

문서번호 : KMAC 제 2016-1691호

2016. 12. 19

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 : **2016년도(제10차) 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 19일(월) 조간(방송은 12월 18일 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 : 2016년 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 특징
- 5) 산업별 KNPS 1위 기업

다. 제 3 부 : 2016년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

- 1) 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언. 끝.

한국능률협회컨설팅
대표이사 김 종 립

1. KNPS 정의

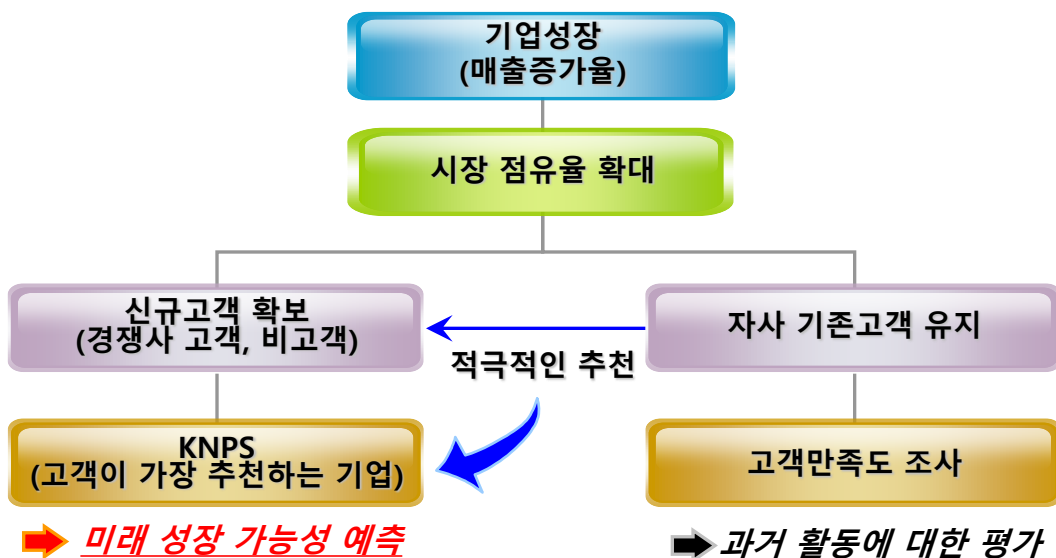
상품 또는 서비스에 대한 고객의 타인추천의향 정도를 조사하여 지수화

- 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 적극적이지 않은 고객비율을 뺀 '순 추천 고객비율'을 측정하는 개념으로 고객이 특정 기업을 타인에게 추천하고자 하는 의향을 한국적 특성에 맞는 모델로 조사하고 있다.
- 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

- 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 해준다는데 큰 의미가 있다.



3. KNPS 측정 모델 및 분석 방법

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, " $KNPS = Top2 - Bottom4 = (6\sim7\text{점})\text{응답비율} - (1\sim4\text{점})\text{응답비율}$ "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

$$\text{적극추천 응답비율 (\%)} - \text{비추천 응답비율 (\%)} = \text{고객이 가장 추천하는 기업 (KNPS) 지수 (\%)}$$

1. KNPS 조사 설계

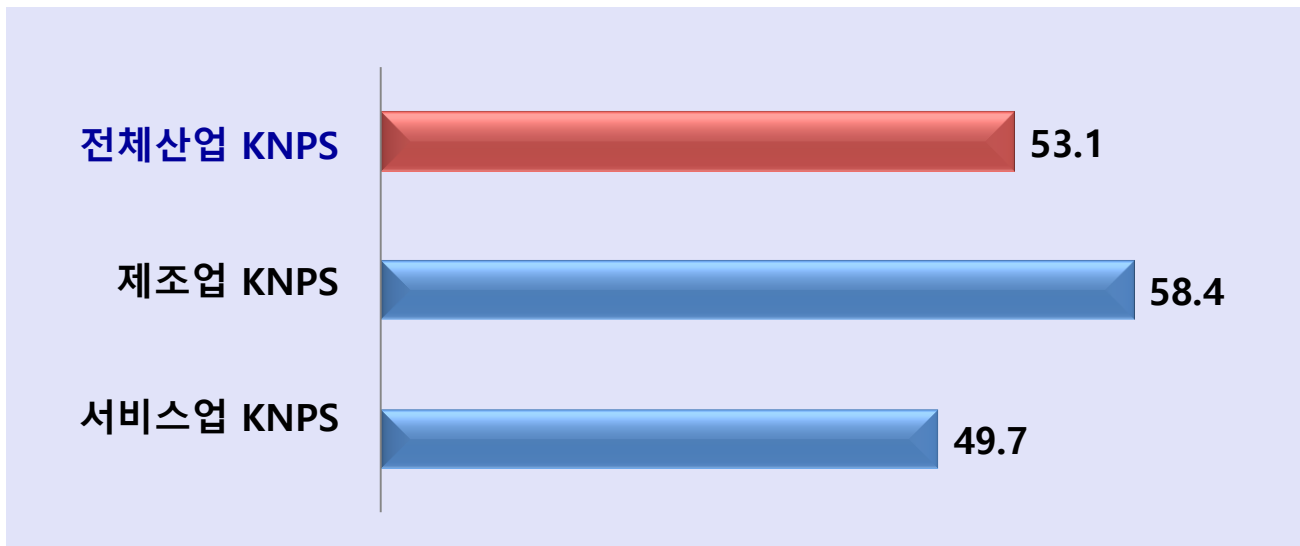
제조업 50개, 서비스업 48개 등 총 98개 산업에서 KNPS 1위 기업 선정

- ➔ 지난 2007년 첫 발표 이후 올해로 열 번째를 맞이하고 있는 KNPS는 소비재 제조업 29개, 내구재 제조업 21개, 서비스업 48개 등 총 98개 산업에 대해 조사를 진행하고 각 산업별 1위 기업을 선정하였다.
- ➔ 특히, 올해는 시장이 크게 확대 및 성숙되며 국민 실생활과 연관도가 높아진 블랙박스, 렌터카 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: 11,200개
 - 3) 표본추출방법: 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/지역별, 인구별, 성별을 고려한 할당
 - 4) 조사 방법: 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
 - 5) 조사 지역: 서울, 수도권 및 6대 광역시(부산, 대구, 대전, 인천, 광주, 울산)
 - 6) 조사 기간: 2016년 4월 15일 ~ 8월 23일
 - 7) 조사대상산업: 소비재 제조업, 내구재 제조업, 서비스업 등 총 98개 산업(328개 기업)
(※ 아래 조사대상산업 및 기업 참조)

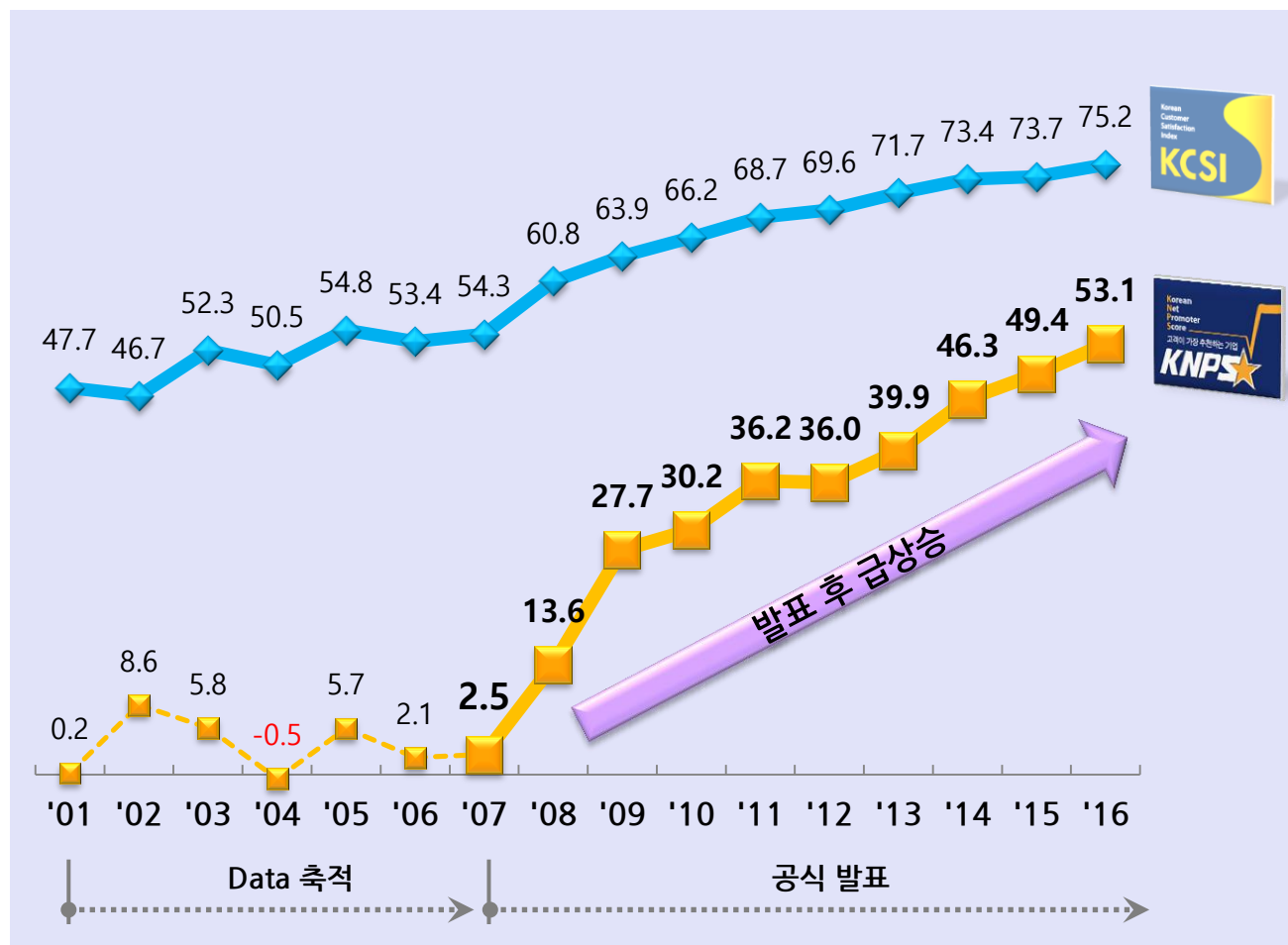
산업부문	2016년 KNPS 조사 대상 산업
소비재 제조업 (29개)	1) 간장 2) 고추장 3) 과자 4) 맥주 5) 소주 6) 식용유 7) 아이스크림 8) 우유 9) 유 산 균 발 효 유 10) 음료 11) 참치 캔 12) 홍삼 가공 식품 13) 남성 내 의 14) 남성용기초화장품 15) 남성정장 16) 담배 17) 생리대 18) 샴푸 19) 섬유유연제 20) 세탁세제 21) 아웃도어의류 22) 여성 내 의 23) 여성용기초화장품 24) 여성용한방화장품 25) 정장구두 26) 주방세제 27) 치약 28) 캐주얼화 29) 화장지
내구재 제조업 (21개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 가정용에어컨 3) 가정용정수기 4) 개인용컴퓨터(PC) 5) 김치냉장고 6) 냉장고 7) 사무용복합기(복사기) 8) 세탁기 9) 이동전화단말기(스마트폰) 10) 전기밥솥 11) TV 12) 가정용가구 13) 가정용보일러 14) 경형승용차 15) 부엌가구 16) 블랙박스(신규발표) 17) 승용차타이어 18) 일반승용차 19) 침대 20) 디지털피아노 21) RV승용차
서비스업 (48개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 은행 4) 자동차보험 5) 장기보험 6) 증권 7) 체크카드 8) 대형마트 9) 대형서점 10) 대형슈퍼마켓 11) 면세점 12) 백화점 13) 소셜커머스 14) 영화관 15) 오픈마켓 16) 인터넷서점 17) 인터넷쇼핑몰 18) 전자제품전문점 19) 제과/제빵점 20) 치킨프랜차이즈 21) 커피전문점 22) 패밀리레스토랑 23) 패스트푸드점 24) 편의점 25) 프리미엄아울렛 26) 피자전문점 27) 학습지 28) TV홈쇼핑 29) 검색포탈사이트 30) 국제전화 31) 시내/시외전화 32) 이동전화 33) 인터넷전화 34) 인터넷TV(IPTV) 35) 초고속인터넷 36) 고속버스 37) 렌터카(신규발표) 38) 무인경비 39) 스키장 40) 여행사(해외여행) 41) 워터파크 42) 저비용항공 43) 종합레저시설 44) 종합병원 45) 주유소 46) 콘도미니엄 47) 택배 48) 항공

2. KNPS 전체 특징

1) 2016년 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)



1) 2016년 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)



2. KNPS 전체 특징(계속)

98개 산업 중 89개 산업이 지수 상승, 산업 전체 KNPS 지수 처음으로 50점 넘어

- 금년도 KNPS 분석 결과, 산업전체 KNPS 지수는 전년 대비 3.7점 상승한 53.1으로 처음으로 50점을 넘은 것으로 나타났으며, 제조업은 58.4(전년대비 ▲3.5), 서비스업이 49.7(전년대비 ▲3.9)을 기록하였다. 또한 98개 산업 중 89개 산업에서 고객추천의향이 상승한 것으로 드러났다.
- 산업 전체 KNPS 지수는 전년도의 3.1점에 이어 올해 3.7점의 큰 상승폭을 기록함. 전년도부터 대두된 경기 축소 및 사회 이슈들로 인해 소비 심리 위축이 지속되고 있으나, 이를 극복하기 위한 각 기업의 끊임 없는 고객만족 제고 및 차별화된 고객경험 제공을 위한 노력이 고객들의 추천 심리에 작용한 것으로 판단된다.
- 특히 산업전체에 대한 고객들의 추천 의향이 최초로 50점을 넘어섰고 제조업은 58점대에 달한다는 것은 그만큼 고객들이 우리나라 산업에 대한 자부심이 크다는 의미이며, 특히 가전 및 디지털 가전, 자동차를 중심으로 한 제조업의 우수성을 고객들도 매우 높게 인정하는 의미인 것이다.
- 한편 KNPS 전체 지수 추이를 보면 2001년부터 2006년까지는 고객 추천 지수의 수준이 높지 않았으며, 심지어 음수(마이너스)를 기록한 해도 있었으나 KMAC에서 공식발표한 2007년을 기점으로 각 산업 및 기업에서 '고객 추천'에 대한 중요성을 깨닫고 로열티(Loyalty)에 많은 관심을 갖으면서 이를 관리하기 시작해 그 후 큰 폭의 상승을 이어감을 볼 수 있다.

17개 기업(22개 산업)이 10년 동안 한번도 1위 내주지 않아

- 올해로 10년째를 맞는 KNPS에서 한번도 1위를 놓치지 않은 10년 연속 1위는 22개 산업의 17개 기업으로 나타났으며, 제조업이 13개, 서비스업이 9개로 나타나 유형적 제품을 기반으로 한 제조업이 고객추천 1위 유지에 대한 안정성이 더 큰 것을 볼 수 있었다.
- 전년도 KNPS 조사결과 대비 1위 기업 변동 현황을 분석한 결과 제조업은 50개 산업 중 3개 산업이 변경되어 약 6%의 변동률을 보였으며, 서비스업은 48개 산업 중 9개 산업이 변경되어 약 19%의 변동률을 기록하여 전체적으로는 약 12%의 변동율을 보였다.
- 금년 KNPS 조사대상 산업 총 98개 산업에서 선정된 1위 기업을 KCSI(한국산업의 고객만족도) 결과와 비교한 결과 13개 산업을 제외한 85개 산업(87%)에서 1위 기업이 중복되는 것으로 나타나 고객만족도가 높은 기업이 고객추천도 역시 높은 것으로 나타났다.

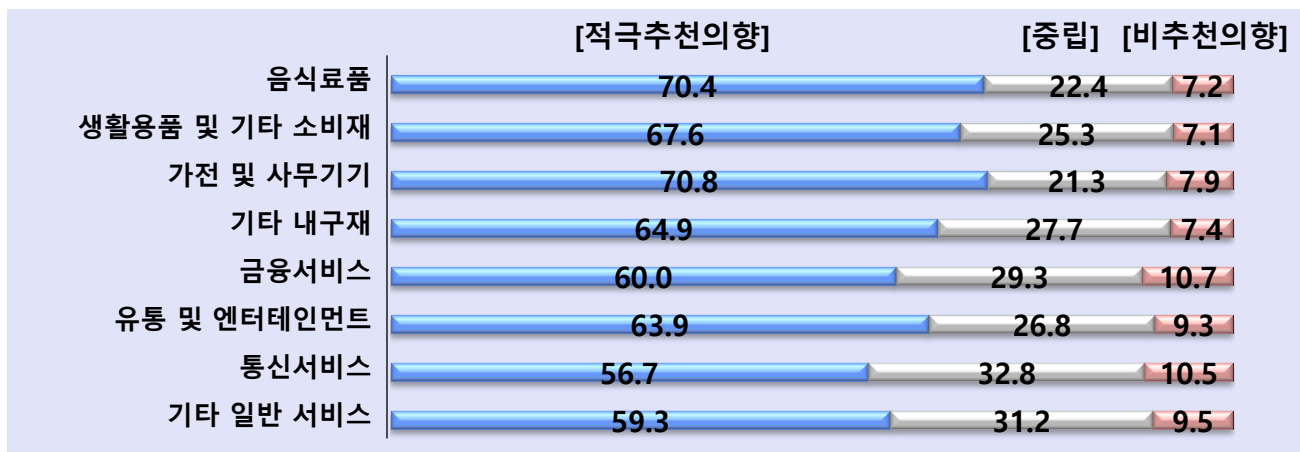
2. KNPS 전체 특징(계속)

3) 분야별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)

① 분야별 KNPS 지수



② 분야별 추천/비추천 비율



소비재 등 제조업 추천지수 높으나, 금융 및 통신 서비스 추천을 낮아

- 총 98개의 조사대상 산업을 제조업과 서비스업으로 구분했을 때 두 분류간의 차이는 전년도와 동일한 모습을 보이는 것으로 나타났다. 제조업은 57.5점을 기록한 기타 내구재를 제외한 전 분야가 60점 이상의 점수를 기록한 반면, 서비스업은 유통 및 엔터테인먼트를 제외한 나머지 3개 분야가 50점 이하의 점수를 기록했다.
- 세부적으로는 제조업의 음식료품, 가전 및 사무기기는 60점을 넘는 점수를 기록해 고객들이 가장 추천하는 분야였으며 생활용품 및 기타 소비재도 이에 못지 않은 추천율을 보이고 있다. 반면 국민들의 일상과 가장 밀접해 있는 금융과 통신 서비스업은 지속적인 추천지수 향상을 기록하고 있으나 여전히 타 산업 대비 추천지수가 낮은 영역으로 분류되었다.
- 산업별 추천/비추천 비율을 살펴 봤을 때, 금융서비스 및 통신서비스와 함께 전년도에 비추천 의향이 10%가 넘었던 유통 및 엔터테인먼트 산업은 적극추천의향은 증가하고 비추천의향은 감소한 모습을 보이는 반면, 금융 및 통신 서비스는 올해도 비추천의향이 10%가 넘는 모습을 보여 고객들의 비추천 원인에 대한 면밀한 분석 및 보완 활동이 필요시 될 것으로 판단된다. 특히 통신 서비스는 가장 낮은 적극추천의향(56.7%)으로 조사되어 Loyalty 높은 고객 확보가 우선 과제인 것으로 나타났다.

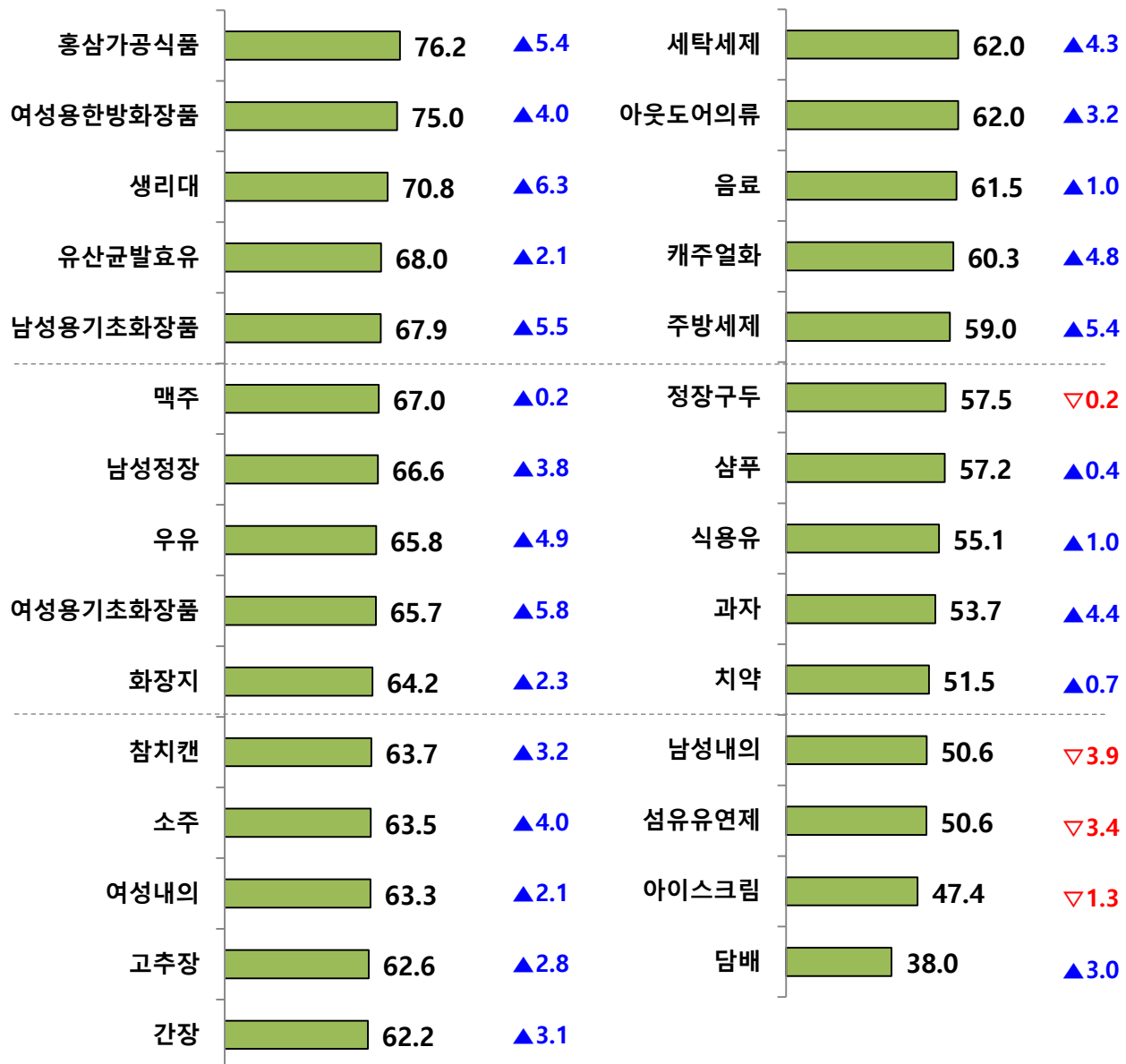
3. 산업별 KNPS 주요 특징

1) 소비재 제조업의 KNPS 특징

홍삼가공식품, 여성용한방화장품이 최상위권, 대부분 산업에서 성장폭 나타나

- 소비재 제조업 부문에서는 홍삼가공식품(76.2점), 여성용한방화장품(75.0점) 산업이 75점 대의 높은 KNPS 지수를 나타내며 최상위권을 이뤘다.
- 전년 지수 대비 생리대(▲6.3점), 여성용기초화장품(▲5.8점), 남성용기초화장품(▲5.5점), 홍삼가공식품(▲5.4점), 주방세제(▲5.4점) 산업 등이 큰 폭으로 상승하였고, 정장구두, 남성내의, 섬유유연제, 아이스크림 등은 다소 하락세를 보였다.

소비재 제조업 산업별 KNPS



※ 괄호()안은 '15년 KNPS 지수대비 증감 차이임

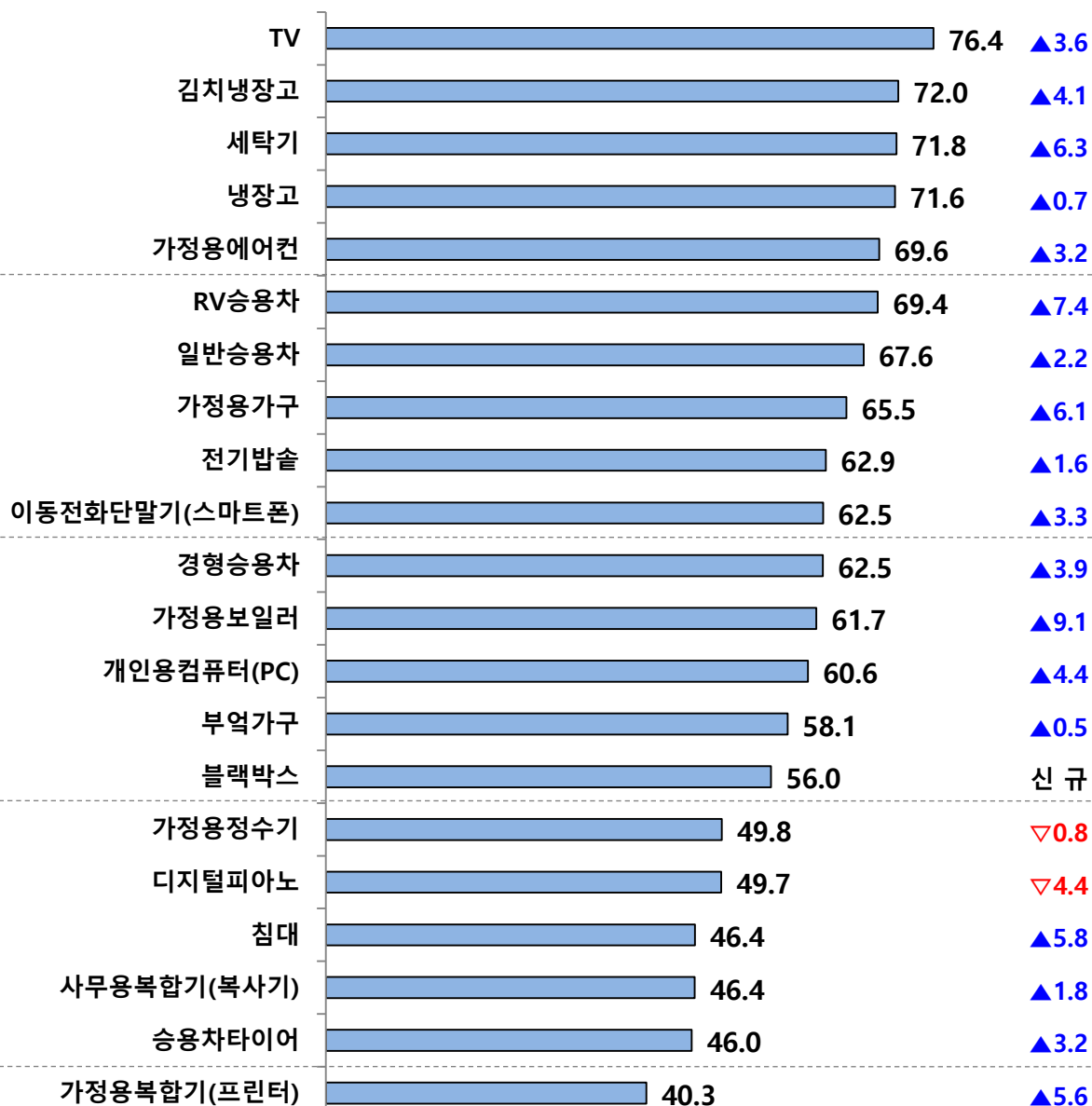
3. 산업별 KNPS 주요 특징(계속)

2) 내구재 제조업의 KNPS 특징

생활가전산업이 최상위권을 형성, RV승용차, 가정용보일러 산업의 KNPS 지수가 약진

- 2016년 내구재 제조업 부문에서 가장 높은 KNPS 지수를 나타낸 산업은 76.4점을 기록한 TV 산업이며, 김치냉장고(72.0), 세탁기(71.8), 냉장고(71.6), 가정용에어컨(69.6) 산업 등이 뒤를 이어 생활가전 관련 산업이 높은 고객추천지수를 나타냈다.
- 한편 대부분 기업의 추천 지수가 상승한 가운데 가정용 보일러 산업이 전년 대비 9.1점 상승해 가장 큰 상승폭을 나타냈으며, RV승용차(▲7.4점), 가정용가구(▲6.1점) 등이 높은 상승폭을 나타냈다.

내구재 제조업 산업별 KNPS



※ 괄호()안은 '15년 KNPS 지수대비 증감 차이임

3. 산업별 KNPS 주요 특징(계속)

3) 서비스업의 KNPS 특징

대다수의 산업이 지속적인 고객추천의향 성장, 워터파크와 대형슈퍼마켓 전년대비 큰 성장

- 서비스업의 KNPS 지수는 검색포탈사이트 산업을 제외한 전 산업이 전년대비 상승하였으며, 영화관(71.0점)이 가장 높은 고객추천의향을 나타냈다.
- 면세점 산업이 64.3점으로 그 뒤를 이은 가운데, 대형서점(64.0점), 소셜커머스(63.7점), 전자제품전문점(63.4점)이 높은 KNPS 지수를 나타냈다.
- 워터파크(▲8.4점), 대형슈퍼마켓(▲8.3점), 인터넷쇼핑몰(▲7.6점), 여행사(해외여행)(▲7.3점), 제과/제빵점(▲7.2점) 등의 산업은 전년대비 큰 폭의 지수상승이 있었다.

서비스업 산업별 KNPS

영화관	71.0	▲4.2	시내/시외전화	51.9	▲2.3
면세점	64.3	▲2.5	여행사(해외여행)	51.0	▲7.3
대형서점	64.0	▲4.2	주유소	50.8	▲6.2
소셜커머스	63.7	▲2.4	커피전문점	49.8	▲3.1
전자제품전문점	63.4	▲5.1	스키장	49.3	▲2.6
피자전문점	62.9	▲5.2	콘도미니엄	47.4	▲3.7
고속버스	61.8	▲5.3	무인경비서비스	47.1	▲3.0
인터넷서점	61.6	▲4.3	장기보험	47.0	▲3.2
프리미엄아울렛	61.3	▲6.0	학습지	45.7	▲1.1
렌터카	60.9	▲5.4	신규 인터넷TV(IPTV)	45.4	▲3.6
패스트푸드점	59.0	▲5.4	대형마트	45.3	▲3.2
워터파크	57.9	▲8.4	저비용항공	45.1	▲3.1
은행	57.7	▲5.5	종합병원	44.0	▲1.7
제과/제빵점	55.6	▲7.2	검색포탈사이트	43.8	▽1.0
치킨프랜차이즈	55.1	▲3.3	국제전화	43.6	▲2.6
종합레저시설	55.1	▲4.3	택배	43.4	▲2.8
오픈마켓	54.9	▲2.4	이동전화	43.3	▲5.0
체크카드	54.7	▲6.8	생명보험	42.0	▲0.5
백화점	54.0	▲4.9	패밀리레스토랑	41.7	▲3.2
초고속인터넷	53.8	▲5.9	신용카드	41.7	▲3.7
항공서비스	53.2	▲3.2	인터넷전화	41.5	▲1.4
TV홈쇼핑	53.1	▲6.0	대형슈퍼마켓	39.8	▲8.4
자동차보험	52.9	▲5.4	편의점	39.4	▲6.1
인터넷쇼핑몰	52.5	▲7.6	증권	35.1	▲3.7

※ 괄호()안은 '15년 KNPS 지수대비 증감 차이임

4. 산업별 KNPS 1위 기업 특징

1) 전년 대비 1위 변동 산업

총 12개 산업에서 2015년도 대비 KNPS 1위 기업 변동 나타나

→ 2016년 KNPS 조사결과 소비재(2개) 및 내구재(1개) 제조업 3개 산업, 서비스업 9개 산업 등 총 12개 산업에서 지난 2015년 대비 KNPS 1위 기업에 변동이 있는 것으로 나타났다.
(※ 2015년에는 21개 산업 변동)

2016년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 변동 기업

산업명		2016년 KNPS 1위 기업	2015년 KNPS 1위 기업
소비재 (2개)	과자	크라운제과	해태제과
	아웃도어의류	노스페이스	블랙야크
내구재 (1개)	가정용정수기	청호나이스	코웨이
서비스 (9개)	오픈마켓	11번가	옥션
	인터넷서점	알라딘	YES24
	치킨프랜차이즈	BHC치킨	BBQ치킨
	커피전문점	스타벅스	엔제리너스
	패스트푸드점	버거킹	롯데리아
	편의점	GS25	CU
	인터넷TV(IPTV)	KT	SK브로드밴드
	주유소	S-OIL	SK에너지(SK주유소)
	택배	CJ대한통운	한진택배

4. 산업별 KNPS 1위 기업 특징(계속)

2) 10년 연속 KNPS 1위 기업

총 22개 산업(17개 기업)에서 KNPS 10년 연속 1위 유지

- 올해로 발표 10년을 맞은 KNPS에서 10년 동안 줄곧 고객들로부터 최고의 추천을 받은 산업은 소비재 6개, 내구재 7개 및 서비스업 9개 산업으로 나타나 총 22개 산업으로 집계되었으며, 기업수로는 17개 기업인 것으로 나타났다.
- 10년 연속 1위가 유지된 산업은 소비재 제조업의 약 21%, 내구재 제조업의 약 33%, 서비스업의 약 19%로서 내구재 제조업에 속한 기업들의 고객 추천을 높이기 위한 활동이 우수한 것을 볼 수 있다.

고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 지수 10년 연속 1위 기업

산 업		10년 연속 1위 기업
소비재 (6개 산업/ 5개 기업)	고추장	대상(청정원)
	참치캔	동원F&B(동원참치)
	남성정장	삼성물산(구,제일모직)
	정장구두	금강제화
	캐주얼화	
	화장지	유한킴벌리
내구재 (7개 산업/ 4개 기업)	가정용에어컨	LG전자
	개인용컴퓨터(PC)	삼성전자
	이동전화단말기(스마트폰)	
	TV	
	부엌가구	한샘
	일반승용차	현대자동차
	RV승용차	
서비스업 (9개 산업/ 8개 기업)	생명보험	삼성생명
	증권	삼성증권
	대형서점	교보문고
	검색포탈사이트	네이버
	시내/시외전화	KT
	초고속인터넷	
	이동전화	SK텔레콤
	고속버스	금호고속
	종합레저시설	에버랜드

4. 산업별 KNPS 1위 기업 특징(계속)

3) 복수 산업 KNPS 1위 기업

삼성전자 8개, KT 4개, 삼성물산, 아모레 3개 부문 1위 등 15개 기업이 복수 산업 1위 기록

- ➔ 삼성전자는 가정용복합기(프린터), 개인용컴퓨터(PC), 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, 이동전화단말기(스마트폰), TV, 전자제품전문점 등 8개 산업에서 KNPS가 가장 높은 것으로 나타나 최다 산업에서 1위를 차지했다.
- ➔ 그 뒤를 이어 KT(시내/시외전화, 인터넷전화, 인터넷TV(IPTV), 초고속인터넷)가 4개 산업에서 복수 1위의 자리를 차지 했으며, 삼성물산(남성정장, 워터파크, 종합레저시설), 아모레퍼시픽(남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품)이 3개 산업에서 복수 1위를 차지했다.
- ➔ 이 외에도 삼성화재(자동차보험, 장기보험), 한샘(가정용가구, 부엌가구), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), 현대홈쇼핑(인터넷쇼핑몰, TV홈쇼핑), CJ라이온(세탁세제, 주방세제), GS리테일(대형슈퍼마켓, 편의점), 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 대상(간장, 고추장), 롯데주류(맥주, 소주), 애경(삼푸, 치약), 유한킴벌리(생리대, 화장지)가 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2016년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 복수산업 1위 기업

기업명	2016년 KNPS 1위 산업	비고
삼성전자	가정용복합기(프린터), 개인용컴퓨터(PC), 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, 이동전화단말기(스마트폰), TV, 전자제품전문점	8개 산업
KT	시내/시외전화, 인터넷전화, 인터넷TV(IPTV), 초고속인터넷	4개 산업
삼성물산	남성정장, 워터파크, 종합레저시설	3개 산업
아모레퍼시픽	남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품	
삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업
한샘	가정용가구, 부엌가구	
현대자동차	일반승용차, RV승용차	
현대홈쇼핑	인터넷쇼핑몰, TV홈쇼핑	
CJ라이온	세탁세제, 주방세제	
GS리테일	대형슈퍼마켓, 편의점	
금강제화	정장구두, 캐주얼화	
대상(청정원)	간장, 고추장	
롯데주류	맥주, 소주	
애경	삼푸, 치약	
유한킴벌리	생리대, 화장지	

5. 산업별 KNPS 1위 기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	간장	대상(청정원)	대상(청정원)(63.6), 샘표식품(61.1)	2년 연속
2	고추장	대상(청정원)	대상(청정원)(64.3), CJ제일제당(해찬들)(61.1)	10년 연속
3	과자	크라운제과	크라운제과(57.0), 오리온(55.7), 해태제과(54.2), 롯데제과(51.2)	'15년 1위 : 해태제과
4	맥주	롯데칠성음료(클라우드)	롯데칠성음료(클라우드)(70.9), OB맥주(카스포함)(68.0), 하이트진로(63.1)	2년 연속
5	소주	롯데칠성음료(주류BG)	롯데칠성음료(주류BG)(65.7), 하이트진로(64.3), 금북주(59.4), 무학(58.6)	2년 연속
6	식용유	사조해표(해표)	사조해표(해표)(56.9), CJ제일제당(백설표)(53.8)	4년 연속
7	아이스크림	빙그레	빙그레(50.3), 롯데제과(47.5), 롯데푸드(47.3), 해태제과(42.2)	9년 연속
8	우유	서울우유	서울우유(66.7), 남양유업(65.8), 매일유업(62.0)	9년 연속
9	유산균발효유	한국야쿠르트	한국야쿠르트(71.2), 매일유업(65.2), 남양유업(63.8)	4년 연속
10	음료	동아오츠카	동아오츠카(66.5), 한국코카콜라(61.7), 롯데칠성음료(60.9), 웅진식품(55.9)	2년 연속
11	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(67.7), 오투기(오투기참치)(56.5), 사조해표(사조참치)(50.3)	10년 연속
12	홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)	한국인삼공사(정관장)(76.7), 농협홍삼(한삼인)(74.8)	4년 연속

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
13	남성내의	좋은사람들	좋은사람들(52.4), 쌍방울(50.4), BYC(49.6)	5년 연속
14	남성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(70.2), 소망화장품(68.0), LG생활건강(63.7)	3년 연속
15	남성정장	삼성물산	삼성물산(68.3), LF(65.7), 파크랜드(65.3)	10년 연속
16	담배	한국필립모리스 (말보로)	한국필립모리스(말보로)(40.0), B.A.T.코리아(던힐)(38.2), KT&G(36.9)	8년 연속
17	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(73.6), 한국P&G(67.0), LG유니참(65.7)	5년 연속
18	샴푸	애경	애경(61.1), 아모레퍼시픽(57.5), LG생활건강(56.8), 한국P&G(56.4), 유니레버코리아(51.8)	3년 연속
19	섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(55.0), 피죤(53.8), 한국P&G(47.0), 옥시 레킷벤키저(36.2)	4년 연속
20	세탁세제	CJ라이온	CJ라이온(67.2), LG생활건강(59.8), 애경(59.1)	3년 연속
21	아웃도어의류	노스페이스	노스페이스(65.6), 코오롱스포츠(63.4), 블랙야크(61.6), K2(60.4), 네파(60.1)	'15년 1위 : 블랙야크
22	여성내의	신영와코루 (비너스)	신영와코루(비너스)(64.7), 남영비비안(비비안)(62.0)	6년 연속
23	여성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(67.4), LG생활건강(61.2)	2년 연속
24	여성용한방화장품	아모레퍼시픽 (설화수)	아모레퍼시픽(설화수)(76.9), LG생활건강(후, 수려한)(69.8)	5년 연속
25	정장구두	금강제화	금강제화(60.7), 소다(57.8), 탠디(53.6), 형지에스콰이아(에스콰이아)(51.4)	10년 연속
26	주방세제	CJ라이온	CJ라이온(62.7), 애경(59.5), LG생활건강(55.3)	6년 연속
27	치약	애경	애경(55.3), LG생활건강(52.0), 아모레퍼시픽(48.4)	3년 연속
28	캐주얼화	금강제화 (랜드로바)	금강제화(랜드로바)(61.8), 형지에스콰이아(영에이지)(55.8)	10년 연속
29	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(65.4), 깨끗한나라(64.8), 모나리자(61.7)	10년 연속

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	가정용복합기 (프린터)	삼성전자	삼성전자(45.9), 한국엡손(38.2), 한국휴렛팩커드(35.8), 캐논코리아비즈니스솔루션(35.3)	7년 연속
2	가정용에어컨	LG전자	LG전자(71.2), 삼성전자(70.4), 대유위니아(58.5)	10년 연속
3	가정용정수기	청호나이스	청호나이스(52.7), 코웨이(48.3)	'15년 1위 : 코웨이
4	개인용컴퓨터(PC)	삼성전자	삼성전자(63.6), LG전자(57.1), 한국휴렛팩커드(48.9)	10년 연속
5	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(75.3), 대유위니아(72.3), LG전자(67.2)	6년 연속
6	냉장고	삼성전자	삼성전자(74.2), LG전자(67.8)	8년 연속
7	사무용복합기 (복사기)	캐논코리아 비즈니스솔루션	캐논코리아비즈니스솔루션(55.1), 한국후지제록스(52.7), 신도리코(35.7)	3년 연속
8	세탁기	삼성전자	삼성전자(74.1), LG전자(69.1)	8년 연속
9	이동전화단말기 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(63.3), 애플(아이폰)(62.4), LG전자(59.2)	10년 연속
10	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(66.9), 리홈첸(52.3)	5년 연속
11	TV	삼성전자	삼성전자(77.3), LG전자(75.3)	10년 연속
12	가정용가구	한샘	한샘(67.1), 까사미아(66.4), 현대리바트(64.5), 에몬스가구(63.1)	2년 연속
13	가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(65.2), 경동나비엔(62.5), 귀뚜라미보일러(58.7)	9년 연속
14	경형승용차	한국지엠	한국지엠(65.0), 기아자동차(61.1)	3년 연속
15	디지 털피아노	야마하뮤직코리아	야마하뮤직코리아(54.5), 삼익악기(48.5), 영창뮤직(47.2)	2년 연속
16	부엌가구	한샘	한샘(59.2), 에넥스(55.8)	10년 연속
17	블랙박스	팅크웨어 (아이나비)	아이나비(58.2), 유라이브(56.1), 아이패스블랙(52.0)	신규발표
18	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(47.7), 한국타이어(45.8), 넥센타이어(43.5)	9년 연속
19	일반승용차	현대자동차	현대자동차(69.2), 기아자동차(68.2), 한국지엠(64.8), 르노삼성자동차(64.6)	10년 연속
20	침대	시몬스	시몬스(48.0), 에이스침대(46.3), 대진침대(44.7)	3년 연속
21	RV승용차	현대자동차	현대자동차(71.4), 기아자동차(70.1), 쌍용자동차(64.5)	10년 연속

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(44.9), 한화생명(41.2), 교보생명(35.8)	10년 연속
2	신용카드	신한카드	신한(45.8), 삼성(44.4), KB국민(42.3), 현대(41.1), BC(40.8), 롯데(38.9), 우리(37.1), NH농협(34.1)	7년 연속
3	은행	신한은행	신한은행(61.8), KEB하나은행(구 하나)(59.9), KB국민은행(57.8), IBK기업은행(56.9), 우리은행(56.2), NH농협은행(51.8)	3년 연속
4	자동차보험	삼성화재	삼성화재(55.4), 현대해상(53.6), KB손해보험(52.9), 동부화재(51.4), 메리츠화재(47.4)	7년 연속
5	장기보험	삼성화재	삼성화재(50.6), 현대해상(48.9), KB손해보험(46.0), 동부화재(45.5), 메리츠화재(39.5)	6년 연속
6	증권	삼성증권	삼성증권(40.5), NH투자증권(구 우리투자증권)(36.2), 대신증권(33.6), 현대증권(30.9), 미래에셋증권(30.2)	10년 연속
7	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(57.3), 신한카드(55.5), 우리카드(53.9), BC카드(52.7), NH농협카드(51.4)	2년 연속
8	대형마트	홈플러스	홈플러스(46.1), 이마트(45.5), 롯데마트(43.9)	2년 연속
9	대형서점	교보문고	교보문고(66.0), 영풍문고(63.6), 서울문고(반디앤루니스)(55.8)	10년 연속
10	대형슈퍼마켓	GS슈퍼마켓	GS슈퍼마켓(41.2), 롯데슈퍼(40.3), 홈플러스 익스프레스(39.5), 이마트 에브리데이(36.8)	2년 연속
11	면세점	호텔신라 (신라면세점)	호텔신라(신라면세점)(67.2), 호텔롯데(롯데면세점)(63.1)	4년 연속
12	백화점	현대백화점	현대백화점(55.3), 롯데백화점(53.9), 신세계백화점(52.2)	3년 연속
13	소셜커머스	쿠팡	쿠팡(66.9), 위메프(58.9), 티켓몬스터(티몬)(58.5)	2년 연속
14	영화관	롯데시네마	롯데시네마(75.1), CJ CGV(69.6), 메가박스(64.2)	4년 연속
15	오픈마켓	SK플래닛 (11번가)	SK플래닛(11번가)(59.9), 이베이코리아(G마켓)(54.2), 이베이코리아(옥션)(52.1)	'15년 1위 : 옥션
16	인터넷서점	알라딘	알라딘(62.4), YES24(61.9), 인터넷교보문고(61.7), 인터파크도서(60.0)	'15년 1위 : YES24
17	인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑 (현대Hmall)	현대홈쇼핑(현대Hmall)(58.2), CJ오쇼핑(CJmall)(54.2), 신세계(SSG닷컴)(51.6), GS홈쇼핑(GS SHOP)(50.8), 롯데닷컴(49.0)	2년 연속
18	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(66.0), 롯데하이마트(63.4), LG전자베스트샵(61.5), 전자랜드 프라이스킹(54.1)	6년 연속

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
19	제과/제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리바게뜨(56.5), 뚜레쥬르(52.0)	7년 연속
20	치킨프랜차이즈	비에이치씨 (BHC치킨)	BHC치킨(60.2), BBQ치킨(58.3), 교촌치킨(53.8), 네네치킨(51.9), 굽네치킨(51.7)	'15년 1위 : BBQ치킨
21	커피전문점	스타벅스코리아	스타벅스(53.6), 엔제리너스(52.2), 커피빈(51.5), 카페베네(45.9), 투썸플레이스(41.9), 할리스(37.6)	'15년 1위 : 엔제리너스
22	패밀리레스토랑	빔스(VIPS)	빔스(VIPS)(46.0), 아웃백스테이크하우스(40.4), 애슐리(39.1), TGI프라이데이스(37.0)	4년 연속
23	패스트푸드점	버거킹	버거킹(61.2), 롯데리아(60.4), 맥도날드(58.7), KFC(49.3)	'15년 1위 : 롯데리아
24	편의점	GS25	GS25(41.7), CU(40.1), 세븐일레븐(36.9), 미니스톱(31.4)	'15년 1위 : CU
25	프리미엄아울렛	롯데프리미엄 아울렛	롯데프리미엄아울렛(62.6), 신세계사이먼프리미엄아울렛(59.9)	3년 연속
26	피자전문점	도미노피자	도미노피자(65.7), 미스터피자(63.8), 피자헛(59.8)	4년 연속
27	학습지	대교	대교(52.4), 재능교육(48.2), 교원구몬(46.6), 웅진씽크빅(35.5)	7년 연속
28	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(58.1), GS홈쇼핑(GS SHOP)(56.0), 롯데홈쇼핑(51.9), 홈앤쇼핑(51.0), CJ오쇼핑(49.8), NS홈쇼핑(49.3)	7년 연속
29	검색포털사이트	네이버	Naver(네이버)(44.9), 카카오(다음)(39.6)	10년 연속
30	국제전화	SK텔링크(00700)	SK텔링크(00700)(45.7), KT(001)(43.8), LG유플러스(002)(39.4)	2년 연속
31	시내/시외전화	KT	KT(55.3), SK브로드밴드(51.2), LG유플러스(45.5)	10년 연속
32	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(48.6), KT(42.0), LG유플러스(34.5)	10년 연속
33	인터넷전화	KT	KT(45.0), SK브로드밴드(43.1), LG유플러스(35.1)	7년 연속

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 서비스업(계속)

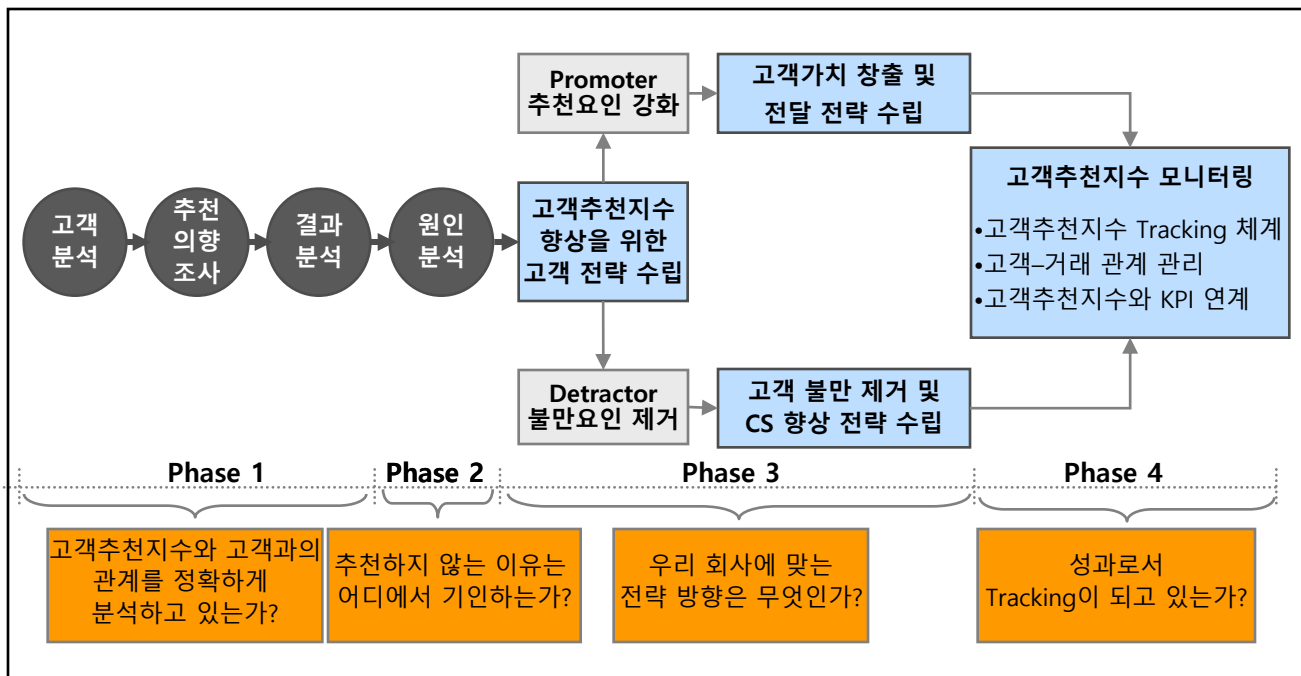
No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
34	인터넷TV(IPTV)	KT	KT(48.8), SK브로드밴드(47.4), LG유플러스(38.1)	'15년 1위 : SK브로드밴드
35	초고속인터넷	KT	KT(57.2), SK브로드밴드(54.9), LG유플러스(46.5)	10년 연속
36	고속버스	금호고속	금호고속(66.2), 동부고속(62.2), 중앙고속(60.0), 동양고속(55.0)	10년 연속
37	렌터카	롯데렌탈 (롯데렌터카)	롯데렌탈(롯데렌터카)(64.6), SK네트웍스(SK렌터카)(62.3), AJ렌터카(55.8)	신규발표
38	무인경비	에스원	에스원(50.6), ADT캡스(45.3), KT텔레캅(43.8)	2년 연속
39	스키장	보광휘닉스파크	보광휘닉스파크(54.9), 하이원리조트(51.3), 용평리조트(50.4), 비발디파크(47.5), 무주덕유산리조트(44.0)	2년 연속
40	여행사(해외여행)	하나투어	하나투어(53.2), 모두투어(51.2), 롯데관광개발(49.2), 노랑풍선(48.5)	2년 연속
41	워터파크	캐리비안베이	캐리비안베이(61.0), 비발디파크 오션월드(52.1)	5년 연속
42	저비용항공	제주항공	제주항공(49.4), 에어부산(48.5), 진에어(43.5), 티웨이항공(37.7), 이스타항공(37.3)	2년 연속
43	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(61.9), 롯데월드(55.5), 서울랜드(42.5)	10년 연속
44	종합병원	서울아산병원	서울아산병원(48.9), 삼성서울병원(45.6), 서울성모병원(43.8), 세브란스병원(신촌)(42.9), 서울대학교병원(본원)(39.7)	2년 연속
45	주유소	S-OIL	S-OIL(52.6), SK에너지(SK주유소)(51.9), GS칼텍스(50.8), 현대오일뱅크(45.4)	'15년 1위 : SK에너지
46	콘도미니엄	한화호텔&리조트 (한화리조트)	한화리조트(49.2), 대명리조트(46.3)	2년 연속
47	택배	CJ대한통운	CJ대한통운(46.4), 우체국택배(44.5), 한진택배(39.7), 현대택배(38.5)	'15년 1위 : 한진택배
48	항공	아시아나항공	아시아나항공(57.3), 대한항공(51.5)	6년 연속

1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언

고객추천지수를 활용한 CS전략 및 실행 기반을 마련하라

- 기업이 진정한 성장의 길로 들어서기 위해서는 고객들이 주변 사람들에게 그 기업을 끊임없이 칭찬하고 추천하는 활동이 필요하다. 고객추천은 소비자가 상품 또는 서비스를 경험하고 이에 만족하였을 때 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 스마트폰 등 정보통신 기술이 발달한 오늘날 엄청난 정보의 홍수 속에 노출된 소비자들로 하여금 보다 신뢰성 있는 정보로써 실제 구매행위로 이어지게 하는데 큰 영향을 끼치고 있다.
- 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 지수는 이처럼 한 기업이 경쟁사의 고객 또는 전혀 거래가 없던 새로운 고객을 자사의 신규고객으로 이끄는 데 있어 가장 효과적인 '추천'이라는 개념이 도입되어 개발된 지수이다. 고객추천은 잠재소비자가 상품 구매 또는 서비스 이용 이전 단계의 선택 가능한 다양한 기회들 중 어느 하나를 선택함에 있어 의사결정 속도를 가속화시키는 결정적인 역할을 함에 따라 기업의 매출증가율과 매우 높은 상관관계를 보이고 있다. 즉 구전효과를 통해 새로운 고객이 유입될 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. 한편 여러 연구에 의하면 고객 추천은 새로운 고객을 증가시키는데 효과적일뿐 아니라 기존 고객들의 충성도를 높이는데 기여하는 것으로 나타났다. 특히 소셜미디어의 영향력이 지대한 현재 상황에서 고객추천은 기업 성과에 중요하게 작용한다. 고객추천은 만족·불만족으로는 접근하기 힘든 고객의 속내를 파악하여 고객경험관점에서 점점 개선과 경쟁사와 차별화된 CS전략을 수립하는데 활용될 수 있으며, 점점 및 개인별 평가 등을 통한 내부 혁신에도 활용되고 있다. 이미 많은 선도기업에서 고객추천지수를 내부성과지표로 반영하여 그 중요성을 강조하고 있으며, 자사 고객들로 하여금 적극적 추천을 불러 일으켜 매출증대가 이루어질 수 있도록 다양하고 효과적인 전략 및 실행기반 마련에 역량을 집중하고 있다.

고객추천지수 활용 Framework

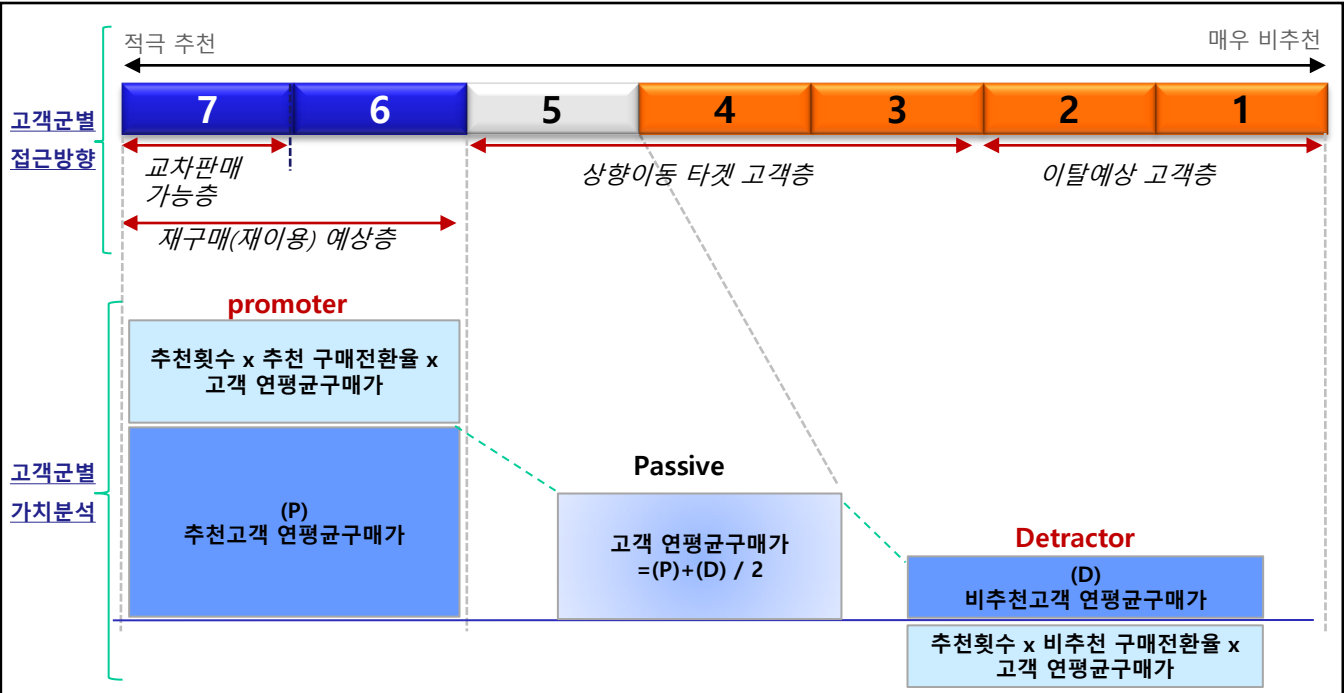


1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

재무적 성과 향상을 위해 추천 의향을 활용하라

- ➔ 일반적으로 기업의 재무적 성과에는 경기상황, 경쟁구조 등 예측하기 어렵거나 통제하기 힘든 많은 요인들이 영향을 주게 된다. 이러한 환경에서 수익성 있는 성장이 필수적인 경영 현장에서는 오래전부터 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 또 다른 평가 수단으로 쓰는 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, 기술적으로 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 고객추천지수 활용방안



1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

고객 로열티(Loyalty)의 동인(動因)을 파악하여 개선하라

- ➔ 고객 로열티(Loyalty)는 다른 기업의 제품이나 서비스를 구입하도록 하는 잠재적인 상황 요인, 혹은 다른 기업의 적극적인 마케팅 활동에도 불구하고 고객의 제품이나 서비스를 일관되게 재구매하고 반복적으로 구매하고자 하는 고객의 몰입 정도를 말한다. 로열티는 주요 고객 접점(Touch Point)별로 경쟁사보다 차별화된 고객만족 경험으로부터 나오며, 제품과 서비스의 기능적(이상적)인 가치보다는 제품, 서비스, 직원, 커뮤니케이션 등을 보고 느낀 감성적인 가치에 의해 형성된다. 이 때문에 세분화된 고객군 및 각 단계별로의 로열티 동인 요소(Loyalty driver), 즉 고객의 니즈를 파악하여 부정적인 경험을 제거하고 긍정적인 경험을 극대화해 나가는 노력이 수반되어야 한다.
- ➔ 고객의 니즈 파악 관점에서 고객추천지수는 정량조사와 정성조사가 결부되어 잠재된 고객니즈를 발굴하는데 유용한 방법론이 되기도 한다. 고객만족도 조사는 주어진 항목들에 대해서만 답을 하기 때문에 그 외에 파악하기 힘든 고객의 불만 및 니즈를 고객추천지수를 통해서 파악할 수 있다. 또한 FGI, 가상체험, 관찰조사와 같은 정성적인 방법론을 병행하여 보완하는 것이 좋다. 그 중 관찰조사는 소비자가 상품을 실제 사용하고 서비스를 제공받고 이익을 얻게 되는 구체적 이유와 상황을 탐색하는 조사방법으로 소비자가 제품을 구입하고 사용하는 현장으로 찾아가 그들의 자연스러운 행동을 관찰함으로써 고객이 말로 표현하지 않는 니즈를 파악하는 데 유용하다.
- ➔ 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 고객들에게 긍정적 경험을 제공하여 고객 로열티를 향상시키고 고객이 적극적으로 추천하는 기업으로 성장해 나갈 수 있다. 이렇듯 고객추천지수를 단순히 지표로 채택하여 평가도구로만 보는 것이 아니라 '고객경험' 개선의 방법으로 적극 활용할 수 있다.

KNPS를 활용한 고객니즈 파악 및 개선

