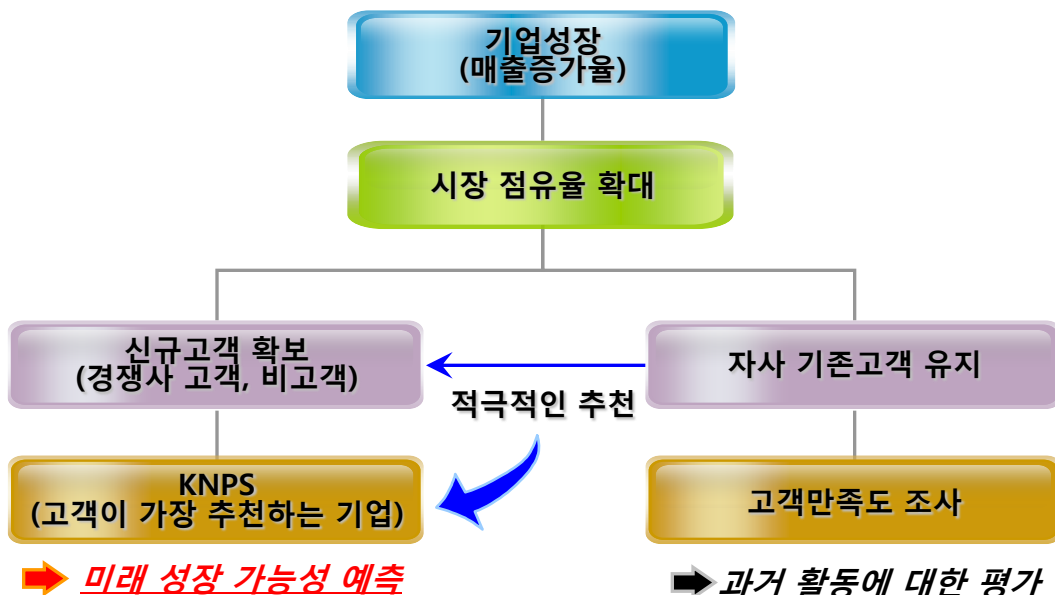
상품 또는 서비스에 대한 고객의 타인추천의향 정도를 조사하여 지수화

- è 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.
- è 즉, 기업이 보유하고 있는 적극적인 추천의향을 지닌 충성고객의 비율에서 추천이 적극적이지 않은 고객비율을 뺀 '순 추천 고객비율'을 측정하는 개념으로 고객이 특정 기업을 타인에게 추천하고자 하는 의향을 한국적 특성에 맞는 모델로 조사하고 있다.
- è 점차 중요해지고 있는 '고객추천'의 개념을 산업 전반에 확대하고 기업들이 이를 관리하게 하여 향후 기업 성장의 토대를 구축하게 하고자 KMAC(한국능률협회컨설팅)가 2001년부터 축적해 온 고객추천관련 데이터를 바탕으로 2007년부터 공식적으로 발표를 시행하고 있다.

2. KNPS 조사 배경 및 목적

고객의 적극적인 추천 정도를 통해 신규고객 확보 및 매출증가 가능성 예측

- è 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.
- è 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.
- è 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.



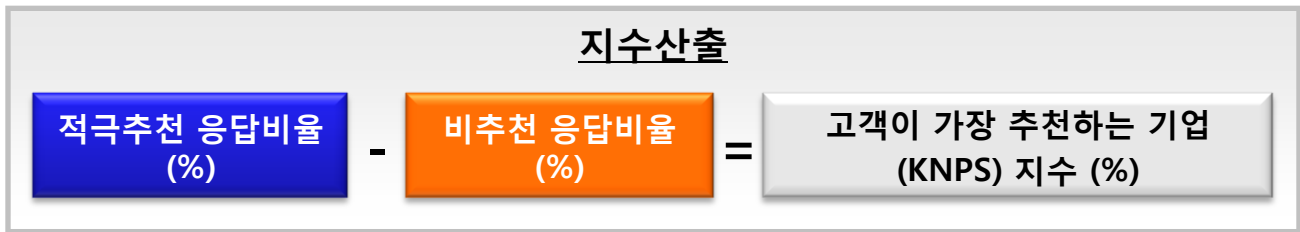
3. KNPS 측정모델 및 분석방법

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 = (6~7점)응답비율 - (1~4점)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?



1. KNPS 조사 설계

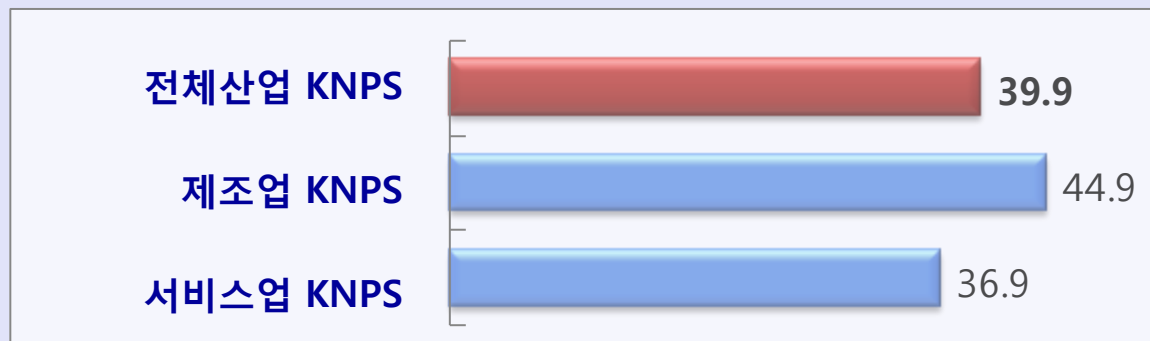
제조업 52개, 서비스업 47개 등 총 99개 산업에서 KNPS 1위 기업 선정

- 지난 2007년 첫 발표 이후 올해로 일곱 번째를 맞이하고 있는 KNPS는 소비재 제조업 32개, 내구재 제조업 20개, 일반 서비스업 47개 등 총 99개 산업에 대해 조사를 진행하고 각 산업별 1위 기업을 선정하였다.
- 특히, 올해는 시장이 크게 확대 및 성숙되며 국민 실생활과 연관도가 높아진 홍삼가공식품, 경형승용차, 치킨프랜차이즈, 저비용항공 산업을 신규로 조사하여 발표했다.
 - 모 집 단**: 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 서울, 수도권 및 6대 광역시에 거주하고 있는 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
 - 표본 크기**: 약 10,607개
 - 표본추출방법**: 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/지역별, 인구별, 성별을 고려한 할당
 - 조사 방법**: 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
 - 조사 지역**: 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 용인) 및 6대 광역시(부산, 대구, 대전, 인천, 광주, 울산)
 - 조사 기간**: 2013년 4월 15일 ~ 8월 14일
 - 조사대상산업**: 소비재 제조업, 내구재 제조업, 서비스업 등 총 99개 산업
(※ 아래 조사대상산업 및 기업 참조)

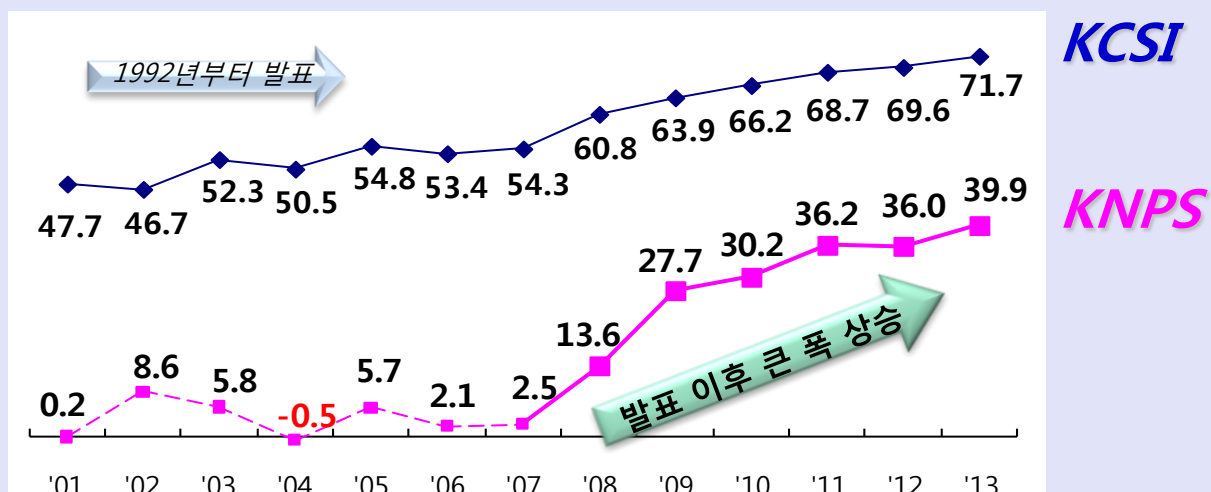
산업부문	산업군	조사 대상 산업
소비재 제조업 (32개)	음식료품 제조업(14개)	· 가공우유 ·간장 · 고추장 · 과실주스 · 라면 ·맥주 · 비스킷 · 소주 · 식용유 · 아이스크림 · 우유 · 유산균발효유 · 참치캔 · <u>홍삼가공식품(신규)</u>
	생활용품 및 기타 소비재 제조업 (18개)	· 남성내의 · 남성용기초화장품 · 남성정장 · 담배 · 밀폐용기 · 생리대 · 샴푸 · 섬유유연제 · 세탁세제 · 아웃도어리류 · 여성내의 · 여성용기초화장품 · 여성용한방화장품 · 정장구두 · 주방세제 · 치약 · 캐주얼화 · 화장지
내구재 제조업 (20개)	가전 및 사무기기 제조업(12개)	· 가정용복합기(프린터) · 가정용에어컨 · 가정용정수기 · 개인용컴퓨터(PC) · 김치냉장고 · 냉장고 · 디지털카메라 · 사무용복합기(복사기) · 세탁기 · 이동전화단말기 · 전기밥솥 · TV
	기타 내구재 제조업(8개)	· 가정용보일러 · <u>경형승용차(신규)</u> · 부엌가구 · 승용차타이어 · 일반승용차 · 침대 · 피아노 · RV승용차
서비스업 (47개)	금융서비스 (8개)	· 생명보험 · 신용카드 · 온라인자동차보험 · 은행 · 자동차보험 · 장기보험 · 증권 · 체크카드
	유통 및 엔터테인먼트 (21개)	· 대형마트 · 대형서점 · 대형슈퍼마켓 · 도넛전문점 · 면세점 · 백화점 · 소셜커머스 · 영화관 · 오픈마켓 · 인터넷서점 · 인터넷쇼핑몰 · 전자제품전문점 · 제과/제빵점 · <u>치킨프랜차이즈(신규)</u> · 커피전문점 · 패밀리레스토랑 · 패스트푸드점 · 편의점 · 피자전문점 · 교육서비스 · TV홈쇼핑
	통신서비스 (7개)	· 검색포탈사이트 · 국제전화 · 시내/시외전화 · 이동전화 · 인터넷전화 · 인터넷TV(IPTV) · 초고속인터넷
	기타 일반 서비스(11개)	· 고속버스 · 스키장 · 여행사(해외여행) · 워터파크 · <u>저비용항공(신규)</u> · 종합레저시설 · 종합병원 · 주유소 · 콘도미니엄 · 택배 · 항공

2. KNPS 전체 특징

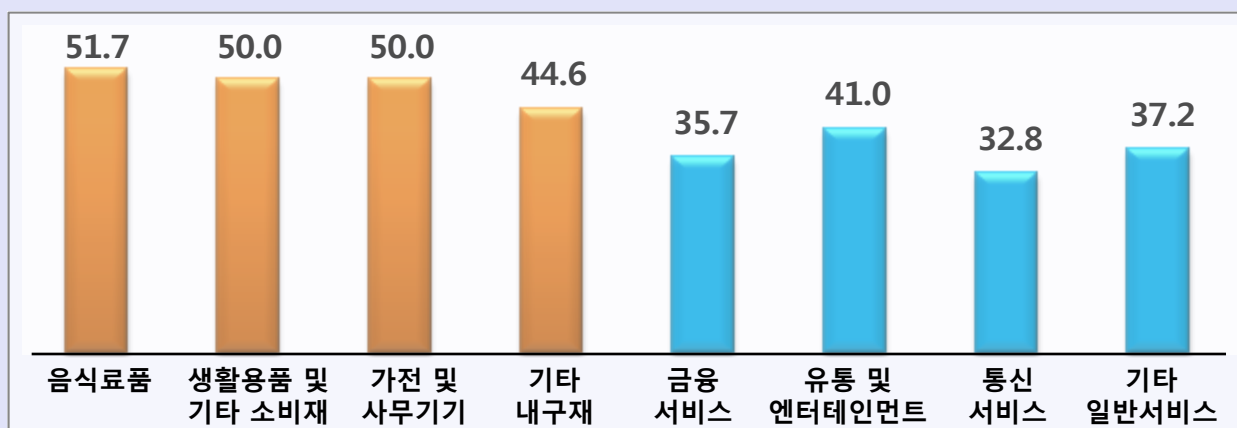
1) 2013년 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)



2) KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수) 추이



3) 산업별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)



2. KNPS 전체 특징

2013년 KNPS 조사 결과, 추천 지수가 상승한 산업이 많았으며 전체적으로 소폭 상승

- 금년도 KNPS 분석 결과, 산업전체 KNPS 지수는 전년대비 3.9점 상승한 39.9로 나타났으며, 제조업이 44.9(▲5.3), 서비스업이 36.9(▲3.0)로 나타났다.
- KNPS의 추이는 2007년 공식 발표 이후 지속적으로 큰 폭 상승을 거듭하다가 2012년에 처음으로 하락했으나, 올해 다시 소폭의 반등한 결과를 나타냈다. 저성장 기조가 지속되는 가운데 소비자들의 제품·서비스에 대한 선택과 평가 기준이 한층 더 까다로워지고 있음에도 불구하고, 고객추천지수(KNPS)가 소폭이나마 상승된 것은 성장을 위한 기업들의 부단한 경영혁신과 노력이 반영된 결과로 볼 수 있다.
- 한편 전체 99개 조사 대상 산업 중 4개의 신규 산업을 제외한 95개 산업 중 추천지수 상승 산업이 81개(제조 44개, 서비스 37개) 및 하락 산업이 12개(제조업 5개, 서비스업 7개), 동일 2개(제조, 서비스 각각 1개)의 추세를 보여 약 80% 이상의 산업의 추천도가 상승한 것으로 나타났다.

소비재 추천지수 대체로 높은 반면, 금융 및 통신 서비스 추천을 낮아

- 총 99개의 조사대상 산업을 제조업과 서비스업으로 구분했을 때 두 분류간의 차이는 확연히 드러났다. 즉, 제조업에 속하는 네 개 부류는 모두 KNPS가 40점을 넘은 반면 서비스업에 속하는 산업들은 유통 및 엔터테인먼트 산업을 제외한 세 개 부류가 모두 30점 대에 머물렀다. 반면 제조업의 음식료품, 기타소비재, 가전 및 사무기기 등 세 개 부류가 모두 50점을 넘어서며 상향 평준화 된 분포가 나타났다.
- 특히 국민들의 일상 생활과 가장 밀접하게 연관되어 있는 금융과 통신 서비스업의 고객추천도는 소폭 상승하였으나 가장 낮은 것으로 조사되었다. 두 산업은 각각 35.7점과 32.8점으로 전년에 이어 가장 추천지수가 낮은 두 영역으로 분류되었다. 일반 국민들의 이용도가 매우 높은 산업인 만큼 고객들의 추천 또는 비추천 이유에 대해 보다 면밀히 분석하여 추천도를 높이는 활동이 이어져야 할 것이다.

고객만족도와 고객추천지수 간 높은 상관관계를 나타내

- 금년 KNPS 조사대상 산업 총 99개 산업에서 선정된 1위 기업을 KCSI(한국산업의 고객만족도) 조사에서 선정된 1위 기업과 비교 분석한 결과 16개 산업을 제외한 83개 산업(83.8%)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 52개 조사 대상 산업 중 10개 산업이 변경되어 약 19.2%의 변동률을 보였으며, 서비스업은 47개 조사 대상 산업 중 12개 산업이 변경되어 약 25.5%의 변동률을 나타냈다. 산업군별로는 유통 및 엔터테인먼트 산업이 42.9%의 변동을 보여 극심한 경쟁 양상을 나타냈으나, 금융 산업의 경우 8개 산업이 모두 작년과 1위 기업이 동일하였다.

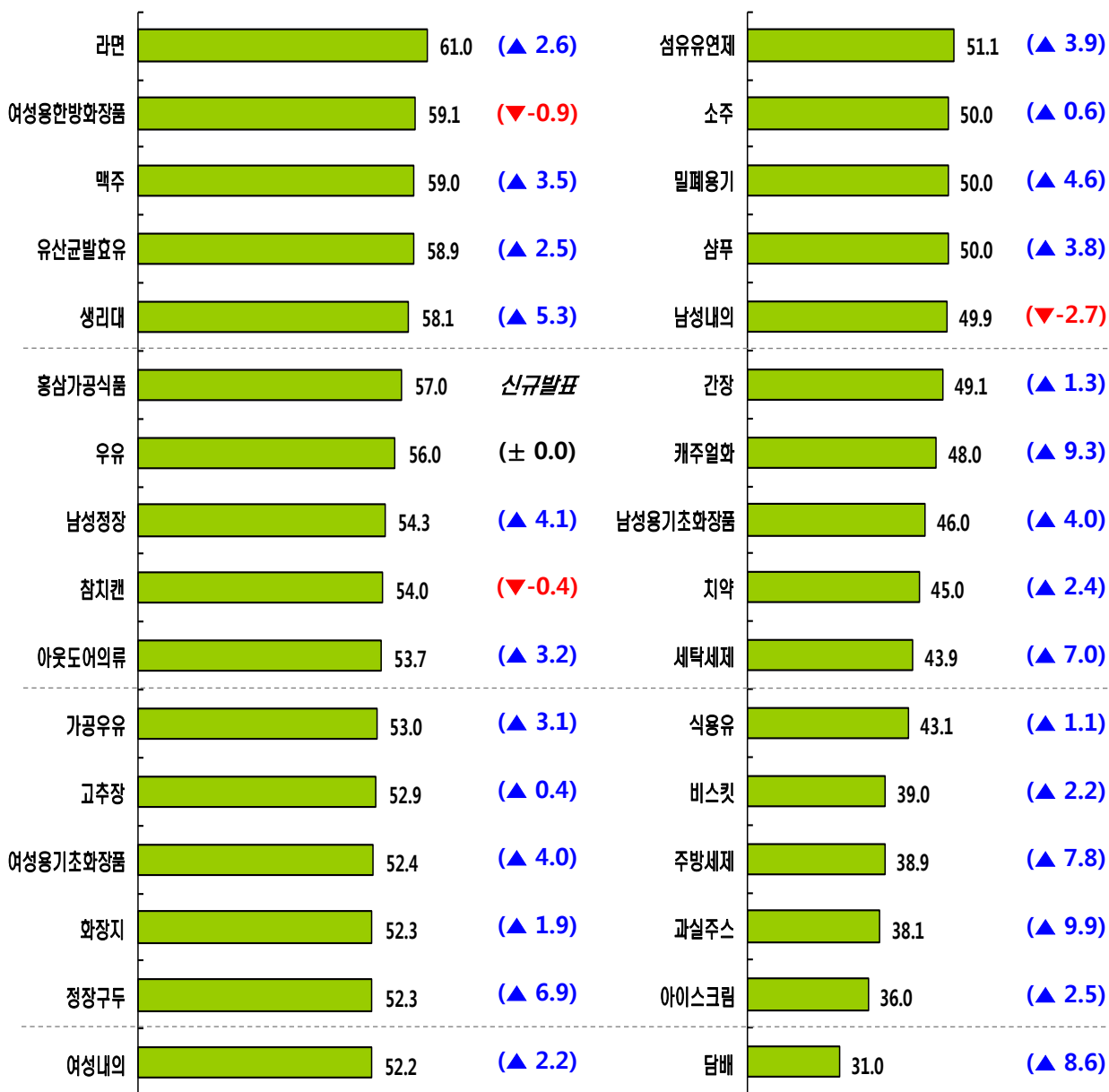
3. 산업별 KNPS 주요 특징

1) 소비재 제조업의 KNPS 특징

대부분의 지수가 상승세를 보이며, 특히 음식료품 관련 산업의 추천지수가 대체적으로 높아

- 소비재 제조업 부문에서는 라면(61.0점), 여성용한방화장품(59.1점), 맥주(59.0점), 유산균발효유(58.9점) 등의 산업이 50~60점 대의 높은 KNPS 지수를 나타내며 최상위권을 이뤘다. 전반적으로 음식료 관련 산업의 추천 지수가 높은 것으로 나타났다.
- 전년 지수 대비 과실주스(▲9.9점), 캐주얼화(▲9.3), 담배(▲8.6) 산업이 상승하였고, 여성용 한방화장품, 참치캔, 남성내의가 소폭 하락하였다.

소비재 제조업 산업별 KNPS



※ 괄호()안은 '12년 KNPS 지수대비 증감 차이임

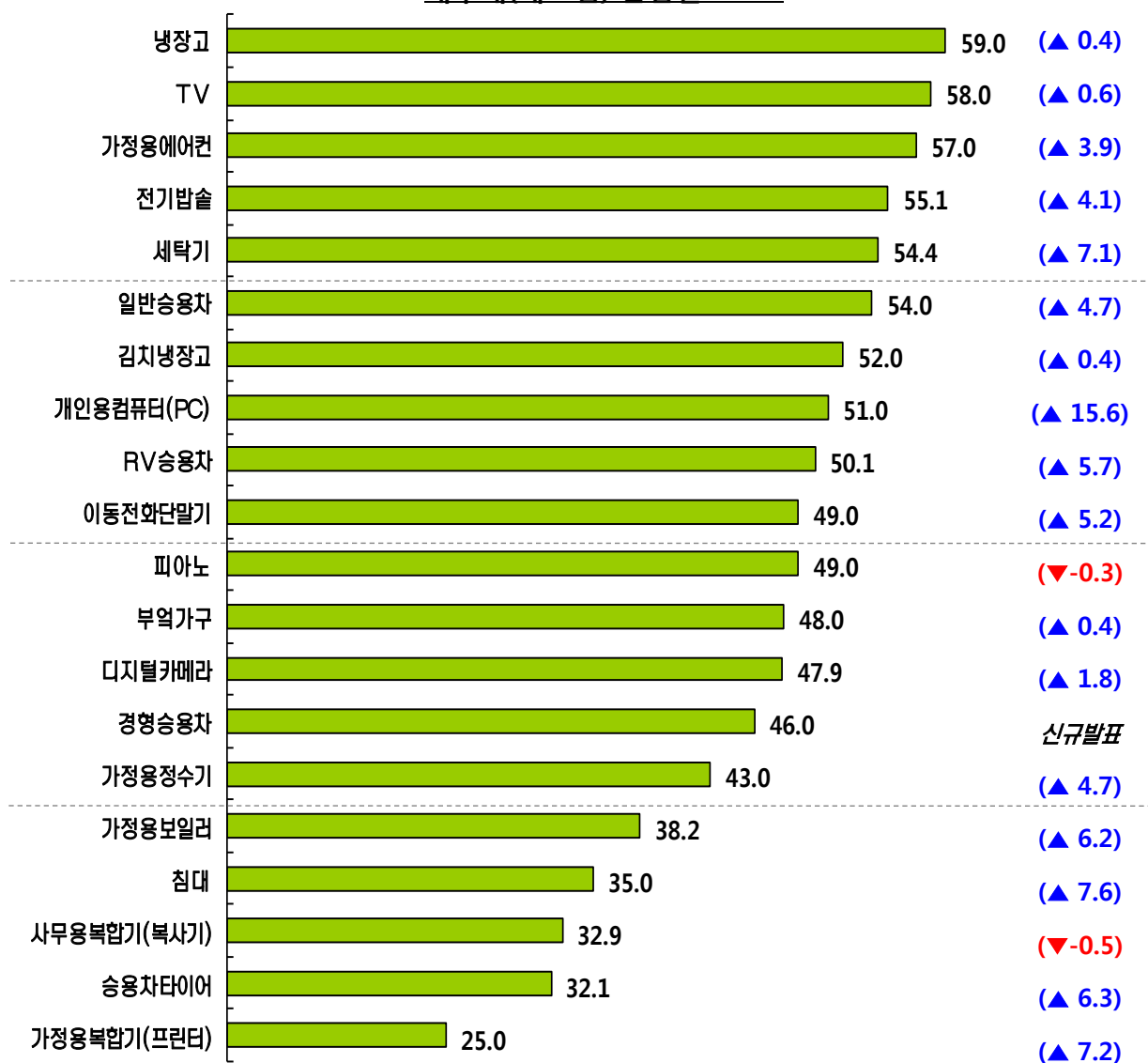
3. 산업별 KNPS 주요 특징(계속)

2) 내구재 제조업의 KNPS 특징

냉장고, TV, 가정용에어컨 등 생활가전산업이 높은 추천의향 나타내

- 2013년 내구재 제조업 부문에서 가장 높은 KNPS 지수를 나타낸 산업은 59.0점을 기록한 냉장고 산업이며, TV(58.0점), 가정용에어컨(57.0점), 전기밥솥(55.1점) 산업 등이 뒤를 이어 생활가전 관련 산업이 높은 고객추천지수를 나타냈다.
- 한편 대부분 기업의 추천 지수가 상승한 가운데 개인용컴퓨터(PC) 산업이 전년 대비 15.6점 상승해 가장 큰 상승폭을 나타냈으며, 침대(▲7.6점), 가정용복합기(프린터)(▲7.2점) 등이 비교적 큰 상승폭을 나타냈다.

내구재(제조업) 산업별 KNPS



※ 괄호()안은 '12년 KNPS 지수대비 증감 차이임

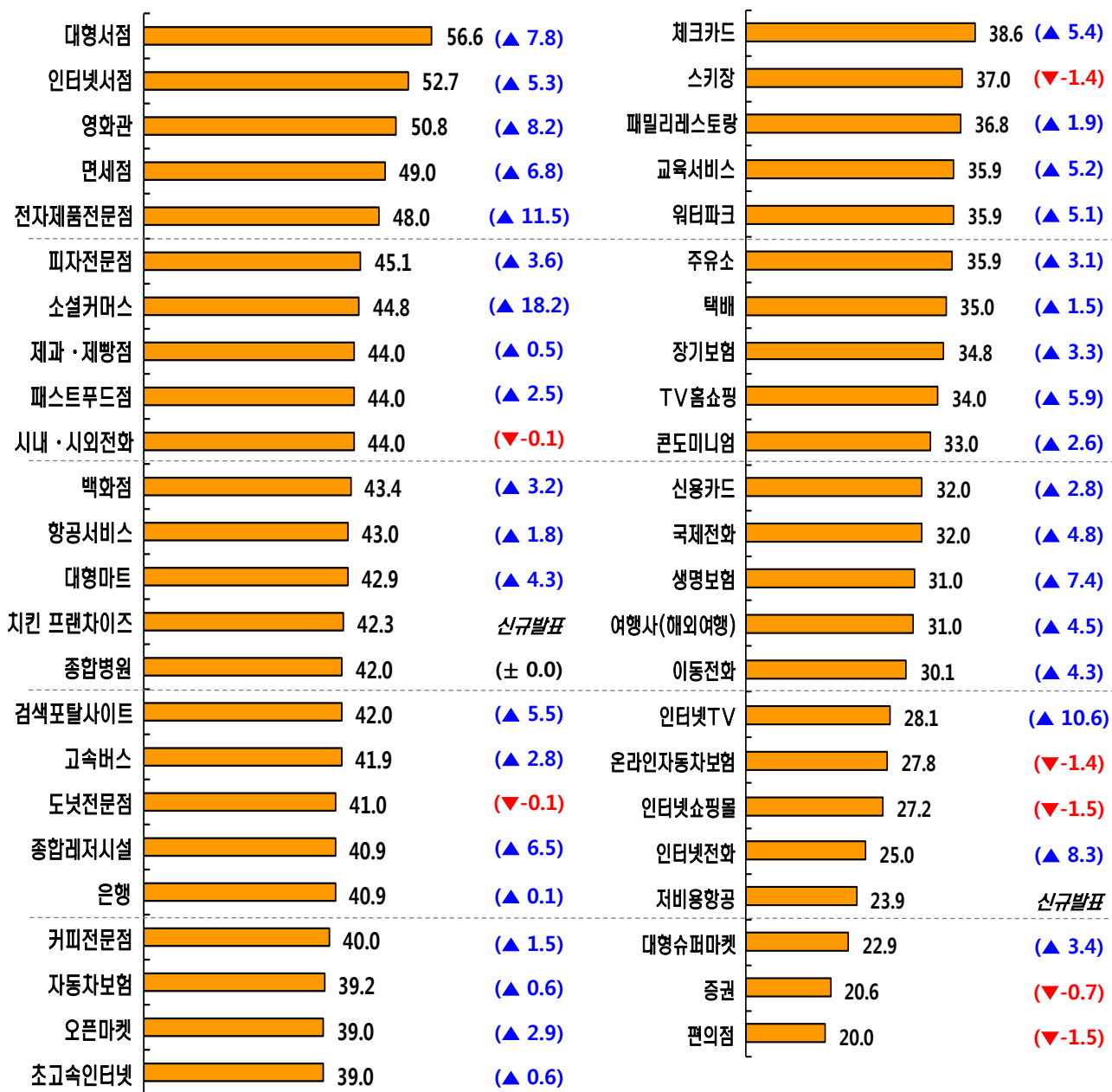
3. 산업별 KNPS 주요 특징(계속)

3) 서비스업의 KNPS 특징

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

- 서비스업의 KNPS 지수는 전반적으로 전년대비 상승하였으며, 대형서점(56.6점)이 가장 높은 고객추천의향을 나타냈다.
- 인터넷서점 산업이 52.7점으로 그 뒤를 이은 가운데, 영화관(50.8점), 면세점(49.0점), 전자제품전문점(48.0점)이 높은 KNPS 지수를 나타냈다.
- 한편, 소셜커머스(▲18.2점), 전자제품전문점(▲11.5점), 인터넷TV(▲10.6점) 등의 산업은 전년대비 큰 폭의 지수상승이 있었다.

서비스업 산업별 KNPS



※ 괄호()안은 '12년 KNPS 지수대비 증감 차이임

4. 산업별 KNPS 1위 기업

1) 소비재 제조업

■ 음식료품 제조업(14개)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	가공우유	빙그레	빙그레(61.3), 서울우유(49.4), 매일유업(48.9), 남양유업(36.9)	2년 연속 1위
2	간장	샘표식품	샘표식품(51.4), 대상(청정원)(44.6)	2년 연속 1위
3	고추장	대상(청정원)	대상(청정원)(55.1), CJ제일제당(해찬들)(50.7)	7년 연속 1위
4	과실주스	롯데칠성음료	롯데칠성음료(46.6), 한국코카콜라(29.9), 해태음료(28.1)	2년 연속 1위
5	라면	농심	농심(62.6), 삼양식품(52.0)	2년 연속 1위
6	맥주	OB맥주(카스포함)	OB맥주(카스포함)(59.8), 하이트진로(57.7)	'12년 1위 : 하이트진로 (5년 연속)
7	비스킷	크라उन제과	크라उन제과(40.7), 해태제과(39.2), 롯데제과(39.1), 오리온(37.5)	'12년 1위 : 오리온
8	소주	금북주	금북주(62.4), 롯데칠성음료(주류BG)(51.3), 하이트진로(46.9)	3년 연속 1위
9	식용유	사조해표(해표)	사조해표(해표)(46.3), CJ제일제당(백설표)(40.3)	'12년 1위 : CJ제일제당 (백설표)(4년 연속)
10	아이스크림	빙그레	빙그레(43.8), 롯데푸드(구 롯데삼강)(33.0), 롯데제과(31.8), 해태제과(31.4)	6년 연속 1위
11	우유	서울우유	서울우유(61.5), 매일유업(47.2), 남양유업(35.9)	6년 연속 1위
12	유산균발효유	한국야쿠르트	한국야쿠르트(65.2), 남양유업(55.3), 매일유업(45.7)	'12년 1위 : 남양유업
13	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(58.1), 사조해표(사조참치)(47.4), 오투기(오투기참치)(32.5)	7년 연속 1위
14	홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)	한국인삼공사(정관장)(61.2), 농협(한삼인)(40.7)	신규발표

4. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

1) 소비재 제조업

■ 생활용품 및 기타 소비재 제조업(18개)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	남성내의	종은사람들	종은사람들(52.8), BYC(49.3), 쌍방울(47.5)	2년 연속 1위
2	남성용기초화장품	LG생활건강	LG생활건강(49.5), 아모레퍼시픽(46.6), 소망화장품(39.4)	'12년 1위 : 아모레퍼시픽 (6년 연속)
3	남성정장	제일모직	제일모직(58.6), LG패션(56.1), 파크랜드(47.0)	7년 연속 1위
4	담배	한국필립모리스 (말보로)	한국필립모리스(말보로)(35.1), KT&G(33.1), B.A.T.코리아(던힐)(22.8)	5년 연속 1위
5	밀폐용기	락앤락	락앤락(52.0), 삼광글라스(글라스락)(42.3)	3년 연속 1위
6	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(60.7), 한국P&G(59.4), LG유니참(50.4)	2년 연속 1위
7	샴푸	LG생활건강	LG생활건강(57.3), 아모레퍼시픽(52.2), 유니레버코리아(50.5), 애경산업(41.4), 한국P&G(35.6)	'12년 1위 : 한국P&G (2년 연속)
8	섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(58.2), 옥시레킷벤키저(52.2), 피죤(47.9)	'12년 1위 : 옥시레킷벤키저
9	세탁세제	LG생활건강	LG생활건강(49.3), CJ라이온(47.7), 애경산업(33.1)	3년 연속 1위
10	아웃도어의류	코오롱인더스트리 (코오롱스포츠)	코오롱인더스트리(코오롱스포츠)(61.9), 평안엘앤씨(네파)(54.8), 케이투코리아(K2)(51.8), 영원무역(노스페이스)(51.8), 블랙야크(50.5)	2년 연속 1위
11	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(58.6), 남영비비안(비비안)(44.4)	3년 연속 1위
12	여성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(52.9), LG생활건강(51.1)	2년 연속 1위
13	여성용한방화장품	아모레퍼시픽 (설화수, 한울)	아모레퍼시픽(설화수, 한울)(61.8), LG생활건강(후, 수려한)(50.4)	2년 연속 1위
14	정장구두	금강제화	금강제화(57.8), 탠디(53.8), EFC(에스콰이아)(46.7), 소다(42.1)	7년 연속 1위
15	주방세제	CJ라이온	CJ라이온(43.2), LG생활건강(36.7), 애경산업(35.6)	3년 연속 1위
16	치약	LG생활건강	LG생활건강(49.1), 아모레퍼시픽(44.7), 애경산업(38.5)	2년 연속 1위
17	캐주얼화	금강제화(랜드로바)	금강제화(랜드로바)(53.0), EFC(영에이지)(37.4)	7년 연속 1위
18	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(55.4), 모나리자(53.3), 깨끗한나라(48.6)	7년 연속 1위

4. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

2) 내구재 제조업

■ 가전 및 사무기기 제조업(12개)

NO	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	가정용복합기 (프린터)	삼성전자	삼성전자(36.8), 캐논코리아비즈니스솔루션(23.6), 한국HP(20.3), 한국엡손(5.6)	4년 연속 1위
2	가정용에어컨	LG전자	LG전자(59.1), 삼성전자(58.1), 위니아만도(43.4)	7년 연속 1위
3	가정용정수기	청호나이스	청호나이스(43.6), 큐웨이(42.9)	2년 연속 1위
4	개인용컴퓨터(PC)	삼성전자	삼성전자(60.7), LG전자(40.6), 한국HP(30.6), TG삼보컴퓨터(12.3)	7년 연속 1위
5	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(56.7), 위니아만도(50.0), LG전자(47.3)	3년 연속 1위
6	냉장고	삼성전자	삼성전자(59.6), LG전자(57.9)	5년 연속 1위
7	디지털카메라	소니코리아	소니코리아(52.6), 삼성전자(49.7), 캐논코리아컨슈머이미징(48.8), 니콘이미징코리아(40.8), 올림푸스한국(37.0)	'12년 1위 : 캐논코리아컨슈머이미 징
8	사무용복합기 (복사기)	신도리코	신도리코(36.0), 한국후지제록스(33.1), 캐논코리아비즈니스솔루션(29.4)	'12년 1위 : 한국후지제록스 (2년 연속)
9	세탁기	삼성전자	삼성전자(56.0), LG전자(52.6)	5년 연속 1위
10	이동전화단말기	삼성전자	삼성전자(55.7), 애플(아이폰)(45.9), LG전자(37.5), 팬택(SKY)(10.5)	7년 연속 1위
11	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(59.0), 리홈쿠헤(40.5)	2년 연속 1위
12	TV	삼성전자	삼성전자(59.2), LG전자(56.3)	7년 연속 1위

■ 기타 내구재 제조업(8개)

NO	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(50.5), 귀뚜라미보일러(35.1), 경동나비엔(33.1)	6년 연속 1위
2	경형승용차	기아자동차	기아자동차(47.9), 한국지엠(42.9)	신규발표
3	부엌가구	한샘	한샘(49.8), 에넥스(44.3)	7년 연속 1위
4	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(45.1), 한국타이어(21.2)	6년 연속 1위
5	일반승용차	현대자동차	현대자동차(59.8), 기아자동차(55.9), 르노삼성자동차(47.1), 한국지엠(37.2)	7년 연속 1위
6	침대	에이스침대	에이스침대(37.1), 시몬스(34.4), 대진침대(30.0)	'12년 1위 : 시몬스(5년 연속)
7	피아노	영창뮤직	영창뮤직(55.2), 삼익악기(43.6)	7년 연속 1위
8	RV승용차	현대자동차	현대자동차(57.4), 기아자동차(47.0), 쌍용자동차(40.0)	7년 연속 1위

4. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 일반 서비스업

■ 금융 서비스(8개)

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(33.8), 한화생명(30.0), 교보생명(25.8)	7년 연속 1위
2	신용카드	신한카드	신한카드(38.5), KB국민카드(36.2), 삼성카드(33.4), 현대카드(30.9) ,롯데카드(29.1), 우리카드(26.1), BC카드(25.7), NH농협카드(19.6)	4년 연속 1위
3	온라인 자동차보험	현대하이카다이렉트	현대하이카다이렉트(30.8), 에르고다음다이렉트손해보험(27.6), AXA손해보험(AXA다이렉트)(24.7)	4년 연속 1위
4	은행	KB국민은행	KB국민은행(46.4), 신한은행(44.0), 하나은행(41.7), 우리은행(39.8), IBK기업은행(39.5), 외환은행(39.4), NH농협은행(29.8)	7년 연속 1위
5	자동차보험	삼성화재	삼성화재(44.0), 현대해상(42.8), LIG손해보험(39.7), 메리츠화재(33.5), 동부화재(31.3)	4년 연속 1위
6	장기보험	삼성화재	삼성화재(38.4), 현대해상(36.2), 동부화재(35.7), LIG손해보험(30.9), 메리츠화재(26.4)	3년 연속 1위
7	증권	삼성증권	삼성증권(22.8), 미래에셋증권(21.3), 대신증권(20.3), 대우증권(20.2), 현대증권(19.7), 우리투자증권(17.7)	7년 연속 1위
8	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(45.0), 신한카드(37.0), BC카드(36.9), 우리카드(36.3), NH농협카드(33.1)	3년 연속 1위

■ 유통 및 엔터테인먼트(21개)

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	교육서비스	대교	대교(41.0), 교원구문(구몬학습)(35.6), 웅진씽크빅(34.0), 재능교육(27.8)	4년 연속 1위
2	대형마트	롯데마트	롯데마트(50.0), 이마트(42.3), 홈플러스(39.4)	'12년 1위 : 이마트(3년 연속)
3	대형서점	교보문고	교보문고(60.2), 영풍문고(55.9), 서울문고(반디앤루니스)(36.9)	7년 연속 1위
4	대형슈퍼마켓	GS리테일 (GS수퍼)	GS리테일(GS수퍼)(31.0), 롯데슈퍼(24.0), 홈플러스(홈플러스익스프레스)(20.0)	'12년 1위 : 롯데슈퍼(2년 연속)
5	도넛전문점	비알코리아 (던킨도너츠)	비알코리아(던킨도너츠)(42.6), 크리스피크림(39.5), 미스터도넛(32.5)	3년 연속 1위
6	면세점	호텔신라 (신라면세점)	호텔신라(신라면세점)(50.5), 호텔롯데(롯데면세점)(48.5)	'12년 1위 : 호텔롯데(롯데면세점)
7	백화점	신세계 (신세계백화점)	신세계(신세계백화점)(45.1), 롯데백화점(43.5), 현대백화점(41.8)	'12년 1위 : 현대백화점(5년 연속)

4. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 일반 서비스업

■ 유통 및 엔터테인먼트(21개)

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
8	소셜커머스	포워드벤처스 (쿠팡)	포워드벤처스(쿠팡)(45.9), 티켓몬스터(티몬)(43.0)	2년 연속 1위
9	영화관	롯데시네마	롯데시네마(55.2), CJ CGV(49.8), 메가박스(43.9)	'12년 1위 : CJ CGV
10	오픈마켓	이베이옥션(옥션)	이베이옥션(옥션)(40.5), 이베이지마켓(G마켓)(39.0), SK플래닛(11번가)(37.1)	3년 연속 1위
11	인터넷서점	에스24	에스24(57.9), 인터파크(51.8), 교보문고(인터넷교보문고)(51.2), 알라딘커뮤니케이션(알라딘)(48.9)	5년 연속 1위
12	인터넷쇼핑몰	GS홈쇼핑 (GS SHOP)	GS홈쇼핑(GS SHOP)(29.1), 롯데닷컴(28.4), 인터파크(28.3), CJ오쇼핑(CJmall)(22.0)	'12년 1위 : CJ오쇼핑 (CJmall)(3년 연속)
13	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(51.8), LG베스트샵(51.2), 롯데하이마트(구 하이마트)(48.3), 전자랜드(31.0)	3년 연속 1위
14	제과/제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(46.1), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(37.9), 크라운베이커리(34.0)	4년 연속 1위
15	치킨프랜차이즈	교촌치킨	교촌치킨(46.4), 제너시스비비큐(43.6), 네네치킨(40.6), 굽네치킨(37.2), 페리카나치킨(36.7)	신규발표
16	커피전문점	롯데리아 (엔제리너스커피)	롯데리아(엔제리너스커피)(47.7), 스타벅스커피코리아(42.3), 커피빈코리아(40.8), 카페베네(37.8), 할리스에프앤비(할리스커피)(33.5), 탐앤탐스(28.0)	4년 연속 1위
17	패밀리레스토랑	CJ푸드빌 (VIPS)	CJ푸드빌(VIPS)(45.1), 아웃백스테이크하우스(아웃백)(37.9), 라이즈온(베니건스)(37.1), 롯데리아(TGIF)(33.8), 이랜드월드(애슐리)(24.7)	'12년 1위 : 아웃백스테이크하우스 (아웃백)
18	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(49.1), BKR(버거킹)(42.4), SRS코리아(KFC)(38.8), 한국맥도날드(36.0)	'12년 1위 : 버거킹(6년 연속)
19	편의점	BGF리테일(CU)	BGF리테일(CU)(25.1), GS리테일(GS25)(22.0), 코리아세븐(세븐일레븐)(16.5), 한국미니스톱(5.4)	2년 연속 1위
20	피자전문점	도미노피자	도미노피자(46.8), MPK그룹(미스터피자)(46.2), 한국피자헛(43.0)	'12년 1위 : 미스터피자(6년 연속)
21	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(38.6), 롯데홈쇼핑(33.9), CJ오쇼핑(33.1), GS홈쇼핑(GS SHOP)(32.3), NS홈쇼핑(28.5)	4년 연속 1위

4. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 일반 서비스업

■ 통신 서비스(7개)

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	검색포털사이트	네이버	네이버(47.3), 다음(19.3)	7년 연속 1위
2	국제전화	SK텔링크 (00700)	SK텔링크(00700)(37.4), KT(001)(32.2), LG유플러스(002)(23.2)	'12년 1위 : KT(001) (6년 연속)
3	시내/시외전화	KT	KT(51.9), SK브로드밴드(34.5), LG유플러스(22.2)	7년 연속 1위
4	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(39.7), KT(26.2), LG유플러스(13.7)	7년 연속 1위
5	인터넷전화	KT	KT(29.7), SK브로드밴드(27.9), LG유플러스(17.2)	4년 연속 1위
6	인터넷TV (IPTV)	SK브로드밴드	SK브로드밴드(35.3), KT(27.9), LG유플러스(19.5)	2년 연속 1위
7	초고속인터넷	KT	KT(44.9), SK브로드밴드(39.5), LG유플러스(28.9)	7년 연속 1위

■ 기타 일반 서비스(11개)

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	고속버스	금호고속	금호고속(50.0), 중앙고속(38.2), 동양고속(34.0), 동부고속(31.2)	7년 연속 1위
2	스키장	강원랜드 (하이원리조트)	강원랜드(하이원리조트)(48.1), 용평리조트(37.7), 보광휘닉스파크(36.2), 무주리조트(35.9), 대명레저산업(비발디파크)(31.6)	6년 연속 1위
3	여행사(해외여행)	하나투어	하나투어(32.8), 롯데관광개발(29.2), 모두투어네트웍스(28.3)	5년 연속 1위
4	워터파크	삼성에버랜드 (캐리비안베이)	삼성에버랜드(캐리비안베이)(38.0), 대명레저산업(비발디파크 오션월드)(31.6)	2년 연속 1위
5	저비용항공	에어부산	에어부산(31.2), 진에어(29.8), 제주항공(26.4), 티웨이항공(13.7), 이스타항공(12.2)	신규발표
6	종합레저시설	삼성에버랜드 (에버랜드)	삼성에버랜드(에버랜드)(49.4), 호텔롯데(롯데월드)(43.3), 한덕개발(서울랜드)(15.4)	7년 연속 1위
7	종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원(51.2), 서울아산병원(46.2), 서울성모병원(38.3), 세브란스병원(신촌)(36.6), 서울대학교병원(본원)(33.6)	7년 연속 1위
8	주유소	에쓰오일	에쓰오일(39.5), SK에너지(SK주유소)(36.5), GS칼텍스(34.4), 현대오일뱅크(32.7)	'12년 1위 : SK에너지(SK주유소) (2년 연속)
9	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(36.1), 대명리조트(30.9)	2년 연속 1위
10	택배	CJ대한통운	CJ대한통운(38.8), 우체국택배(35.3), 한진택배(33.1), 현대택배(32.9)	'12년 1위 : CJ GLS
11	항공서비스	아시아나항공	아시아나항공(46.9), 대한항공(40.7)	3년 연속 1위

5. 산업별 KNPS 1위 기업 특징

1) 전년 대비 1위 변동 산업

총 22개 산업에서 2012년도 대비 KNPS 1위 기업 변동 나타나

2013년 KNPS 조사결과 소비재(7개) 및 내구재(3개) 제조업 10개 산업, 서비스업 12개 산업 등 총 22개 산업에서 지난 2012년 대비 KNPS 1위 기업에 변동이 있는 것으로 나타났다. (※ 2012년에는 18개 산업 변동)

2013년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 변동 기업

산업명		2013년 KNPS 1위 기업	2012년 KNPS 1위 기업
소 비 재	맥주	OB맥주(카스포함)	하이트진로
	비스킷	크라운제과	오리온
	식용유	사조해표(해표)	CJ제일제당(백설표)
	유산균발효유	한국야쿠르트	남양유업
	남성용기초화장품	LG생활건강	아모레퍼시픽
	샴푸	LG생활건강	한국P&G
	섬유유연제	LG생활건강	옥시레킷벤키저
내 구 재	디지털카메라	소니코리아	캐논코리아컨슈머이미징
	사무용복합기(복사기)	신도리코	한국후지제록스
	침대	에이스침대	시몬스
서 비 스	대형마트	롯데마트	이마트
	대형슈퍼마켓	GS리테일(GS슈퍼)	롯데슈퍼
	면세점	호텔신라(신라면세점)	호텔롯데(롯데면세점)
	백화점	신세계(신세계백화점)	현대백화점
	영화관	롯데시네마	CJ CGV
	인터넷쇼핑몰	GS홈쇼핑(GS SHOP)	CJ오쇼핑(CJmall)
	패밀리레스토랑	CJ푸드빌(VIPS)	아웃백스테이크하우스(아웃백)
	패스트푸드점	롯데리아	BKR(버거킹)
	피자전문점	도미노피자	MPK그룹(미스터피자)
	국제전화	SK텔링크(00700)	KT(001)
	주유소	에쓰오일	SK에너지(SK주유소)
	택배	CJ대한통운	CJ GLS

5. 산업별 KNPS 1위 기업 특징(계속)

2) 7년 연속 KNPS 1위 기업

총 25개 산업에서 KNPS 7년 연속 1위 유지

- 올해로 발표 7년을 맞은 KNPS에서 7년 동안 줄곧 고객들로부터 최고의 추천을 받은 기업은 소비재 6개, 내구재 8개 및 서비스업 11개 산업으로 나타나 총 25개 산업으로 집계되었으며, 기업수로는 20개 기업인 것으로 나타났다.
- 7년 연속 1위가 유지된 산업은 소비재 제조업의 약 19%, 내구재 제조업의 40%, 서비스업의 약 23%로서 내구재 제조업에 대한 고객추천의 중요성을 볼 수 있다.

고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 지수 7년 연속 1위 기업

산 업		7년 연속 1위 기업
소비재	고추장	대상(청정원)
	참치캔	동원F&B(동원참치)
	남성정장	제일모직
	정장구두	금강제화
	캐주얼화	
	화장지	유한킴벌리
내구재	가정용에어컨	LG전자
	개인용컴퓨터(PC)	삼성전자
	이동전화단말기	
	TV	
	부엌가구	한샘
	일반승용차	현대자동차
	RV승용차	
	피아노	영창뮤직
서비스업	생명보험	삼성생명
	은행	KB국민은행
	증권	삼성증권
	대형서점	교보문고
	검색포털사이트	네이버
	이동전화	SK텔레콤
	시내 · 시외전화	KT
	초고속인터넷	
	고속버스	금호고속
	종합레저시설	삼성에버랜드(에버랜드)
	종합병원	삼성서울병원

5. 산업별 KNPS 1위 기업 특징(계속)

3) 복수 산업 KNPS 1위 기업

삼성전자 8개 , LG생활건강 5개, KT 3개 부문 1위 등 10개 기업이 복수 산업 1위 기록

- è 삼성전자는 가정용복합기(프린터), 개인용컴퓨터(PC), 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, 이동전화 단말기, TV, 전자제품전문점 등 8개 산업에서 KNPS가 가장 높은 것으로 나타나 최다 산업에서 1위를 차지했다.
- è 그 뒤를 이어 LG생활건강(남성용기초화장품, 샴푸, 섬유유연제, 세탁세제, 치약)이 5개 산업, KT(시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷)가 3개 산업에서 복수 1위를 차지했다.
- è 이 외에도 아모레퍼시픽(여성용기초화장품, 여성용한방화장품), 삼성에버랜드(워터파크, 종합레저시설), 유한킴벌리(생리대, 화장지), 빙그레(가공우유, 아이스크림), 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), 삼성화재(자동차보험, 장기보험) 등이 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2013년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 복수산업 1위 기업

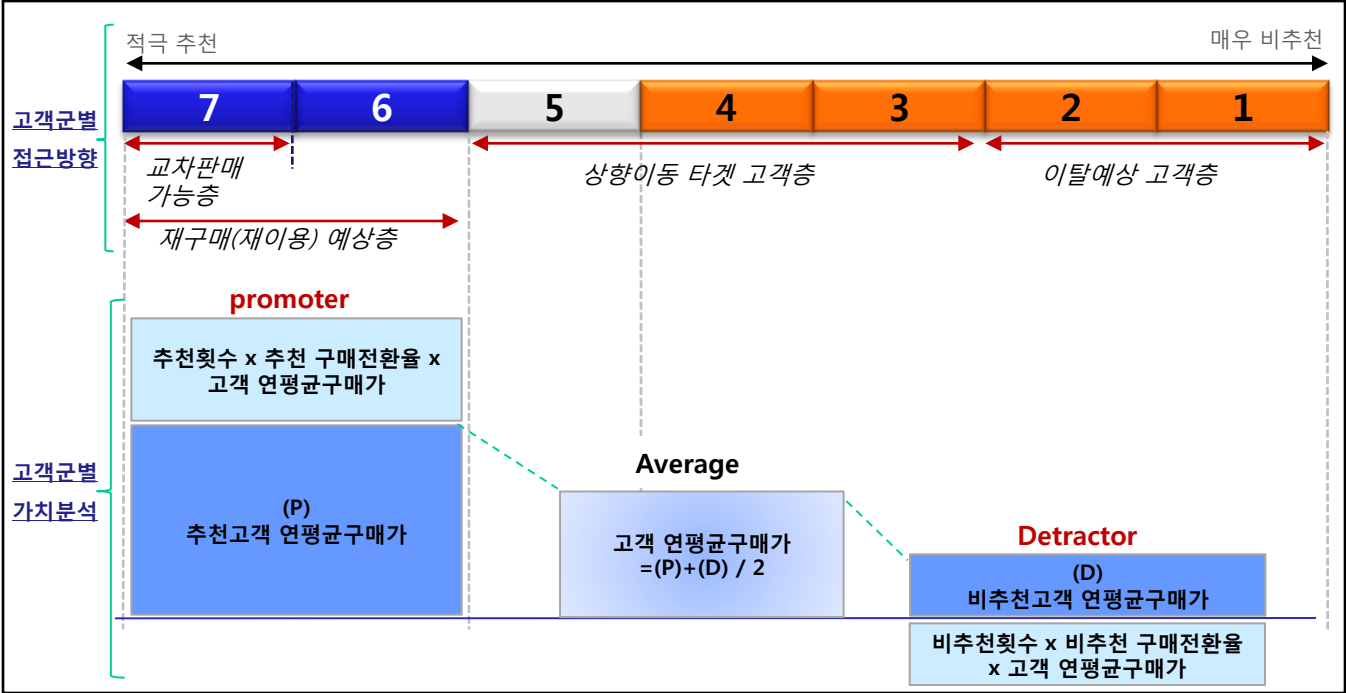
기업명	2013년 KNPS 1위 산업	비고
삼성전자	가정용복합기(프린터), 개인용컴퓨터(PC), 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, 이동전화단말기, TV, 전자제품전문점	8개 산업 1위
LG생활건강	남성용기초화장품, 샴푸, 섬유유연제, 세탁세제, 치약	5개 산업 1위
KT	시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷	3개 산업 1위
아모레퍼시픽	여성용기초화장품, 여성용한방화장품	2개 산업 1위
삼성에버랜드	워터파크, 종합레저시설	
유한킴벌리	생리대, 화장지	
빙그레	가공우유, 아이스크림	
금강제화	정장구두, 캐주얼화	
현대자동차	일반승용차, RV승용차	
삼성화재	자동차보험, 장기보험	

1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언

수익성 있는 성장 달성을 위해 고객추천지수를 적극 활용해야

- 일반적으로 기업의 재무적 성과에는 경기상황, 경쟁구조 등 예측하기 어렵거나 통제하기 힘든 많은 요인들이 영향을 주게 된다. 이러한 환경에서 수익성 있는 성장이 필수적인 경영 현장에서는 오래전 부터 전사적, 장기적 관점의 효과적인 전략으로 '로열티(Loyalty) 경영'을 추진해왔다. 그럼에도 불구하고, 많은 기업들이 고객 로열티를 제대로 측정하고 활용하기 위한 방안을 이해하거나 찾는 데 어려움을 호소하고 있다. 뿐만 아니라 재무적 성과와 연계하여 분석, 입증하는데 어려운 것이 현실이다. 이로 인해 로열티 향상을 위해 선행되어야 할 고객경험(Customer Experience)의 최적화에 대한 투자를 가로 막고 있는 악순환이 반복되고 있다.
- 글로벌화에 따른 산업계의 경쟁강도가 점점 높아지면서, 우리 회사의 제품/서비스가 고객에게 선택받을 수 있는가의 바로미터(barometer)로 고객추천지수에 대한 관심과 도입이 더 활발해 지고 있다. 비록 많은 기업들이 고객만족도와 함께 추천 의향을 측정, 관리하고 있지만, 추천이나 소개와 같은 고객의 특정 행동과 기업의 재무적 성과의 상관관계와 선행지표로서의 설명력에 대한 체계적인 분석은 낮은 수준에 머물러 있다. 고객추천지수를 단순히 또다른 평가 수단으로 쓰이는 단계를 넘어, 미래 성장을 예측하고 향상 시키기 위한 경영혁신 Tool로 적극 활용해야 한다.
- 예를 들어, 적극추천 고객(Promoter)과 비추천 고객(Detractor)의 주요 결과지표(인당 수익성, 재구매율, 고객유지율, 교차판매율 등)와 연계 분석한다면 고객 구매행동에 대한 선행지표로서 활용될 수 있다. 또한 고객을 세분화하고 각 그룹(교차판매 가능층, 재구매 예상층, 이탈 예상층 등)에 제공할 가치를 전략적, 전술적으로 접근하기 위한 방향성을 도출할 수도 있을 것이다. 더 나아가 추천(또는 비추천) 행동에 따른 신규고객(또는 이탈고객)의 그 가치를 추적하여 산출함으로써, 고객로열티를 계량화하고 재무적 성과와 연계할 수 있는 현실적인 수단으로 적극 활용 할 수 있을 것이다. 이처럼 고객추천지수가 장기적인 성장을 위한 발판임을 수치적으로 확인할 수 있다면, 진정한 성장을 달성하는 열쇠가 될 것이다.

재무적 성과 향상을 위한 고객추천지수의 활용

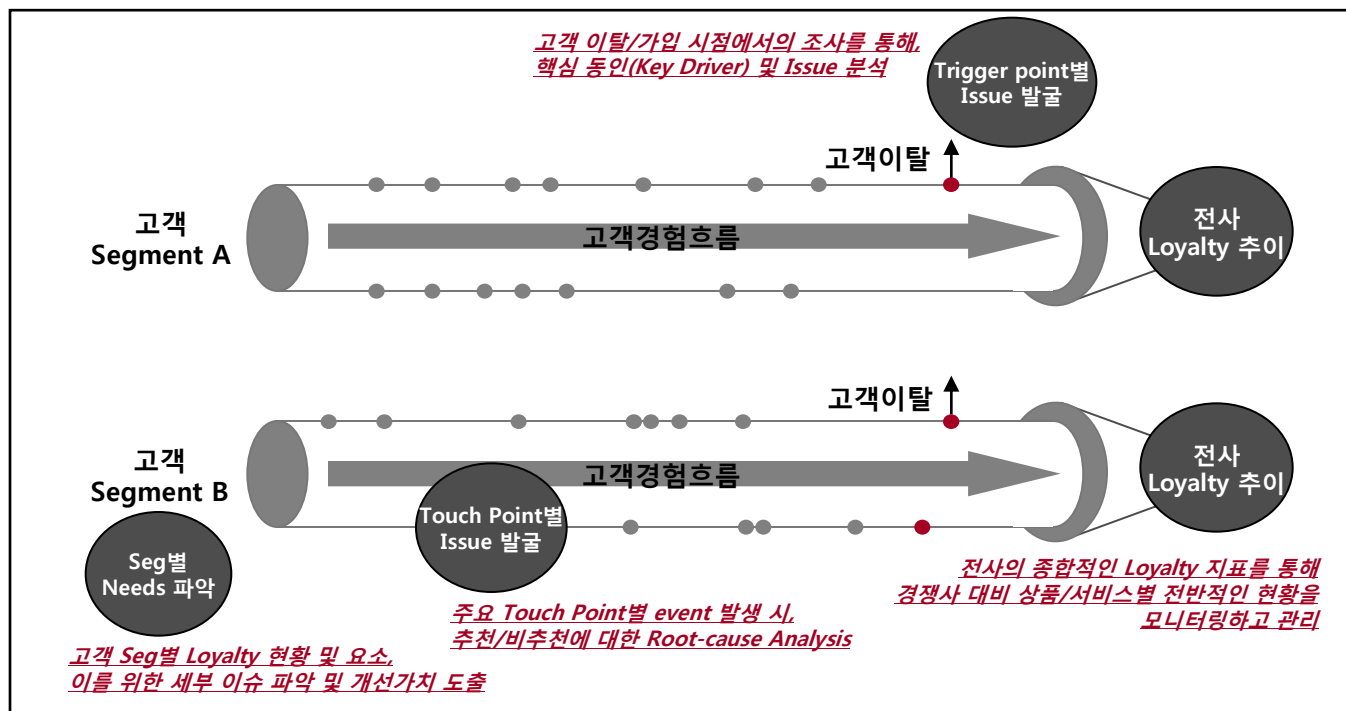


1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

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 적극적이고 활발한 추천을 유도하기 위해서 무엇보다 추천의 동기 와 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 경험 하는 일련의 과정 속에서 인지하게 되는 모든 내적 감정 및 주관적인 반응들을 철저히 파악하고 분석하 여 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 있 다.
- 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. 고객추 천지수를 단순 평가도구가 아니라 '고객경험' 개선의 방법으로 적극 활용해야 하는 것이다. 기업이 제공 하는 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 고객로열 티 향상을 위한 전사 차원의 노력을 한 방향으로 집결시킬 수 있다.

고객경험 흐름에 따른 고객로열티 분석 및 관리

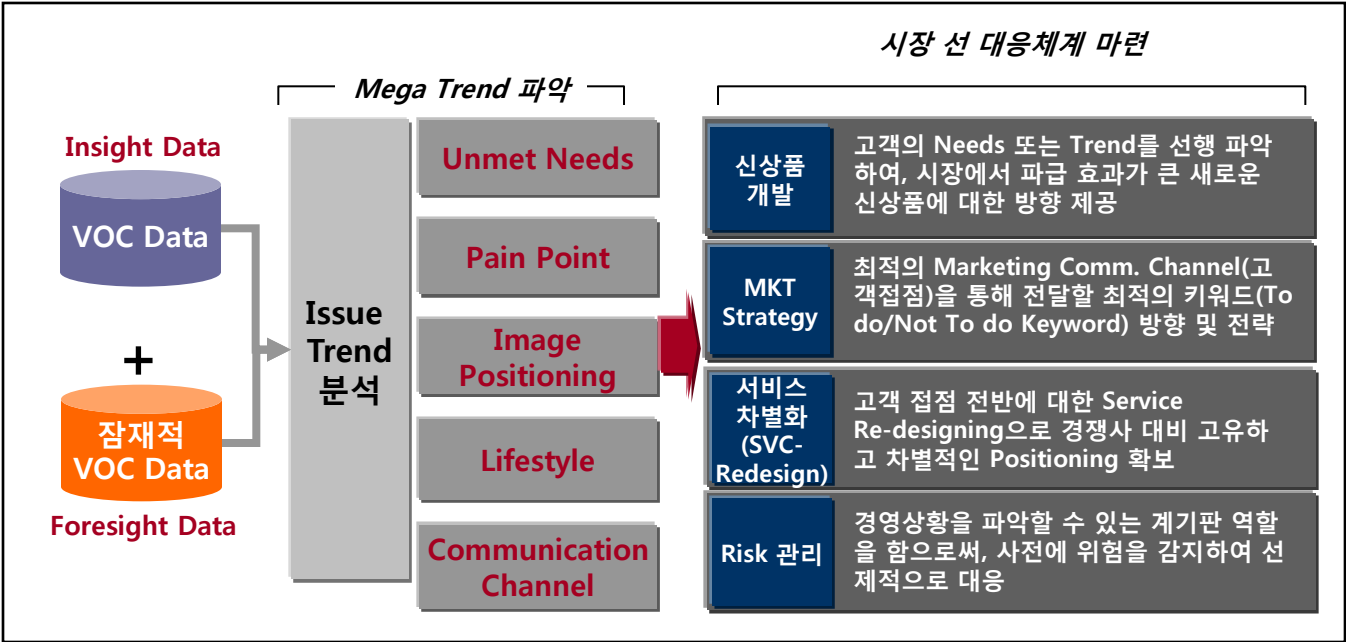


1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

고객의 니즈를 파악하여 고객로열티(Loyalty)의 동인요소를 찾아야

- 상향 표준화된 한국의 소비자들은 가격, 브랜드, 기존 구매 습관과 상관없이 나에게 맞는 것을 구매하는 비규정형 소비행태를 보이고 있으며, 니즈의 변화 속도도 점점 빨라지고 있다. 또한, 소셜미디어 시대에 온라인 상에서의 다양한 정보교환이 이루어지고, 이것이 실제 구매에 상당한 영향을 미치고 있다. 이러한 환경에서 기업은 차별화되지 못한 상품 또는 서비스로 고객들의 추천을 이끌어 내기에 한계를 느끼고 있으며, 빠르게 변화하는 고객 니즈에 선도적으로 대응하는 것이 더욱 중요해지고 있다. 이를 위해, 기업은 콜센터의 녹취록, SNS, 블로그 등에서 고객니즈를 사전에 민감하게 포착하여 향후 트렌드에 대한 선행 수집을 해야 한다. 그 분석 결과를 선도적으로 상품 및 서비스에 반영해야 하며, 고객에 대한 통찰력을 기반으로 트렌드보다 한 발 앞서 가치를 제공해야 한다. 이처럼 트렌드를 읽고 시장기회와 고객 가치를 창조하는 기법으로 'VOC 마이닝(VOC Mining)'이 주목받고 있다.
- VOC 마이닝은 기존의 리서치 방법과 완전한 차별성을 가지고 있다. 내외부의 다양한 VOC Source에서 방대한 데이터를 스스로 분석함으로써 다양한 고객들의 인지 및 행동에 대한 이슈를 분석하고 기업에 적합하게 고객 니즈를 분석 및 적용함으로써 트렌드를 리딩하는 차별화 전략을 도출할 수 있게 해준다. 이를 통해 고객 트렌드 변화에 맞춰 새로운 비즈니스 기회를 찾아 신상품 개발, 마케팅 전략 수립, 서비스 차별화에 활용할 수 있으며, 그 결과 시장 및 고객의 라이프 스타일에 근거한 다양한 신상품과 차별화된 서비스를 신속하게 디자인하고 고객에게 제공할 수 있게 된다. 고객에게 전달된 자사만의 차별화된 가치는 고객 만족도를 향상시키고 충성도를 강화함으로써 추천의향을 이끌어낼 수 있다.
- 파악된 고객니즈를 빠르게 피드백(개선 및 반영)함으로써 말없이 떠나게 하는 잠재 불만요인(Pain-Point)을 제거하고 고객에게 깊은 인상을 심어주는 차별적 감동경험 요인(Bliss-Point) 발굴하여 긍정적 고객 경험을 통해 고객 로열티를 향상시켜야 한다. 이렇듯 고객추천지수를 단순히 지표로 채택하여 평가도구로만 보는 것이 아니라 '고객경험' 개선의 방법으로 적극 활용할 수 있다.

VOC Mining을 통한 시장 선 대응체계



1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

고객 경험 차별화를 통한 전략 및 실행 기반을 효과적으로 마련해야

고객 로열티는 주요 고객 접점(Touch Point)별로 경쟁사보다 차별화된 고객만족 경험으로부터 나오게 되며, 제품과 서비스의 기능적(이상적)인 가치보다는 제품, 서비스, 직원, 커뮤니케이션 등을 보고 느낀 감성적인 가치에 의해 형성된다. 이 때문에 앞장에서 언급했듯이 세분화된 고객군 및 각 단계별 로열티 동인 요소(Loyalty driver), 즉 고객의 니즈를 파악하여 부정적인 경험을 제거하고 기대이상의 긍정적인 경험을 극대화해 나가는 노력이 수반되어야 한다. 고객들은 더 이상 매스컴을 대놓고 믿거나 현혹되지 않으며, 본인이 남다른 경험을 하거나 혹은 다른 사람의 특별한 경험에 대한 이야기를 오히려 더 신뢰한다. 고객추천을 높이기 위해 경험 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 재구매는 물론 나아가 적극적으로 입 소문을 내주는 적극추천고객이 될 수도 있다. 이러한 성공여부를 결정하는데 중요한 것은 차별을 위한 '차별' 자체가 아니라, 일관된 색깔이며 또 고객에게 매력적(고객가치 기반)인가 하는 점이다. 따라서 차별화는 한 방향으로 전략적으로 추진되고 내재화 되어야 하며, 구성원들은 고객과의 약속에 부합하는 가치를 전달해야 한다. 이를 위해 체계적인 고객 경험 차별화 전략 수립이 요구된다.

KMAC의 경험 차별화 전략 수립 모델인 'CECOR' 모델은 단순히 고객니즈를 파악해 접점서비스를 개선하는 것과 다르다. 일관된 컨셉하에 차별적 경험을 제공하기 위해서는 기업 내부의 역량과 인프라 또한 뒷받침되어야 하기 때문에, 기업 내부에 대한 진단과 인프라 개선에 대한 부분까지 포함해 전사 전략을 포괄하는 특징을 가진다. 따라서 경험 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.

고객경험 차별화 전략 수립을 위한 KMAC CECOR™ Framework

