

문서번호 : KMAC 제 2018-2228호

2018. 12. 19

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 : **2018년도(제12차) 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(수) 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 : 2018년 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 : 2018년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언

- 1) 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언. 끝.

한 국 능 률 협 회 컨 설 팅
대표이사 부회장 김 종 립

1. KNPS 정의

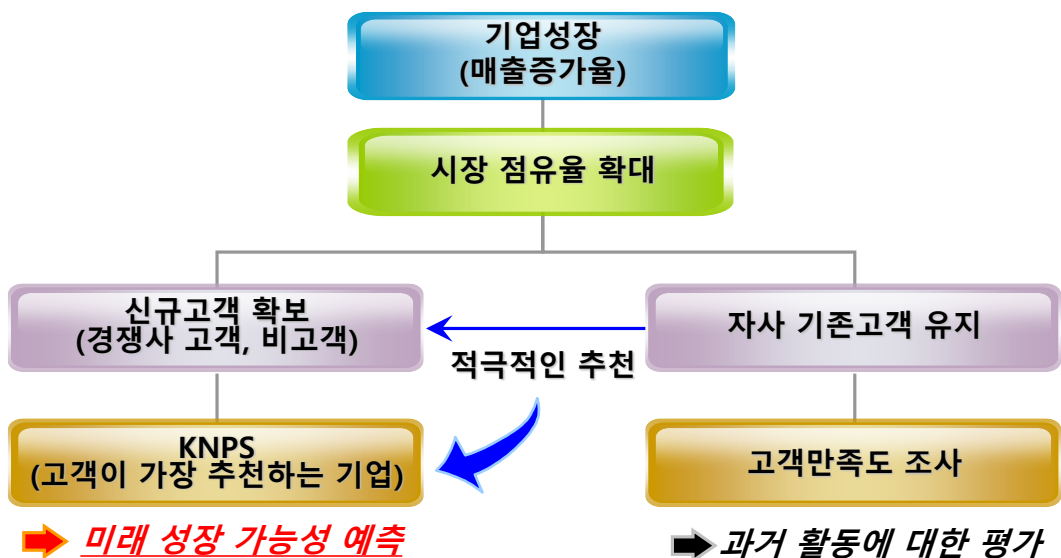
상품 또는 서비스에 대한 고객의 타인추천의향 정도를 조사하여 지수화

- 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 기존 고객들의 적극적인 추천행위를 통해 경쟁사 고객 및 비고객 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.



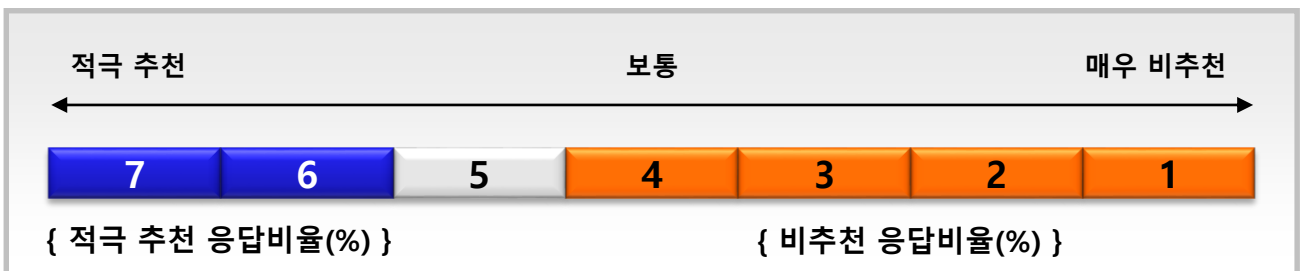
3. KNPS 측정 모델 및 분석 방법

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 52개, 서비스업 50개 등 총 102개 산업에서 KNPS 1위 기업 선정

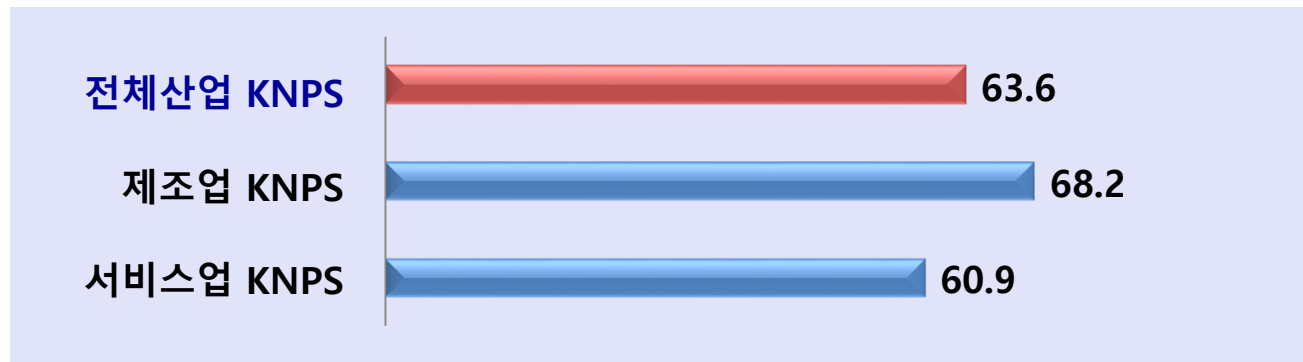
- ➔ 지난 2007년 첫 발표 이후 금년으로 열두번 째를 맞이하고 있는 KNPS는 소비재 제조업 29개, 내구재 제조업 23개, 서비스업 50개 등 총 102개 산업에 대해 조사를 진행하고 각 산업별 1위 기업을 선정하였다.
- ➔ 특히, 금년에는 시장이 크게 확대 및 성숙되며 국민 실생활과 연관도가 높아진 궤련형전자담배, 전기레인지, 전기면도기, 저축은행, 헬스&뷰티스토어, 내비게이션앱 산업을 신규로 조사하여 발표했다.

- 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: 11,040개
- 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: 2018년 4월 17일 ~ 8월 24일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 서비스업 등 총 102개 산업(339개 기업)
(※ 아래 조사대상산업 및 기업 참조)

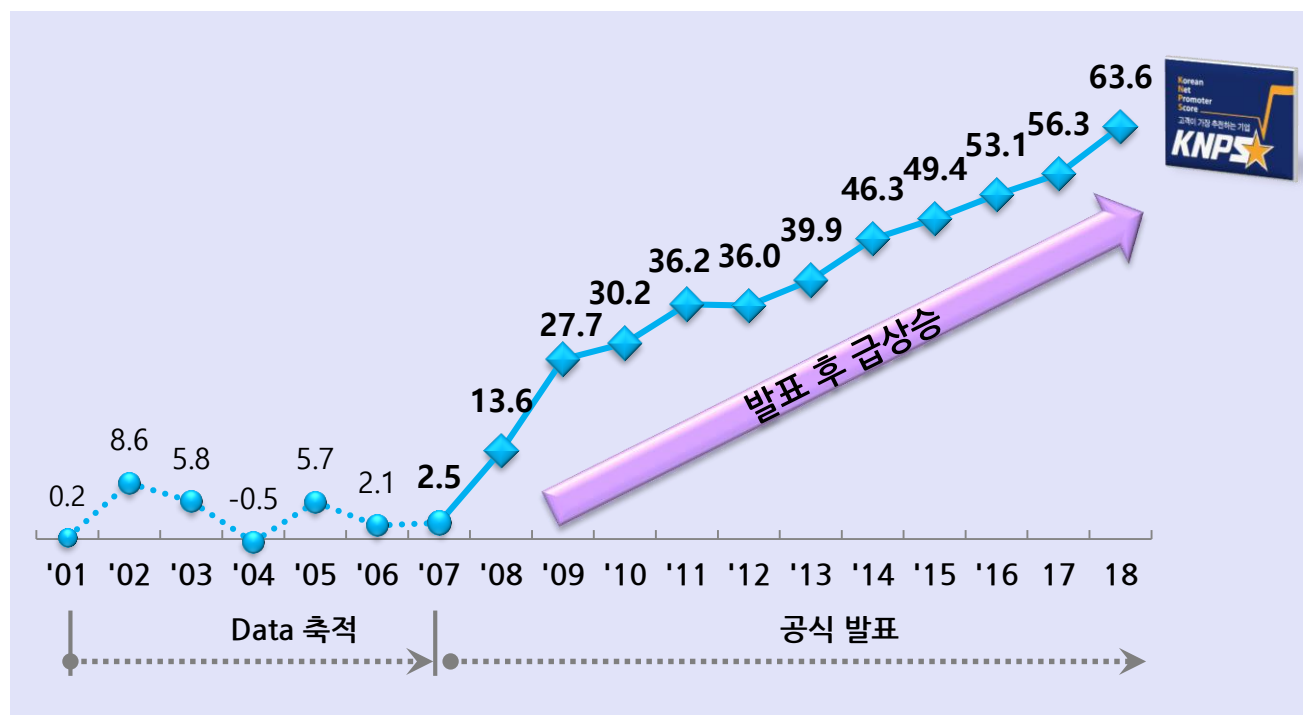
산업부문	2018년 KNPS 조사 대상 산업
소비재 제조업 (29개)	1) 간장 2) 고추장 3) 과자 4) 맥주 5) 소주 6) 식용유 7) 아이스크림 8) 우유 9) 유산균발효유 10) 음료 11) 참치캔 12) 홍삼가공식품 13) 궤련형전자담배(신규) 14) 남성용기초화장품 15) 남성정장 16) 담배 17) 생리대 18) 샴푸 19) 섬유유연제 20) 세탁세제 21) 아웃도어 의류 22) 여성 내 의 23) 여성용기초화장품 24) 여성용한방화장품 25) 정장구두 26) 주방세제 27) 치약 28) 캐주얼화 29) 화장지
내구재 제조업 (23개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 가정용에어컨 3) 가정용정수기 4) 개인용컴퓨터(PC) 5) 김치냉장고 6) 냉장고 7) 사무용복합기(복사기) 8) 세탁기 9) 이동전화단말기(스마트폰) 10) 전기레인지(신규) 11) 전기면도기(신규) 12)전기밥솥 13) TV 14) 가정용건축자재 15) 가정용가구 16) 가정용보일러 17) 경형승용차 18) 부엌가구 19) 블랙박스 20) 승용차타이어 21) 일반승용차 22) 침대 23) RV승용차
서비스업 (50개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 은행 4) 자동차보험 5) 장기보험 6) 저축은행(신규) 7) 증권 8) 체크카드 9) 대형마트 10) 대형서점 11) 대형슈퍼마켓 12) 면세점 13) 백화점 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) 헬스&뷰티스토어(신규) 29) TV홈쇼핑 30) 검색포탈사이트 31) 국제전화 32) 내비게이션앱(신규) 33) 시내/시외전화 34) 이동전화 35) 인터넷 전화 36) IPTV 37) 초고속 인터넷 38) 고속버스 39) 렌터카 40) 무인경비 41) 스키장 42) 여행사(해외여행) 43) 워터파크 44) 저비용항공 45) 종합레저시설 46) 종합병원 47) 주유소 48) 콘도미니엄 49) 택배 50) 항공

2. KNPS 전체 특징

1) 2018년 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)



2) 2018년 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수) 추이



102개 산업 중 95개 산업이 지수 상승, 산업 전체 KNPS 지수는 전년 대비 7.3점 상승

→ 금년도 KNPS 조사 결과, 산업전체 KNPS 지수는 전년 대비 7.3점 상승한 63.6으로 전년대비 큰 폭의 상승(13%)을 나타냈으며, 제조업은 68.2(전년대비 ▲6.6), 서비스업이 60.9(전년대비 ▲8.0)을 기록하였다. 또한 102개 산업의 대다수인 95개 산업에서 고객추천의향이 상승한 것으로 나타났다.

→ 산업 전체 고객추천향이 50점을 돌파한 것이 2016년(53.1점)이었는데, 2년만에 60점을 초과하였다. 특히, 제조업과 서비스업이 모두 60점을 뛰어넘은 결과를 보였으며, 서비스업의 향상폭이 높아서 12개 산업(24%)가 70점을 넘는 우수한 결과가 나타났다.

2. KNPS 전체 특징(계속)

전년 대비 큰 상승은 기업 노력 및 추천에 대한 인식 전환 결과

- 올해 산업 전체가 7.3점이라는 큰 폭의 상승을 보인 것은 소비자들의 '추천'에 대한 인식 전환 및 각 기업들의 4차 산업 혁명 시대에 맞는 고객 추천 유도 활동을 지속해 온 노력 등이 주요 요인으로 볼 수 있다.
- 상품과 서비스가 셀 수 없이 쏟아져 나오는 현재, 일반 소비자들은 정보의 홍수 속에서 검색 및 구매 선택에 큰 어려움을 보일 수 밖에 없다. 이에 SNS나 인터넷 상에 나타난 다른 사람들의 추천들에 관심을 갖게 되고 자연스럽게 자신도 스스로의 경험을 손쉽게 타인에게 공유하기도 한다. 이러한 현실에 맞게 기업들도 추천 받기 위한 적극적 대응을 진행하고 있다. 또한 '추천'이라는 행동이 자신이나 타인의 편의성을 높이기 위한 자발적인 행동이라는 인식이 소비자들에게 확산되면서 추천 자체에 대한 인식이 차츰 긍정적으로 전환되는 데에 영향을 미친 것으로 보인다. 과거에는 국내 소비자들이 상품이나 서비스에 만족하면서도 타인에게 추천으로 이어지는 데에 다소 소극적인 모습을 보였다면, 이제는 자신의 경험과 판단에 대해 자신감을 갖고 당당히 소개하는 주체적인 소비의 모습을 보이고 있는 시대가 된 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

15개 기업(20개 산업)이 12년 동안 한번도 1위 내주지 않아

- 금년 12년째를 맞는 KNPS에서 한번도 1위를 놓치지 않은 12년 연속 1위는 20개 산업의 15개 기업으로 나타났으며, 제조업이 12개, 서비스업이 8개로 나타나 유형의 제품을 기반으로 한 제조업이 고객추천 1위 유지의 안정성이 더 높은 것을 볼 수 있다.
- 전년도 KNPS 조사결과 대비 1위 기업 변동 현황을 분석한 결과 제조업은 52개 산업 중 10개 산업이 변경되어 약 19%의 변동률을 보였고, 서비스업은 50개 산업 중 10개 산업이 변경되어 20%의 변동률을 기록하는 등 제조업과 서비스업 모두 전년 대비 1위 변동률이 높아졌다.
- 금년 KNPS 조사대상 산업 총 102개 산업에서 선정된 1위 기업을 KCSI(한국산업의 고객만족도) 결과와 비교한 결과 22개 산업을 제외한 74개 산업(73%)에서 1위 기업이 중복되는 것으로 나타나 비율은 전년대비 소폭 감소하였으나 여전히 고객만족도와 고객추천 간의 높은 상관관계가 나타났다.

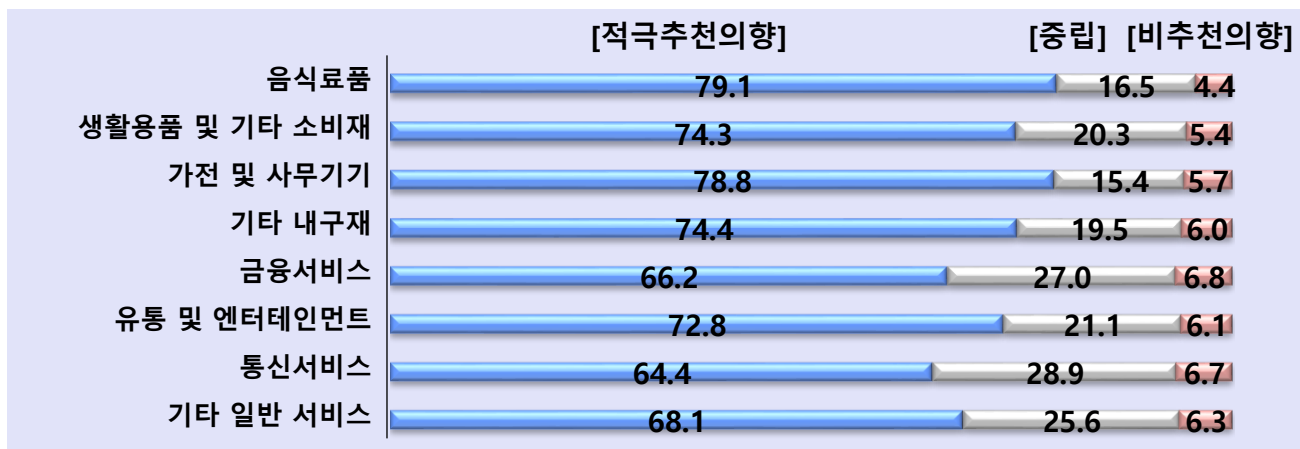
2. KNPS 전체 특징(계속)

3) 분야별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)

① 분야별 KNPS 지수



② 분야별 추천/비추천 비율



소비재 등 제조업 추천지수 높은 가운데, 서비스업의 추천지수의 약진이 돋보여

- 총 102개의 조사대상 산업을 제조업과 서비스업으로 구분했을 때 두 분류간의 차이는 존재하지만 동반 상승하는 모습을 보였다. 제조업은 음식료품, 가전 및 사무기기 산업이 70점을 넘는 등 작년대비 많은 상승을 보였으며, 서비스업도 유통과 일반서비스를 중심으로 크게 상승하였다.
- 세부적으로는 예년과 비슷하게 제조업의 음식료품, 가전 및 사무기기는 70점을 넘는 점수를 기록하며 산업 전체 KNPS를 이끌고 있으며, 금융과 통신서비스업을 제외한 모든 산업이 60점을 넘어서는 결과를 보이고 있다. 다만, 국민들의 일상과 가장 밀접한 산업이라고 할 수 있는 금융과 통신 서비스업은 지속적인 추천지수 향상을 기록하고 있으나 여전히 타 산업 대비 추천지수가 낮은 영역으로 분류되었다.
- 산업별 추천/비추천 비율을 살펴 봤을 때, 특히 기존에 비추천 의향이 10%에 가까웠던 서비스업 산업이 6~7%의 비추천의향을 보여 고객들의 비추천의향에 대한 기업들의 보완 노력이 효과를 보인 것으로 판단된다. 다만, 서비스업의 경우 여전히 20%가 넘는 중립 응답 고객이 있는 만큼 이들을 충성고객으로 이동시키기 위한 차별적 고객경험 제고를 위한 노력이 필요한 것으로 보인다.

3. 산업별 KNPS 주요 특징

1) 소비재 제조업의 KNPS 특징

홍삼가공식품, 여성용한방화장품이 최상위권, 대부분 산업에서 성장폭 나타나

- 소비재 제조업 부문에서는 홍삼가공식품(85.9점), 여성용한방화장품(84.4점) 산업이 80점이 넘는 높은 KNPS 지수를 나타내며 최상위권을 이뤘다. 특히 홍삼가공식품은 85.9점으로 산업 전체에서 가장 높은 점수를 보이며 소비재 산업 전체를 선도하였다.
- 전년 지수 대비 아이스크림(▲10.5점), 맥주(▲9.9점), 화장지(▲9.9점), 주방세제(▲9.9점), 고추장(▲9.9점), 소주(▲9.4점) 산업 등이 큰 폭으로 상승하였고, 대부분의 소비재 제조업 산업 점수가 상승을 보였다

소비재 제조업 산업별 KNPS

홍삼가공식품	85.9	▲6.8	고추장	72.8	▲9.8
여성용한방화장품	84.4	▲5.5	아웃도어의류	72.3	▲7.3
맥주	79.7	▲9.9	간장	72.1	▲8.0
생리대	78.4	▲8.6	캐주얼화	71.2	▲6.0
소주	76.8	▲9.4	식용유	67.7	▲7.7
남성정장	76.6	▲5.7	샴푸	67.0	▲8.1
남성용기초화장품	76.3	▲4.7	아이스크림	66.8	▲10.5
유산균발효유	75.7	▲5.7	정장구두	66.5	▲5.3
참치캔	75.4	▲7.0	세탁세제	65.6	▲1.4
화장지	74.7	▲9.9	과자	65.0	▲8.0
우유	74.7	▲7.8	치약	55.2	▲5.6
주방세제	74.6	▲9.9	궤련형 전자담배	53.7	신규
여성내의	74.2	▲4.2	섬유유연제	51.7	▲2.9
음료	74.0	▲8.4	담배	43.1	▲3.5
여성용기초화장품	72.8	▲6.8			

※ 증감(▲▽)은 '17년 KNPS 지수대비 증감 차이임

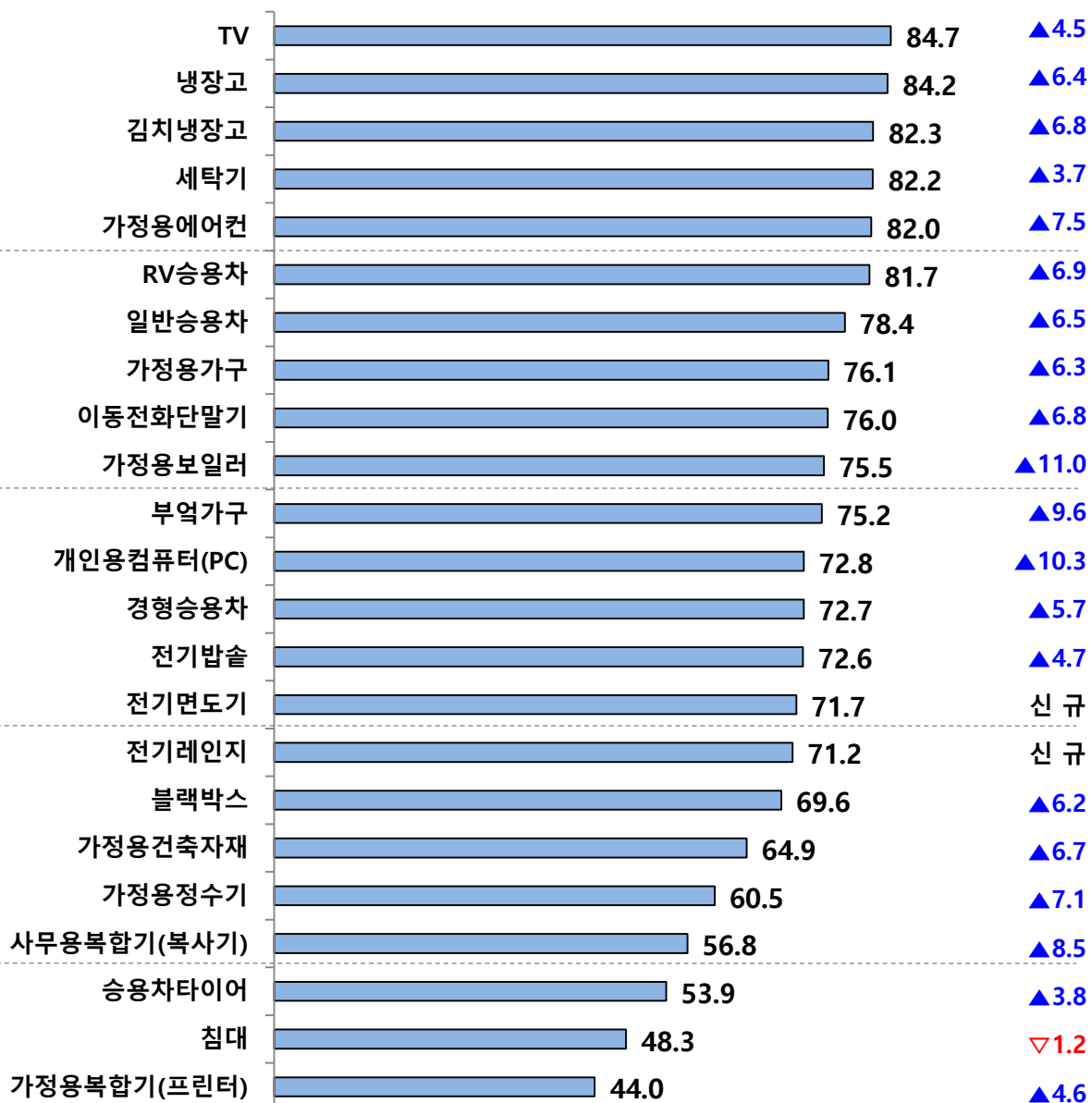
3. 산업별 KNPS 주요 특징(계속)

2) 내구재 제조업의 KNPS 특징

생활가전이 최상위권 형성, 가정용보일러, 개인용컴퓨터 산업의 KNPS 지수가 큰폭으로 상승

- 2018년 내구재 제조업 부문에서 가장 높은 KNPS 지수를 나타낸 산업은 84점을 넘어선 TV 산업(84.7)이며, 냉장고, 김치냉장고, 세탁기, 에어컨 등 생활가전산업 모두가 80점이 넘는 추천지수를 나타냈다.
- 한편 대부분 기업의 추천 지수가 상승한 가운데 가정용보일러 산업이 전년 대비 11.0점 상승해 가장 큰 상승폭을 나타냈으며, 개인용컴퓨터(▲10.3점), 부엌가구(▲9.6점) 등이 높은 상승폭을 나타냈다.

내구재 제조업 산업별 KNPS



※ 증감(▲▽)은 '17년 KNPS 지수대비 증감 차이임

3. 산업별 KNPS 주요 특징(계속)

3) 서비스업의 KNPS 특징

다수 산업이 10점 이상 상승하는 등 서비스 산업의 고객 추천 의향 크게 성장

- 서비스업의 KNPS 지수는 대부분의 산업이 전년대비 상승했으며, 50개 산업 중 영화관(84.5점)이 유일하게 80점을 넘으며 가장 높은 고객추천의향을 나타냈다.
- 프리미엄 아울렛 산업이 76.5점으로 그 뒤를 이은 가운데, 전자제품전문점, 대형서점, 면세점 등 오프라인 매장 기반 산업이 높은 KNPS 지수를 나타냈다.
- 백화점(▲12.8점), 체크카드(▲12.5점), 프리미엄아울렛(▲12.0점), 편의점(▲12.2점) 등 15개 산업은 전년대비 10점 이상의 큰 폭의 지수상승을 보였다.

서비스업 산업별 KNPS



※ 증감(▲▼)은 '17년 KNPS 지수대비 증감 차이임

4. 산업별 KNPS 1위 기업 특징

1) 전년 대비 1위 변동 산업

총 20개 산업에서 2017년도 대비 KNPS 1위 기업 변동 나타나

→ 2018년 KNPS 조사결과 소비재(7개) 및 내구재 제조업 3개 산업, 서비스업 10개 산업 등 총 20개 산업에서 지난 2017년 대비 KNPS 1위 기업에 변동이 있는 것으로 나타나, 산업 내 고객추천 확보를 위한 치열한 경쟁을 대변하는 것으로 판단된다.
(※ 2017년에는 10개 산업 변동)

2018년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 변동 기업

산업명		2018년 KNPS 1위 기업	2017년 KNPS 1위 기업
소비재 (7개)	간장	샘표식품	대상(청정원)
	고추장	CJ제일제당(해찬들)	대상(청정원)
	맥주	OB맥주(카스포함)	클라우드
	남성용기초화장품	LG생활건강	아모레퍼시픽
	담배	KT&G	한국필립모리스 (말보로)
	섬유유연제	LG생활건강	피죤
	치약	LG생활건강	애경
내구재 (3개)	냉장고	LG전자	삼성전자
	세탁기	LG전자	삼성전자
	가정용건축자재	한화L&C	KCC
서비스 (10개)	증권	NH투자증권	삼성증권
	체크카드	KB국민카드	우리카드
	대형슈퍼마켓	홈플러스 익스프레스	GS슈퍼마켓
	인터넷쇼핑몰	신세계(SSG닷컴)	현대홈쇼핑(Hmall)
	전자제품전문점	롯데하이마트	삼성디지털프라자
	편의점	CU	GS25
	프리미엄아울렛	현대 프리미엄 아울렛	롯데 프리미엄 아울렛
	TV홈쇼핑	롯데홈쇼핑	현대홈쇼핑
	렌터카	AJ렌터카	롯데렌탈 (롯데렌터카)
	스키장	하이원리조트	휘닉스평창

4. 산업별 KNPS 1위 기업 특징(계속)

2) 12년 연속 KNPS 1위 기업

총 20개 산업(15개 기업)에서 KNPS 12년 연속 1위 유지

- 치열한 경쟁 속에서도 12년을 맞은 KNPS에서 12년 동안 줄곧 고객들로부터 최고의 추천을 받은 산업은 소비재 5개, 내구재 7개 및 서비스업 8개 산업으로 나타나 총 20개 산업으로 집계되었으며, 기업수로는 15개 기업인 것으로 나타났다.
- 12년 연속 1위가 유지된 산업은 소비재 제조업의 약 20%, 내구재 제조업의 약 30%, 서비스업의 약 16%로서 내구재 제조업에 속한 기업들에 대한 고객 Loyalty가 높은 것으로 나타나 해당 산업 기업의 고객 추천을 높이기 위한 활동이 우수한 것을 볼 수 있다.

고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 지수 12년 연속 1위 기업

산 업		12년 연속 1위 기업
소비재 (5개 산업/ 4개 기업)	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 (8개 산업/ 7개 기업)	생명보험	삼성생명
	대형서점	교보문고
	검색포털사이트	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, KT 4개, 삼성물산, LG전자 3개 부문 1위 등 13개 기업이 복수 산업 1위 기록

- ➔ 삼성전자는 개인용 컴퓨터(PC), 김치냉장고, 이동전화단말기(스마트폰), TV, KT는 시내/시외전화, 인터넷전화, IPTV, 초고속인터넷 등 4개 산업에서 KNPS가 가장 높은 것으로 나타나 최다 산업에서 1위를 차지했다.
- ➔ 그 뒤를 이어 삼성물산(남성정장, 워터파크, 종합레저시설), LG전자(가정용에어컨, 냉장고, 세탁기), LG생활건강(남성용 기초화장품, 섬유유연제, 치약)이 3개 산업에서 1위를 차지했다. 이 외에도 아모레퍼시픽(여성용 기초화장품, 여성용 한방화장품), LG생활건강(남성용 기초화장품, 섬유유연제), 삼성화재(자동차보험, 장기보험), 한샘(가정용가구, 부엌가구), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), CJ라이온(세탁세제, 주방세제), 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 유한킴벌리(생리대, 화장지), 캐논코리아비즈니스솔루션(가정용복합기(프린터), 가정용복합기(복사기)) 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2018년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 복수산업 1위 기업

기업명	2018년 KNPS 1위 산업	비고
삼성전자	개인용컴퓨터(PC), 김치냉장고, 이동전화단말기(스마트폰), TV	4개 산업
KT	시내/시외전화, 인터넷전화, IPTV, 초고속인터넷	
삼성물산	남성정장, 워터파크, 종합레저시설	3개 산업
LG전자	가정용 에어컨, 냉장고, 세탁기	
LG생활건강	남성용 기초화장품, 섬유유연제, 치약	
아모레퍼시픽	여성용기초화장품, 여성용한방화장품	2개 산업
삼성화재	자동차보험, 장기보험	
한샘	가정용가구, 부엌가구	
현대자동차	일반승용차, RV승용차	
CJ라이온	세탁세제, 주방세제	
금강제화	정장구두, 캐주얼화	
유한킴벌리	생리대, 화장지	
캐논코리아비즈니스솔루션	가정용복합기(프린터), 가정용복합기(복사기)	

5. 산업별 KNPS 1위 기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	간장	샘표식품	샘표식품(73.2), 대상(청정원)(70.7)	'17년 1위 : 대상 (청정원)
2	고추장	CJ제일제당 (해찬들)	CJ제일제당(해찬들)(75.0), 대상(청정원)(70.4)	'17년 1위 : 대상 (청정원)
3	과자	크라ουν제과	크라ουν제과(69.8), 롯데제과(67.5), 해태제과(64.2), 오리온(59.7)	3년 연속 1위
4	맥주	OB맥주 (카스포함)	OB맥주(카스포함)(80.6), 클라우드(79.6), 하이트진로 (77.7)	'17년 1위 : 클라 우드
5	소주	금복주	금복주(79.5), 하이트진로(참이슬)(78.5), 무학(78.2), 롯데칠성(주류BG)(처음처럼)(72.5)	2년 연속 1위
6	식용유	사조해표(해표)	사조해표(해표)(73.0), CJ제일제당(백설표)(63.4)	6년 연속 1위
7	아이스크림	빙그레	빙그레(73.6), 롯데제과(68.8), 롯데푸드(66.7), 해태제과(64.3)	11년 연속 1위
8	우유	서울우유	서울우유(78.6), 매일유업(74.1), 남양유업(67.0)	11년 연속 1위
9	유산균발효유	한국야쿠르트	한국야쿠르트(79.5), 남양유업(75.8), 매일유업(74.0)	6년 연속 1위
10	음료	동아오츠카	동아오츠카(78.4), 한국코카콜라(75.0), 롯데칠성음료(70.3)	4년 연속 1위
11	참치캔	동원F&B (동원참치)	동원F&B(동원참치)(78.1), 오투기(오투기참치)(69.0), 사조해표(사조참치)(67.9)	12년 연속 1위
12	홍삼가공식품	한국인삼공사 (정관장)	한국인삼공사(정관장)(86.5), 농협홍삼(한삼인)(83.3)	6년 연속 1위
13	궐련형 전자담배	KT&G(릴)	KT&G(57.5), B.A.T코리아(55.7), 한국필립모리스(50.3)	신규조사
14	남성용기초화장품	LG생활건강	LG생활건강(78.9), 아모레퍼시픽(76.6), 코스모코스(72.7)	'17년 1위 : 아모레퍼시픽

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
15	남성정장	삼성물산	삼성물산(81.4), LF(75.4), 파크랜드(71.5)	12년 연속 1위
16	담배	KT&G	KT&G(44.4), 한국필립모리스(말보로)(43.6), B.A.T.코리아(던힐)(40.5)	'17년 1위 : 한국필립모리스(말보로)
17	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(79.7), 한국P&G(78.6), LG유니참(76.6)	7년 연속 1위
18	샴푸	애경	애경(71.0), 아모레퍼시픽(68.8), 유니레버코리아(67.7), 한국P&G(65.0), LG생활건강(64.8)	5년 연속 1위
19	섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(54.4), 피죤(52.6), 한국P&G(50.6)	'17년 1위 : 피죤
20	세탁세제	라이온코리아	라이온코리아(구 CJ라이온)(71.0), LG생활건강(61.9), 애경(59.4)	5년 연속 1위
21	아웃도어의류	노스페이스	노스페이스(76.1), K2(74.5), 블랙야크(72.2), 네파(71.7), 코오롱스포츠(66.6)	3년 연속 1위
22	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(74.8), 남영비비안(비비안)(73.8)	8년 연속 1위
23	여성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(75.0), LG생활건강(68.1)	4년 연속 1위
24	여성용한방화장품	아모레퍼시픽(설화수)	아모레퍼시픽(설화수)(85.4), LG생활건강(후, 수려한)(81.9)	7년 연속 1위
25	정장구두	금강제화	금강제화(70.2), 형지에스콰이아(에스콰이아)(66.4), 소다(64.3), 탤디(61.2)	12년 연속 1위
26	주방세제	라이온코리아	라이온코리아(구 CJ라이온)(78.4), 애경(74.6), LG생활건강(71.8)	8년 연속 1위
27	치약	LG생활건강	LG생활건강(56.3), 애경(55.1), 아모레퍼시픽(53.8)	'17년 1위 : 애경
28	캐주얼화	금강제화(랜드로바)	금강제화(랜드로바)(72.2), 형지에스콰이아(영에이지)(69.3)	12년 연속 1위
29	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(77.4), 깨끗한나라(73.9), 모나리자(72.0)	12년 연속 1위

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아 비즈니스솔루션	캐논코리아비즈니스솔루션(47.5), 한국엡손(44.0), HP코리아(38.1)	2년 연속 1위
2	가정용에어컨	LG전자	LG전자(84.9), 삼성전자(83.4), 대유위니아(78.4), 오텍캐리어(73.0)	12년 연속 1위
3	가정용정수기	코웨이	코웨이(61.5), 청호나이스(58.7)	2년 연속 1위
4	개인용컴퓨터(PC)	삼성전자	삼성전자(76.9), LG전자(70.4), HP코리아(60.1)	12년 연속 1위
5	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(83.8), LG전자(82.6), 대유위니아(79.8)	8년 연속 1위
6	냉장고	LG전자	LG전자(84.5), 삼성전자(84.0)	'17년 1위 : 삼성전자
7	사무용복합기 (복사기)	캐논코리아 비즈니스솔루션	캐논코리아비즈니스솔루션(59.6), 한국후지제록스 (56.6), 신도리코(55.0)	5년 연속 1위
8	세탁기	LG전자	LG전자(83.0), 삼성전자(81.5)	'17년 1위 : 삼성전자
9	이동전화단말기 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(79.3), 애플(아이폰)(72.5), LG전자(67.8)	12년 연속 1위
10	전기레인지	SK매직	SK매직(74.0), 쿠첸(67.7)	신규조사
11	전기면도기	필립스코리아	필립스코리아(75.0), 브라운(69.1), 파나소닉(65.0)	신규조사
12	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(74.3), 쿠첸(68.3)	7년 연속 1위
13	TV	삼성전자	삼성전자(85.2), LG전자(84.2)	12년 연속 1위
14	가정용가구	한샘	한샘(79.8), 현대리바트(77.6), 까사미아(71.6), 예몬스 가구(69.6)	4년 연속 1위
15	가정용건축자재	한화L&C	한화L&C(65.6), LG하우시스(64.9), KCC(64.5)	'17년 1위 : KCC
16	가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(77.5), 경동나비엔(75.9), 귀뚜라미(73.8)	11년 연속 1위
17	경형승용차	한국지엠	한국지엠(74.1), 기아자동차(71.5)	5년 연속 1위
18	부엌가구	한샘	한샘(76.4), 에넥스(72.3)	12년 연속 1위
19	블랙박스	팅크웨어 (아이나비)	팅크웨어(아이나비)(71.9), 더미동(유라이브)(65.8), 아이트로닉스(아이패스블랙)(65.0)	3년 연속 1위
20	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(55.5), 넥센타이어(54.0), 한국타이어(52.1)	11년 연속 1위
21	일반승용차	현대자동차	현대자동차(80.4), 기아자동차(78.4), 한국지엠(75.8), 르노삼성자동차(74.7)	12년 연속 1위
22	침대	시몬스	시몬스(52.9), 에이스침대(49.5), 대진침대(37.0)	5년 연속 1위
23	RV승용차	현대자동차	현대자동차(84.4), 기아자동차(82.2), 쌍용자동차(76.8)	12년 연속 1위

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(56.6), 한화생명(53.6), 교보생명(48.6)	12년 연속 1위
2	신용카드	신한카드	신한카드(56.8), 삼성카드(55.7), KB국민카드(53.2), 현대카드(52.1), BC카드(47.3), 롯데카드(45.2), 우리카드(43.6), NH농협카드(40.6)	9년 연속 1위
3	은행	신한은행	신한은행(70.0), KEB하나은행(68.7), KB국민은행(65.8), IBK기업은행(62.5), 우리은행(61.3), NH농협은행(57.3)	5년 연속 1위
4	자동차보험	삼성화재	삼성화재(70.9), 현대해상(69.5), KB손해보험(67.7), DB손해보험(64.8), 메리츠화재(59.7)	9년 연속 1위
5	장기보험	삼성화재	삼성화재(66.1), 현대해상(64.9), KB손해보험(59.9), DB손해보험(58.2), 메리츠화재(55.3)	8년 연속 1위
6	저축은행	SBI저축은행	SBI저축은행(46.4), OK저축은행(44.7), 애규온저축은행(43.2), 웰컴저축은행(40.2)	신규조사
7	증권	NH투자증권	NH투자증권(44.6), 삼성증권(41.0), 대신증권(40.1), 미래에셋대우(38.6), KB증권(37.8)	'17년 1위 : 삼성증권
8	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(73.2), 신한카드(72.0), 우리카드(70.8), BC카드(67.5), NH농협카드(64.2)	'17년 1위 : 우리카드
9	대형마트	홈플러스	홈플러스(57.4), 롯데마트(55.7), 이마트(54.9)	4년 연속 1위
10	대형서점	교보문고	교보문고(81.6), 영풍문고(74.5), 서울문고(반디앤루니스)(70.7)	12년 연속 1위
11	대형슈퍼마켓	홈플러스 익스프레스	홈플러스 익스프레스(59.1), GS수퍼마켓(58.0), 롯데슈퍼(57.4), 이마트 에브리데이(52.7)	'17년 1위 : GS수퍼마켓
12	면세점	호텔신라 (신라면세점)	호텔신라(신라면세점)(76.5), 호텔롯데(롯데면세점)(74.5)	6년 연속 1위
13	백화점	현대백화점	현대백화점(72.5), 롯데백화점(71.7), 신세계백화점(70.3)	5년 연속 1위
14	영화관	롯데시네마	롯데시네마(86.3), CJ CGV(84.8), 메가박스(78.3)	6년 연속 1위
15	오픈마켓	이베이옥션(옥션)	옥션(73.6), 11번가(71.1), G마켓(70.9)	2년 연속 1위
16	인터넷서점	알라딘커뮤니케이션 (알라딘)	알라딘커뮤니케이션(알라딘)(74.7), 교보문고(인터넷 교보문고)(73.0), 인터파크도서(72.1), 예스24(71.6)	3년 연속 1위
17	인터넷쇼핑몰	신세계 (SSG닷컴)	신세계(SSG닷컴)(69.8), 현대홈쇼핑(Hmall)(69.1), 롯데닷컴(68.5), GS홈쇼핑(GS SHOP)(68.0), CJ오쇼핑(CJmall)(67.4)	'17년 1위 : 현대홈쇼핑 (Hmall)

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
18	전자제품전문점	롯데하이마트	롯데하이마트(79.0), 삼성디지털프라자(77.6), LG전자 베스트샵(76.2), 전자랜드 프라이스킹(68.3)	'17년 1위 : 삼성디지털프라자
19	제과/제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(68.1), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(66.7)	9년 연속 1위
20	치킨프랜차이즈	비에이치씨 (BHC치킨)	비에이치씨(BHC치킨)(64.1), 교촌에프앤비(교촌치킨)(61.2), 헤인식품(네네치킨)(56.3), 제너시스비비큐(BBQ)(54.3)	3년 연속 1위
21	커피전문점	스타벅스커피	스타벅스(64.7), 엔제리너스(63.3), 할리스(62.6), 카페베네(62.3), 커피빈(61.1), 이디야(61.1), 투썸플레이스(57.3)	3년 연속 1위
22	패밀리레스토랑	빕스(VIPS)	빕스(VIPS)(54.3), 아웃백스테이크하우스(49.1), TGI프라이데이스(47.7), 애슐리(45.4)	6년 연속 1위
23	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(66.4), 버거킹(63.8), 맥도날드(63.2), KFC(58.4)	2년 연속 1위
24	편의점	CU	CU(61.9), GS25(61.3), 세븐일레븐(59.6), 이마트24(59.2), 미니스톱(54.8)	'17년 1위 : GS25
25	프리미엄아울렛	현대 프리미엄 아울렛	현대 프리미엄 아울렛(78.8), 롯데 프리미엄 아울렛(76.7), 신세계사이먼 프리미엄 아울렛(75.7)	'17년 1위 : 롯데 프리미엄 아울렛
26	피자전문점	도미노피자	도미노피자(79.0), 피자헛(75.6), 미스터피자(69.1)	6년 연속 1위
27	학습지	대교	대교(57.6), 재능교육(56.0), 교원구문(49.6), 웅진씽크빅(47.9)	9년 연속 1위
28	헬스&뷰티스토어	올리브영	올리브영(60.8), 롭스(57.3), 알라블라(53.2)	신규조사
29	TV홈쇼핑	롯데홈쇼핑	롯데홈쇼핑(72.8), 현대홈쇼핑(70.5), GS홈쇼핑(68.0), CJ오쇼핑(66.2), 홈앤쇼핑(64.8), NS홈쇼핑(62.9)	'17년 1위 : 현대홈쇼핑
30	검색포털사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(56.9), 카카오(다음)(53.2)	12년 연속 1위
31	국제전화	SK텔링크 (00700)	SK텔링크(00700)(58.4), KT(001)(56.9), LG유플러스(002)(41.4)	4년 연속 1위
32	내비게이션앱	카카오내비	카카오내비(66.8), 티맵(Tmap)(63.7), 네이버지도(63.0)	신규조사
33	시내/시외전화	KT	KT(59.3), SK브로드밴드(55.9), LG유플러스(49.1)	12년 연속 1위
34	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(60.7), KT(56.7), LG유플러스(49.3)	12년 연속 1위

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
35	인터넷전화	KT	KT(51.9), SK브로드밴드(50.2), LG유플러스(43.7)	9년 연속 1위
36	초고속인터넷	KT	KT(66.1), SK브로드밴드(64.6), LG유플러스(56.6)	12년 연속 1위
37	IPTV	KT	KT(59.0), SK브로드밴드(57.4), LG유플러스(46.3)	3년 연속 1위
38	고속버스	금호고속	금호고속(72.1), 동양고속(66.2), 중앙고속(61.4)	12년 연속 1위
39	렌터카	AJ렌터카	AJ렌터카(73.5), 롯데렌탈(롯데렌터카)(72.6), SK네트웍스(SK렌터카)(70.1)	'17년 1위 : 롯데렌탈(롯데렌터카)
40	무인경비	에스원	에스원(61.5), KT텔레캅(60.3), ADT캡스(57.0)	4년 연속 1위
41	스키장	하이원리조트	하이원리조트(68.7), 용평리조트(64.7), 휘닉스평창(59.3), 무주덕유산리조트(56.6), 비발디파크(56.5)	'17년 1위 : 휘닉스평창
42	여행사(해외여행)	하나투어	하나투어(69.5), 노랑풍선(66.6), 모두투어네트워크(61.2), 롯데관광개발(60.8)	4년 연속 1위
43	워터파크	캐리비안베이	캐리비안베이(73.3), 오션월드(67.7)	7년 연속 1위
44	저비용항공	제주항공	제주항공(60.9), 에어부산(59.0), 진에어(55.5), 이스타항공(54.7), 티웨이항공(54.6)	4년 연속 1위
45	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(72.6), 롯데월드(66.6), 서울랜드(57.5)	12년 연속 1위
46	종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원(56.1), 서울아산병원(55.1), 서울성모병원(54.1), 서울대학교병원(본원)(50.2), 세브란스병원(신촌)(49.8)	2년 연속 1위
47	주유소	에쓰오일	에쓰오일(65.4), GS칼텍스(64.1), SK에너지(SK주유소)(62.1), 현대오일뱅크(59.2)	3년 연속 1위
48	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(60.4), 대명리조트(58.7)	4년 연속 1위
49	택배	CJ대한통운	CJ대한통운(57.5), 우체국택배(56.6), 롯데택배(54.8), 한진택배(51.0)	3년 연속 1위
50	항공	아시아나항공	아시아나항공(62.8), 대한항공(60.7)	8년 연속 1위

1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언

4차 산업혁명 시대, 고객 추천은 더 이상 선택사항이 아니다

- ➔ 4차 산업혁명 및 IT분야의 비약적인 발전으로 인해 정보의 홍수라 할만큼 고객이 정보를 수집할 채널이 다양해지고 선택폭이 매우 넓어졌고 이로 인해 각 기업의 상품 및 서비스의 경쟁 강도가 더욱 높아지고 있다. 더욱 스마트해진 고객들은 손가락으로 몇 번만 터치해도 상품의 가격, 품질, 심지어 다른 고객들의 사용 경험까지도 쉽게 알 수 있게 되었는데, 이로 인해 오히려 자신이 사용하던 상품이나 서비스, 브랜드 등을 아무런 미련 없이 이탈하는 현상까지 발생하고 있다.
- ➔ 고객이 쉽게 이탈할 수 있는 주요 원인 중 하나는 고객들이 서로 '연결'되어 있기 때문이다. 예를 들면, 과거에 소식을 접하기 위해 활용했던 공중파 방송의 뉴스나 일간지 기사 대신, 최근에는 포털 사이트나 페이스북 또는 유튜브, 인스타그램 등에서 시민들이 공유하는 소식이나 의견에 의존하는 사람들이 눈에 띄게 많아졌다. 이러한 매체들은 사람들을 수평적으로 연결하였고, 고객들은 상품이나 서비스의 구매의사 결정 과정에서 자기 자신의 선호에만 의존하던 습관에서 벗어나 친구, 친지 동료들의 의견을 찾거나 이미 그 상품과 서비스를 경험한 고객들이 남긴 리뷰를 참고하는 경향이 온라인과 오프라인 모두에서 강하게 나타나고 있다. 이렇게 넘치는 정보와 연결로 인해 고객들은 원하는 정보를 독자적으로 찾아내고 이에 집중할 수 있는 능력이 저하되기 시작하였고, 시간 제약이 큰 현대인들은 점차 타인들의 '추천'을 선호하고 신뢰하게 되었다.
- ➔ 세계적인 경영구루인 필립 코틀러도 그의 저서 "마켓4.0"에서 이러한 현상을 설명할 수 있는 '5A' 이론을 제시하였다. 4차 산업혁명 시대 고객의 구매경로를 5A, 즉 '인지(Aware), 호감(Appeal), 질문(Ask), 행동(Act), 옹호(Advocate)'로 재정의 하였는데, 기업이 궁극적으로 바라는 고객의 행동은 기업이나 브랜드에 대한 '옹호'라고 주장하였고 이 단계에서 발생하는 고객의 심리가 바로 '추천'인 것이다. 기업 입장에서 자사 브랜드를 지지해주는 강력한 로열티를 가진 확고한 옹호자를 만들어내고 이들로부터 자발적인 추천을 이끌어내는 것이 무엇보다 중요한 것이다.



[4차 산업혁명 시대 고객로열티의 중요성]

- ➔ 고객은 만족한다고 하면서도 이탈한다. 활발한 정보 탐색을 통해 더 만족할 만한 제품이나 서비스가 보인다면, 현재에 만족하고 있더라도 언제든지 다른 기업으로 떠나게 된다. 반면에 로열티를 보유한 옹호자들은 상품/서비스를 계속 이용하고, 재구매하며, 타인에게 추천한다. 그들은 경쟁사의 가격/서비스 등에 영향을 덜 받으며, 이러한 성향은 지속적으로 판매와 수익성에 크게 영향을 주는 확고한 자산이라고 할 수 있다. 이제 기업들은 강력한 로열티를 보유한 옹호 고객들의 확보와 이들의 '추천' 유도를 통해 더 큰 성장과 수익 실현해야 할 것이다.

1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

고객로열티를 높이는 3가지 방법

➔ 지금까지 대부분의 기업들은 주로 차별화된 보상을 제공하는 방식으로 고객 로열티 구축을 추진해왔다. 시행 초기에는 이런 방식이 로열티 형성에 기여하였지만, 경쟁 기업들이 유사 프로그램을 도입하자 더 이상의 차별성을 상실하게 되었다. 제대로 된 의미의 고객 로열티 구축을 위해서는 과거 데이터에 입각한 획일적인 프로그램 시행이나 물질적인 보상만이 아닌, 고객에게 더 나은 서비스 경험을 제공함으로써 로열티를 확보해야 한다. 이를 염두에 두고, 고객로열티를 높일 수 있는 방법을 소개한다.

I. 다양한 채널에서 개인화된 경험(Personalized Experience)을 일관성 있게 제공하라.

각 기업은 모바일/웹 등의 채널에서 개인 고객들로 부터 얻을 수 있는 모든 데이터를 통해 각 고객들에게 개인화되고 맞춤화된 경험을 제공해야 한다. 기업은 고객과 만나는 모든 접점에서 개별 고객의 특성, 선호, 취향, 구매 의도 등을 종합적으로 반영한 개인화된 경험을 일관되고 지속적으로 전달해야 한다.

- **도요타** : 소비자가 차량의 계기판, 시트, 휠, 백미러 등의 옵션을 주문 전 단계부터 디지털 환경으로 실제와 동일하게 경험할 수 있는 서비스를 제공함
- **로레알** : 증강현실 기술을 통해 소비자가 모바일로 테스트할 수 있는 가상 메이크업 서비스를 제공함
- **에어비앤비** : 빅데이터와 머신러닝 기술을 결합해 가격 책정/예약 알고리즘 모델을 개발하여, 호스트 에겐 숙박 가격을 추천하고, 소비자에게는 숙박예약 가능성과 최적화된 가격 등을 제공

이와 같이 기업들은 개인화된 경험 제공을 통한 고객로열티 확보를 위해 크리에이티브를 중시하는 기업 문화를 조성하고, AI, AR, 빅데이터, IoT 등 데이터와 콘텐츠를 활용하는 기술을 더욱 고도화하고 있다.

II. 정서적 유대감을 형성하라.

진정한 고객로열티는 재구매, 반복 구매 등의 '구매 행위'에 의해서 형성되기 보다는 고객이 진심으로 제품이나 서비스에 만족할 때 발생하는 '구매 동기', 즉 정서적인 측면에 의해 구축된다. 따라서 고객로열티 확보에 성공하기 위해서는 고객들의 '구매 행위'에 집중하지 말고, '구매 동기'를 유도할 수 있도록 정서적 유대감을 형성해야 한다. 그 대표적인 사례는 바로 할리데이비슨이다.

- **고객의 바이크 구매동기가 성능보다는 다른 사람보다 멋있게 보이고자 하는 욕구에 있음을 파악함**
 - **할리만의 특이한 복장과 액세서리, 주요 도시에 할리카페 설립으로 즐거운 체험과 독특한 이미지 선사**
 - **전 세계 128개국에 100만 명의 바이커가 Harley Owner's Group에 가입, 현재 1,400여 HOG가 운영됨**
- 할리데이비슨은 혼다/스즈키 등 일본 모터사이클 브랜드보다 물리적 성능이 월등히 뛰어나 사랑받는 게 아니다. 정서적 유대감 형성을 통해 고객의 마음을 사로잡는데 성공한 것이다.

III. 진정한 고객가치 제공을 위해 진솔하게 커뮤니케이션 하라.

최근 고객들이 다양한 채널을 통해 광범위한 정보에 신속하게 접할 수 있게 되면서, 지속적인 관계형성을 위해서는 정보의 투명성이 불가피한 요소가 되었다. 과거와 같은 정보의 교묘한 통제는 고객과의 관계를 불안정하게 만들 뿐 아니라 진실성의 부족으로 고객의 부정적인 의사결정을 초래할 뿐이다.

- **DELL은 실적 부진으로 수익이 크게 감소했을 때, 당면한 문제를 숨기지 않고 모든 고객들과 정보를 공유하는 방법을 채택, 이슈 정보를 가감없이 고객에게 제공하였고, 부정적인 전망을 뒤집는데 성공함**
- **"기업에게 무엇보다 필요한 것은 바로 솔직한 커뮤니케이션이다. 문제를 해결하기 위한 방안을 분명하고 솔직한 태도로 모색한다면, 적어도 고객의 신뢰를 잃을 염려는 없기 때문이다."** - 마이클 델

➔ 이제 기업들은 단순히 제품이나 서비스의 품질을 개선하는 것에서 한걸음 나아가 고객들이 구매를 통해 진정으로 획득하기를 원하는 가치가 무엇인가를 파악하고 이를 충족시키기 위해 꾸준히 노력해야 한다. 또한 고객로열티와 진정한 추천을 얻기 위해서는 장기적으로 발전적인 관계를 향한 고객들의 신뢰를 유도할 수 있어야 한다. 개인화된 경험 제공과 정서적 유대감 형성, 진솔한 소통을 통해 기업이 고객을 위해 진정으로 노력한다는 믿음을 줄 때 그들 역시 기업에게 진정성 있는 로열티를 갖게 될 것이다.

1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

고객추천을 활용하여 효과적인 실행전략을 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. 특히 이는 최근과 같은 4차 산업혁명 시대에 '빅 데이터(Big Data)'가 형성될 만큼 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 이끌어 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 유인될 수 있기 때문에 고객추천지수는 기업의 생존뿐만 아니라 성장에 영향을 미친다.
- ➔ 경영 환경과 고객 니즈가 급변하는 시대에 기업이 고객추천에 대해 더욱 관심을 갖고 그 중요성을 인식해야 하는 이유도 바로 여기에 있다. 여러 연구에 의해 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 변화하는 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.
- ➔ 추천지수 활용을 위해 가장 기본적인 것은 우선 정확한 추천지수를 도출하는 것이며, 도출 후에는 왜 고객들은 우리기업은 추천 또는 비추천하는지에 대해 원인을 파악해야 할 것이다. 이에 따라 고객가치 창출 또는 고객불만 제거를 위한 전략 방향을 수립해야 하며, 이런 활동이 지속될 수 있도록 모니터링하고 지속적으로 추진될 수 있는 체계를 확립하여 우리 기업을 추천하는 고객을 증대시켜야 할 것이다.

고객추천지수 활용 Framework

