



- ① 동양생명
② 부산은행
③ LG 하이케어솔루션
④ 한국지엠

독특하고 차별화된 경험과 서비스 고객이 '가고 싶은 곳'으로 만들었다



한국능률협회컨설팅 조사
34개 산업, 11개 주요 차원 평가
15개 산업서 기업 순위 변동

1등 되기보다 지키는 게 더 어렵다
광주·부산銀, 엔제리너스 등 첫 1위

한국능률협회컨설팅(KMAC·대표이사 사장 한수희)은 2022년 제13차 한국산업의 서비스 품질지수(이하 KSQI) 고객접점 부문 조사 결과를 19일 발표했다.

2022년 KSQI 고객접점 부문 조사 결과의 주요 특징은 다음과 같다. 올해 93점을 기록하며 역대 가장 높은 점수를 기록했다. 조사 대상인 34개 산업 중 15개가 전체 평균인 93점보다 높은 점수를 받았고, 5개는 평균, 14개는 평균 미만 점수를 얻었다. 생명보험, 가전 AS, 수입 자동차판매 산업, 인터넷·IPTV AS 등은 96점을 받으며 우월한 서비스 품질을 입증했다. 가구전문점(작년보다 4점 향상)과 헬스케어, 대형슈퍼(각 3점 향상) 등 산업은 서비스 품질이 개선됐다. 공공기관은 91점으로 작년 수준을 유지했고, 광역시청은 90점을 받으며 코로나 19 팬데믹 초기보다 다소 상승했다. 올해 신규 조사된 렌탈케어서비스(96점), 홈쇼핑매점(93점) 등도 평균 이상의 평가를 받았다.

산업군별로는 제조서비스 기업 중 68.4%, 금융서비스 중 60.7%, 전문AS서비스 중 55.6%가 평균을 초과한 점수를 보였다. 서비스 품질이 우수한 기업이 다수 포함됐다는 뜻이다. 유통서비스 기업 중 평균 초과 점수를 받은 비율은 30.2%로 상대적으로 저조했다. 공공서비스의 경우 우수(90점 이상)의 비율이 54.5%였다. 서비스품질 측정을 위한 11개 평가영역 중에서 복잡·응모를 제외한 나머지 10개 영역에서의 점수가 상승했다. 기업의 첫인상을 좌우하는 직원의 맞이인사가 지난해보다 3점 상승하며 90점 고지를 달성했고, 마무리인 배웅인사는 가장 큰 상승폭(6점)을 보이며 91점을 기록했다. 고객 응대의 시작과 마무리 과정에 대한 기업의 꾸준한 개선 노력이 결실을 맺은 것으로 보인다.

1등이 되는 것보다 지켜내는 일이 더 어렵다는 점도 입증됐다. 올해 15개 산업에서 1위 기업 또는 기관의 순위가 역전되거나 공동 1위로 올라서는 변동이 일어났다. 지방은행에서는 광주은행과 부산은행이 5년 연속 1위였던 대구은행을, 커피전문점에서는 엔제리너스가 4년 연속 1위였던 스타벅스를 제치고 새롭게 1위 자리에 올랐다.

편의점에서 CU가 GS25를 역전하여 1위를 차지했다. 주유소에서는 SK주유소가 3년 만

에 1위를 탈환했다. 기존 1위와 나란히 공동 1위가 된 경우도 다수 나왔다. 백화점에서는 13년 연속 1위인 신세계백화점과 함께 현대백화점, 고속버스터미널에서는 역시 13년 연속 1위인 유스퀘어(광주)와 함께 대전고속버스터미널이, 손해보험에서는 기존의 강자 현대해상과 더불어 삼성화재가 공동 1위에 올랐다.

팬데믹으로 고객접점의 디지털화가 가속화됐지만 고객들은 여전히 오프라인에서의 서비스와 경험을 중시하고 있다. 오프라인 접점은 고객에게 다양하고 차별화된 경험을 제공하는 장소로 재탄생하고 있다. 고객접점을 성공적으로 관리하고 있는 기업들은 오프라인 접점에서 고객들에게 다채로운 새로운 경험을 제공하고 있는 것으로 나타났다. 매장은 기존처럼 상품 판매가 주목적이 아니라 고객에게 다양한 경험을 주는 장소로 거듭났다.

개인화된 서비스를 제공하는 기능적 변신도 포착된다. 은행들은 수도권을 중심으로 점차 영업점을 줄이고 있지만 특화점포는 늘리고 있다. 주 이용고객의 특성에 따라 영업시간을 저녁까지 확대하고, 간단한 업무는 디지털 기기를 활용해 볼 수 있도록 하고 있다.

대면 접점의 주된 장점은 제품이나 서비스를 바로 체험할 수 있다는 것이다. 보고, 만지고, 듣고, 냄새를 맡고 맛보는 경험을 할 수 있다. 필립 코틀러는 저서에서 매장은 경험하는 장소로 '가야 하는 곳'에서 '가고 싶은 곳'으로의 인식 전환이 필요하다고 했다. 제품이나 서비스의 품질은 물론이고 고객들의 감성적인 특성 등 주관적인 측면까지 고려해야 하는 시대가 됐다. 최근 기업들은 고객가치에 기반한 서비스 아이덴티티(SI·Service Identity)의 수립과 고객경험관리(CEM·Customer Experience Management) 활동을 펼치고 있다.

기업들은 표준화를 넘어 자사만의 독특한 고객경험을 만들어 내기 위해 혁신할 필요가 있다. 자사만의 고유한 서비스를 개발해야 한다. 이기동 KMAC 사업기초진단본부 본부장은 "소비자들은 기업과 '진정한 연결'을 원하고 있다"며 "온라인으로는 대체할 수 없는 고객경험을 구현한 기업들이 KSQI 고객접점 부문 1위에 올랐다"고 말했다. 이고윤 기자

2022년 KSQI 고객접점 부문 1위

부문	산업	1위 기업	연속연수
전문 AS서비스	자동차 AS(방문서비스)	기아(Auto Q)	9년
		한국지엠(세보레)	4년
	가전 AS(방문서비스)	삼성전자서비스	12년
	휴대전화 AS	삼성전자서비스	11년
	가정용보일러 AS(방문서비스)	경동나비엔	4년
금융 서비스	인터넷&IPTV AS(방문서비스)	KT	1년(역전)
	생명보험	한화생명	13년
		동양생명	5년
	손해보험	현대해상화재보험	2년
		삼성화재해상보험	1년
유통 서비스	은행	신한은행	12년
		하나은행	7년
	지방은행	광주은행	1년(역전)
	저축은행	SBI저축은행	1년(역전)
	대형마트	이마트	1년(역전)
제조 판매 서비스	대형슈퍼	GS리테일(GS THE FRESH)	13년
	백화점	현대백화점	4년
		신세계백화점	1년
	전자제품전문점	삼성디지털프라자	1년(역전)
	편의점	BGF리테일(CU)	1년(역전)
일반 서비스	커피전문점	롯데GRS(엔제리너스)	1년(역전)
	제과제빵점	파리바게트	12년
	헬스&뷰티전문점	CJ올리브영	4년
	홈쇼핑	알레로랑	2년
	가구전문점	한샘	2년
공공 서비스	수입 인증 중고차	현대리바트	1년
	직영 중고차	Mercedes-Benz Korea	2년
	홈쇼핑매점	K Car	2년
	국산자동차판매점	KGC인삼공사(정관장)	1년(신규 산업)
	수입자동차판매점	한국지엠	10년
제조 판매 서비스	주유소	Mercedes-Benz Korea	8년
	헬스케어전문점(안마의자)	SK에너지(SK주유소)	1년(역전)
	생활의료기관	바디프랜드	4년
	영화관	세라팜	2년
	이동통신판매점	롯데시네마	3년
공공 서비스	고속버스터미널	KT	1년(역전)
	렌탈케어서비스(방문서비스)	LG윌러스	1년(역전)
		금호티미(U square)	13년
		대진북한티미널	1년
		LG전자렌탈&케어서비스하이케어솔루션	1년(신규 산업)
부문	산업	우수기관	연속연수(우수)
공공 서비스	공공기관(기업)	우정사업본부	8년
		한국주택금융공사	8년
		국민건강보험공단	6년
	지자체·광역시청	대구광역시청	2년
		광주광역시청	1년
		대전광역시청	1년

* 자세한 조사결과와 KMAC 홈페이지(www.kmac.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

KSQI는 고객이 느낀 서비스품질을 지수화

한국능률협회컨설팅(KMAC)은 2010년부터 매년 한국산업의 서비스 품질지수(이하 KSQI) 고객접점 부문 조사 결과를 발표하고 있다. 이는 기업의 본원적(상품 및 서비스) 가치를 전달하는 대면접점 서비스 품질 수준을 평가하는 국내 유일의 척도다.

올해 KSQI 고객접점 부문 조사는 2021년 8월부터 지난 5월까지 총 34개 산업, 133개 기업 및 기관을 대상으로 진행했다. 연간 4회, 분기별로 측정해 특정 시기의 영향을 최소화했다. 전문 모니터링 요원이 고객 입장에

서 접점을 방문, 총 8100회(한 기업당 60~80회) 모니터링했다.

서비스 제공 단계는 서비스 전 단계(Before Service), 서비스가 이뤄지는 단계(On Service), 서비스 후 단계(After Service)로 분류했다. 총 11개 주요 차원 평가 대상이었다. 서비스 전 단계에서는 시설환경관리, 맞이인사, 복잡·응모 등을 살펴봤다. 서비스가 이뤄지는 단계에서는 종업원의 말투, 경청태도, 친절성, 업무지식, 고객배려 등을 측정했다. 서비스 후 단계에서는 종업원의 배웅인사를 평가했다.

2022년 KSQI 고객접점 부문 서비스품질 경쟁력

산업	기업명	KSQI	경쟁력	산업	기업명	KSQI	경쟁력
자동차 A/S	기아(Auto Q)	93	●1위	커피전문점	엔제리너스	94	●1위
	한국지엠(쉐보레)	93	●1위		스타벅스커피코리아	93	●경합
	르노삼성자동차(엔젤센터)	92	●경합		커피빈코리아	93	●미흡
	현대자동차(블루렌즈)	92	●경합	헬스&뷰티 전문점	투스플레이스	91	●미흡
	SK네트웍스(스피드메이트)	91	●미흡		올리브영	93	●1위
가전 AS	GS엠비즈(오토오아시스)	90	●미흡		랄라블라	91	●미흡
	삼성전자서비스	97	●1위	홈패션	롭스	91	●미흡
	LG전자서비스	96	●경합		알레르망	93	●1위
휴대전화 A/S	위니아에이드	95	●미흡		세사리빙	92	●경합
	삼성전자서비스	95	●1위	가구전문점	이브자리	92	●경합
	애플	94	●경합		한샘	95	●1위
가정용 보일러 AS	LG전자서비스	93	●미흡	수입 인증 중고차	현대리바트	95	●1위
	경동나비엔	95	●1위		일룸	94	●경합
	린나이코리아	94	●경합		까사미아	93	●미흡
인터넷 & IPTV A/S	귀뚜라미	93	●경합	직영 중고차 판매	Mercedes-Benz Korea	94	●1위
	KT	97	●1위		BMW Korea	93	●경합
	SK브로드밴드	96	●경합		Audi Korea	92	●미흡
	LG유플러스	95	●미흡	홍삼판매점	Volkswagen Korea	92	●미흡
					K Car(케이카)	93	●1위
생명보험	동양생명	98	●1위		한국인삼공사(정관장)	94	●1위
	한화생명	98	●1위	국산자동차 판매점	지씨바이오(참다한홍삼)	93	●경합
	ABL생명	97	●경합		농협홍삼(한삼인)	92	●미흡
	미래에셋생명	96	●경합		한국지엠	96	●1위
	삼성생명	96	●경합	수입자동차 판매점	기아	95	●경합
	신한라이프	96	●경합		르노삼성자동차	95	●경합
	교보생명	95	●미흡		현대자동차	95	●경합
손해보험	흥국생명	95	●미흡	주유소	Mercedes-Benz Korea	97	●1위
	삼성화재	96	●1위		Audi Korea	96	●경합
	현대해상	96	●1위		Toyota Korea	96	●경합
	DB손해보험	95	●경합	헬스케어 전문점 (안마의자)	BMW Korea	95	●미흡
은행	메리츠화재	94	●미흡		Volkswagen Korea	94	●미흡
	KB손해보험	93	●미흡		SK에너지	85	●1위
	신한은행	95	●1위	생활의료 가전	GS칼텍스	84	●경합
	하나은행	95	●1위		현대오일뱅크	84	●경합
	IBK기업은행	94	●경합	영화관	에스오일	83	●미흡
지방은행	KB국민은행	94	●경합		바디프랜드	96	●1위
	NH농협은행	93	●미흡		코지마	94	●미흡
	우리은행	92	●미흡	이동전화	휴테크	93	●미흡
	SC제일은행	91	●미흡		세리점	96	●1위
	광주은행	94	●1위	고속버스터미널	누가의로기	92	●미흡
저축은행	부산은행	94	●1위		롯데시네마	92	●1위
	대구은행	93	●경합		CJ CGV	91	●경합
	경남은행	88	●미흡	렌탈케어 서비스	메가박스	91	●경합
	SBI저축은행	91	●1위		KT	95	●1위
대형마트	에뮤온저축은행	87	●경합	공공기관	LG유플러스	95	●1위
	웰컴저축은행	84	●미흡		SK텔레콤	94	●경합
	OK저축은행	75	●미흡		금호터미널(U-square)	94	●1위
	이마트	94	●1위	지자체-광역시청	대진북합터미널	94	●1위
백화점	롯데마트	93	●경합		부산종합버스터미널	85	●미흡
	홈플러스	93	●경합		센트럴시티터미널	84	●미흡
	GS수퍼마켓	88	●1위	자차제-광역시청	인천종합터미널	84	●미흡
	롯데슈퍼	87	●경합		LG 하이커아슬루션	97	●1위
전자전문점	이마트에브리데이	87	●경합	편의점	SK매직	95	●경합
	홈플러스익스프레스	85	●미흡		CJ CGV	95	●경합
	신세계백화점	94	●1위		청호나이스	94	●미흡
	현대백화점	94	●1위	제과제빵점	우정사업본부	94	●우수
편의점	롯데백화점	93	●경합		국민건강보험공단	93	●우수
	삼성디지털프라자	96	●1위		CJ CGV	93	●우수
	LG베스트상	95	●경합	자차제-광역시청	도로교통공단	89	●미흡
	롯데하이마트	95	●경합		국민연금공단	86	●미흡
제과제빵점	전자랜드	94	●미흡		대전광역시청	92	●우수
	CU	87	●1위	자차제-광역시청	대구광역시청	91	●우수
	GS25	86	●경합		광주광역시청	90	●우수
	이마트24	85	●미흡	자차제-광역시청	인천광역시청	89	●미흡
유통서비스	미니스톱	84	●미흡		부산광역시청	88	●미흡
	세븐일레븐	84	●미흡		서울특별시청	88	●미흡
	파리바게트	92	●1위				
	뚜레쥬르	90	●미흡				

*동순위 기업명 가나다 순
*경합: 산업 평균대비 높은 수준이며, 1위와의 격차가 크지 않아 언제든지 역전 가능
*미흡: 산업 평균대비 낮은 수준이며, 즉각적이고 지속적인 개선 필요
*공공기관 및 지자체(광역시청)는 순위없이 90점 이상은 우수기관으로 선정함

2022년 1위(우수) 변동현황

부문	산업	2022년		2021년	
		1위 기업/우수 기관	점수	1위 기업/우수 기관	점수
전론 AS 서비스	인터넷&IPTV A/S	KT	97	SK브로드밴드	94
	손해보험	현대해상, 삼성화재	96	현대해상	96
금융 서비스	지방은행	광주은행, 부산은행	94	대구은행	93
	저축은행	SBI저축은행	91	에뮤온저축은행	92
유통 서비스	대형마트	이마트	94	롯데마트	93
	백화점	현대백화점, 신세계백화점	94	현대백화점	93
제조서비스	전자제품전문점	삼성디지털프라자	96	롯데하이마트	96
	편의점	BGF리테일(CU)	87	GS리테일(GS25)	86
일반서비스	커피전문점	롯데GRS(엔제리너스)	94	스타벅스커피코리아	94
	주유소	SK에너지(SK주유소)	85	현대오일뱅크	84
공공서비스	영화관	롯데컬처웍스(롯데시네마)	92	CJ CGV	92
	이동통신판매점	KT, LG유플러스	95	SK텔레콤	95
공공서비스	고속버스터미널	금호터미널(U-square), 대전북합터미널	94	금호터미널(U square)	92
	공공기관(기업)	국민건강보험공단, 우정사업본부, 한국주택금융공사	우수	국민건강보험공단, 국민연금공단, 우정사업본부, 한국주택금융공사	우수
공공서비스	지자체-광역시청	대구광역시청, 광주광역시청, 대전광역시청	우수	대구광역시청	우수

*기업 간 치열한 서비스품질 경쟁 속에서 10개 산업에서 1위 기업 역전, 5개 산업에서 공동 1위로 변동

금융소외계층 전용창구 마련 ... 고객이 원하는 시간에 서비스

생명보험 부문



여승주 대표

한화생명이 ‘2022 한 국 산 업 의 서 비 스 품 질 지 수 (KSQI)’ 고객접점 조사에서 13년 연속 1위 기업으로 선정됐다. 한화생명은 전국 38개 고객센터를 통해 보험, 펀드, 신탁, 대출 등 다양한 금융업무와 재무설계사(FP)의 종합재무설계 서비스까지 원스톱으로 제공한다. 장애인·노약자·임산부 등 금융소외계층



도 고객센터를 편리하게 이용할 수 있도록 했다. 한화생명은 금융소외계층 전용 창구인 ‘사랑나눔 창구’를 고객센터 전 지점에서 운영 중이다. 사랑나눔 창구는 고객이 원하는 시간대에 방문할 수 있도록 예약 서비스를 제공하고 있

다. 사소한 부분도 챙겼다. 와이파와 혈압측정기도 설치했다. 디지털 고객센터에서도 이용자의 편의성을 강화했다. 한화생명 모바일 앱에선 공인인증서 없이 간편비밀번호 등록만으로도 보험 등록부터 지급까지 다양하게 업무를 간편하게 처

리할 수 있다. 사회적 문제인 보이스 피싱을 방지할 수 있는 시스템도 도입해 고객 재산 보호에 적극적으로 나서고 있다. 직원들의 건강도 챙겨 서비스의 질을 한층 더 높였다. 한화생명은 직원들을 대상으로 문화예술을 활용한 감성 치유 프로그램인 ‘마음 건강 챙기기’를 진행한다. 이를 통해 감정 노동자와 관련한 사회 문제 해소와 예술 강사의 역량 강화에 기여하고 있다는 설명이다. 한화생명의 비전은 ‘경제적 풍요로움과 함께 인생의 솔루션을 제공하는 금융’이다. 국내 최고 수준의 글로벌 오픈 이노베이션 생태계 구축을 통해 유망 혁신기업과 새로운 서비스, 사업을 발굴·육성하고 있다. 박주연 기자

평일 저녁·토요일 영업점 운영 ... 은행 첫 화상상담서비스도

은행 부문



진옥동 은행장

신한은행은 국내 금융권 최초로 ‘고객만족경영’을 도입했다. 시대 변화에 맞춘 차별화한 서비스를 제공해 왔다. 올해 창업 40주년을 맞은 신한은행은 금융과 고객이 먼저 찾아오는 은행을 목표로 삼았다. 특히 진옥동 행장이 취임 직후 최우선으로 내세운 ‘고객 중심’ 가치와 디지털 화가가저를 변화에 관심이 쏠린다.



신한은행은 평일 저녁과 토요일에도 은행 업무를 볼 수 있는 이브닝플러스 영업점을 도입했다. 해당 지점에서는 신한은행 디지털영업부 직원이 화상상담 창구인 디지털데스크를 통해 실시간으로 이용자를 응대한다. 이용자들은 대출, 펀드, 신탁, 퇴직연금

등 영업점 창구에서 이뤄지는 업무의 90% 이상을 처리할 수 있다. 신한은행은 5개 지점에서 시범 운영한 뒤 점차 서비스 지역을 확대할 계획이다. 시중은행 최초로 화상상담 시스템을 적용한 미래형 혁신 점포 모델인 ‘디지털로 브랜치’도 운영한다. 디지털

로 브랜치는 은행의 대면 채널과 비대면 채널이 융합된 미래형 점포 모델이다. 신한은행은 서울 서소문지점을 시작으로 디지털로 브랜치를 확대하고 가능 업무의 범위도 점차 넓혀나갈 계획이다. 고품격 고객을 위해 큰 글씨와 쉬운 말로 구성된 시니어 맞춤 현금자동입출금기(ATM)도 전국 영업점으로 확대한다. 큰 글씨와 쉬운 금융 용어를 사용하고 색상 대비를 활용해 고객의 편의성을 크게 높였다. 또한 금융권 최초 시니어 고객을 위한 디지털 맞춤 영업점을 산림동에 열고 △클리어유도선 설치 △간편업무 창구 사이에 스마트 키오스크 설치 △디지털 맞춤형 화면을 적용했다. 박주연 기자

양평동에 직영 서비스센터 ... 수리 진행 상황 확인 시스템 구축

자동차 AS 부문



로베르토 램펠 대표

한국GM이 ‘2022 한 국 산 업 의 서 비 스 품 질 지 수 (KSQI)’ 조사 자동차 AS부문에서 1위에 올랐다. 국산자동차 판매점 부문에 이어 2관왕에 올랐다. AS부문에서도 4년 연속 1위를 달성해 소비자 중심의 경영 방식이 성과를 냈다는 평가가 나온다. 한국GM은 AS센터 전반에 걸쳐 디지털 전환을 최우선 과제로 삼았다.



방문 소비자의 시간을 낭비하지 않고, 정비사의 일정을 최적화하기 위해 수리 진행 상황을 모니터링할 수 있는 시스템도 구축했다. 경영 환경이 달라지며 소비자 편의

성도 변했다. 이를 보완하려 쉐보레는 디지털 서비스를 확대하기 시작했다. 서울 양평동에 직영 서비스센터를 신축한 게 대표적이다. 서비스 품질 향상을 위한 교육프로그램도 마련했다.

정규 교육과정을 개설하고 고객 만족 전문가 육성 프로그램을 운영하고 있다. 교육 내용을 현장에 실천할 활동 결과는 쉐보레 내부조사, 미스터리 쇼핑, 해피콜 만족도 등 다양한 조사를 통해 개선활동을 연계해 진행하고 있다. 사전 점검 서비스도 시행하고 있다. 소비자의 필요사항을 사전에 진단해 점검하는 서비스를 업계 최초로 제도화했다. 쉐보레는 친환경차를 비롯해 자율주행차 등 미래 기술에 관련된 정비 서비스를 개발하고 있다. 미래기술 진단 및 중장기 정비 로드맵을 구축했다. 체계적인 교육을 통해 기술 인재를 육성하고 있으며 첨단기기를 개발, 적용하고 있다. 빅데이터 기반 진단분석 시스템도 도입했다. 오현우 기자

아카데미 운영으로 카메라지 전문성 제고 ... 시승차 소독 강화

국산자동차판매점 부문



한국GM이 ‘2022 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)’ 조사에서 국산자동차판매점 부문 10년 연속 1위를 차지했다.

GM의 대표 브랜드인 쉐보레는 자동차 판매에서의 서비스 품질을 높이기 위해 온라인 교육 프로그램을 강화했다. 지난해 소비자와 직접 접촉하는 카메라지의 전문성을 강화했다면, 올해는 카메라지를 위한 고객만족 활동 개발에 집중하고 있다.



쉐보레 아카데미를 운영하며 영업직원의 전문성 및 고객과의 다양한 ‘진실의 순간(MOT)’을 고려한 섬세한 고객만족을 실현할 수 있는 교육프로그램 개발에도 힘쓰고 있다. 카메라지에게 명찰을 상시 패용하도록 독려하

고 소비자와 상담을 마친 뒤에는 지속해서 소비자에게 질문을 하며 니즈를 파악하도록 했다. 특히 올해 상반기 선보인 신형모델 ‘타호’를 비롯해 ‘볼트 EUV’ 등 고객에게 보다 전문적인 상담을 제공할 수

있도록 활발한 온라인 강의를 제공했다. 전시장을 찾은 고객들은 전문지식으로 무장한 카메라지를 통해 의문을 해소할 수 있었다. 전시장 내에서 코로나19 전파를 방지하는 체계도 구축했다. 마스크 착용을 의무화하고 시승용 차량을 정기적으로 소독하고 있다. 특히 각종 버튼, 스티어링 휠, 손잡이 등 사용자의 손과 접촉이 빈번한 곳을 집중적으로 소독했다. 코로나19에 대응하려 카카오톡을 활용한 시승 예약 서비스를 제공하기도 했다. 트레일블레이저와 트레버스 등이 대상이었으며, 향후 이를 지속 발전시켜 나갈 예정이다. 오현우 기자

오지 거주 고객에 ‘찾아가는 서비스’ … 수어상담 전문통역사 배치

휴대전화 AS/가전 AS 부문

SAMSUNG 삼성전자서비스



송봉섭 대표

삼성전자서비스가 '2022 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)'에서 전자제품 AS 1위 기업으로 선정됐다. 가전제품 AS 12년 연속, 휴대전화 AS 11년 연속 1위다. 고객 친화적인 서비스 정책, 엔지니어 전문성 등의 항목에서 높은 점수를 받아 서비스업계 선두주자임을 증명했다.

삼성전자서비스는 고객이 어디서나 편리하게 서비스센터를 방문할 수 있도록 업계에서 가장 많은 178개 서비스

센터를 운영하고 있다. 오지에 거주하는 고객을 위한 찾아가는 서비스도 제공하고 있다.

서비스센터 방문이 힘든 고객에게는 휴대폰 수리 장비가 탑재된 버스를 보낸다. 백령도, 울릉도 등 섬에 거주하는 고객을 위한 '가전제품 특별 점검 서비스'도 매년 시행하고 있다. 고객이 원하는 장소에 방문해 점검해주는 '휴대폰 방문 서비스'도 운영 중이다.

삼성전자서비스는 고객이 제품을 언제나 최상의 성능과 상태로 사용할 수 있도록 고객 친화적인 서비스 도입에 앞장서고 있다.

에어컨 수리가 집중되는 여름에 고객이 편리하게 제품을 사용하도록 다양한 정책을 시행 중이다. 매년 3월에서 6월 초까지 에어컨을 미리 점검 받는 고객에게 수리비 무상 혜택을 제공

하는 '사전점검 서비스'를 제공한다. 엔지니어가 가전제품 수리 방문 시 고객이 접수한 제품 외 다른 제품을 추가로 무상 점검해주는 '플러스점검 서비스'도 운영한다.

가전제품을 전문가에게 관리 받고 싶어하는 고객의 수요가 늘어남에 따라 '삼성케어플러스 가전/TV' 서비스를 제공 중이다. 삼성전자서비스 전문 엔지니어가 에어컨, 냉장고, 세탁기 등을 항상 최적의 상태로 사용할 수 있도록 관리 및 세척해준다.

수준 높은 서비스 제공을 위해 엔지니어 역량 향상에도 힘쓰고 있다. 엔지니어의 수리 기술력과 전문성 향상을 위해 매년 개최하는 서비스 기술경진 대회가 대표적이다.

고객 만족도 평가에서 최고의 평가를 받은 엔지니어를 선발하는 'CS 달인' 제도도 운영 중이다. 서비스를 경



험한 고객의 실제 평가를 기반으로 최상위 엔지니어를 선발해 진정한 서비스의 달인이라고 할 수 있다.

한편 삼성전자서비스는 청각·언어 장애인 고객이 수리 접수, 제품문의 등 서비스를 원활히 이용할 수 있도록 특

화된 정책도 도입했다. '수어상담 서비스'는 전문 자격을 갖춘 수어 통역사가 청각·언어장애 고객과 수어로 상담해주는 서비스다. 공인 자격을 갖춘 전담 통역사를 배치해 수준 높은 수어 상담을 제공한다.

모든 고객이 홈페이지를 간편하게 이용할 수 있도록 과학기술정보통신부가 주관하는 '웹접근성' 품질인증도 획득했다. 점역사가 시작장에 고객의 입장에서 제품 사용방법 및 주요 기능 등을 안내해주는 맞춤형 상담 서비스를 제공하고, 홈페이지의 내용을 음성으로 읽어주는 내레이션 기능을 제공하고 있다.

삼성전자서비스는 "앞으로도 차별화된 서비스 정책을 지속적으로 개발해 고객이 삼성전자 제품을 항상 편리하게 사용할 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 말했다. 허세민 기자

지자체와 복지등기 사업 통해 복지사각지대 해소

공공서비스(공공기관) 부문

우정사업본부 KOREA POST



손승현 본부장

우정사업본부는 1884년 우정총국으로 출범했다. 이후 138년 역사 속에서 끊임없는 변화와 혁신을 통해 성장했다.

우정사업은 전국 동일요금으로 보편적 서비스를 제공하는 공익적 성격과 자체 수익으로비용을 충당하는 기업적 성격을 동시에 갖고 있다. 전국 3400여개 우체국 네트워크를 통해 도시는 물론 도서산간 지역에도 보다 빠르고 정확한 우편 물류 서비스와 편리한 예금 보험서비스를 제공하기 위해 노력하고 있다.

우체국 이용 고객을 대상으로 매일 서비스별 만족도를 측정하고 문제점을 발굴하는 등 고객 중심으로 업무 프로세스를 개선하고 있다. 현장 컨설팅을 통한 우체국별 맞춤형 서비스 품질관리, CS(고객만족) 교육과정 운영을 통한 CS 전문인력 양성 및 책임직



역량 강화에도 힘쓰고 있다.

민원 관리도 체계적으로 운영하고 있다. 국민신문고, 민원통합관리 시스템 민원 통계를 통해 주요 이슈 및 제도 개선 사항 등을 분석해 소관 부서에 공유한다. 이를 통해 고객 불편을 사전에 예방하고 소관부서가 제도 개선에 나설 수 있도록 하는 등 고객 불편 최소화를 위해 노력하고 있다.

정부기관으로서 소외계층 지원에도 적극 나서고 있다. 지자체와 협업체도 복지사업안내 정보를 담은 등기를

항을 파악해 지자체에 전달하는 복지 등기 시범사업을 7월부터 시행하고 있다. 또한 신규사업으로 사회적 일자리 창출을 위해 우체국 유휴공간에 발달장애인 채용 카페를 운영할 계획이다.

우정사업본부 관계자는 "전국 우체국의 물적, 인적 인프라를 기반으로 취약 계층에 대한 사회공헌 활동을 지속적으로 전개할 것"이라며 "사회회의 요구에 부응하는 책임경영과 복지사업을 추진하는 등 정부기관으로서 사회적 역할에도 최선을 다할 것"이라고 말했다. 허세민 기자

만 60세 이상 서포터즈 배치, 시니어 고객 응대

지방은행 부문

BNK 부산은행



임감헌 은행장

최근 국내외 금융 시장의 급격한 변화와 다양한 금융 상품의 등장으로 금융소비자의 권익보호에 대한 목소리가 높아지고 있다. BNK부산은행

은 금융소비자의 권익을 보호하기 위해 대면·비대면 채널 이외에 고객만족도 조사와 고객패널, 정책자문단 등을 활용한 다양한 정책을 도입했다.

부산은행은 대면과 비대면 채널의 장점을 접목한 종합 금융서비스를 제공한다. 디지털 소외계층의 금융 편의를 위해 디지털 화상상담 통합시스템을 구축했다. 이 시스템을 통해 예금신규 및 해지, 여신, 외환업무와 전자금융, 카드, 펀드 및 신탁 등의 업무를 편리하게 이용할 수 있다는 설명이다.

고객행동분석과 상담분석시스템을 도입하고 지식관리시스템을 고도



화하는 등 '미래형 컨택 센터' 구축도 준비중이다.

BNK부산은행은 금융소외 계층을 위한 서비스도 강화하고 있다. 은행권 중 처음으로 만 60세 이상을 대상으로 '시니어 서포터즈' 제도를 도입해 고품격 고객이 많은 점포에 배치했다. 시니어 디지털금융 소외 고객의 금융 업무를 지원하며 시니어 일자리 창출에도 기여한다는 설명이다.

고령의 금융소비자 및 장애인을 대상으로 하는 '행복한 금융 맞춤창구'를 점포 내 마련하고, '찾아가는 부산은행 어르신 창구' 서비스의 일환으로 소형 이동점포도 운영한다. 부산 지역

의 어르신 900명을 대상으로 '도전! 시니어 온라인 금융골든벨'을 실시해 시니어층의 금융 이해력 향상과 보이스 피싱 예방을 돕기도 했다.

BNK부산은행은 20~30대 직원 30명으로 구성된 은행장 직속의 '디지털 전환(DX)' 리더 1기를 출범했다. MZ 세대를 위한 다양한 금융상품 개발 및 신사업 발굴 등 다양한 역할을 수행하며 은행의 디지털 전환을 추진하고 있다.

사회공헌 활동도 하고 있다. BNK부산은행은 최근 5년간 당기순이익의 13.9%를 사회공헌 사업을 통해 환원했다. 노유정 기자

‘핑거 무빙’ ‘로보 워킹’ 등 마사지 기술 차별화

헬스케어전문점(안마의자) 부문

BODYFRIEND



장수명 총괄부회장

바디프렌드는 '건강수명 10년 연장'을 목표로 최근 5년간 808억원의 연구개발(R&D)비를 쓰는 등 기술개발에 과감히 투자했다. 그 중심에는 2016년 설립된 바디프렌드 메디컬R&D센터가 있다. 정형외과, 한방재활의학과, 신경과 등 각 분야별 전문의와의 공학자 등 전문 연구인력들이 마사지의 건강 증진 효과를 임상시험으로 검증하고 새로운 헬스케어 프로그램을 개발하고 있다.

전문가들은 전문지식을 활용해 마사지 모듈의 구조를 연구하고 마사지 프로그램을 직접 개발한다. 손맛에 가깝게 마사지를 구현하는 '핑거 무빙'은 바디프렌드의 대표 제품인 더파라오, 더팬텀 등에 적용된 핵심 기술이다. 한 번에 성인 평균 엄지손가락



너비의 10분의 1보다 작은 1.25mm씩 움직이며 정교한 마사지를 제공한다. 바디프렌드만의 독보적인 기술이란 설명이다.

최근 바디프렌드는 두 다리 안마부가 개별적으로 움직이는 안마의자 '팬텀 로보'를 출시하며 헬스케어 로봇 분야에 뛰어들었다. 팬텀 로보는 단순히 안마의자에 앉는다는 고정관념에서 벗어나 양쪽 발에 하나씩 착용하는 콘셉트다. 흰 색상으로 세련된

느낌을 줬고 내부 시트는 인체 형상에 맞게 디자인했다. 두 다리를 자유롭게 해 새로운 형태의 마사지 패턴 설계도 가능해졌다. '로보 워킹 테크놀로지'로 부르는 이 기술을 통해 장요근, 이삼근, 햄스트링 등 기존에는 자극하기 어려웠던 코어 근육 및 하체 근육 부위를 스트레칭할 수 있다.

서비스도 차별화했다. 바디프렌드는 모델에 상관없이 전 제품에 대해 5년의 무상 AS를 제공하는 '5년 책임 프로그램'을 운영하고 있다. 업계에서 가장 길다. 또 대다수 판매점을 대리점이 아닌 본사 소속 직영점으로 운영해 전국 131개 직영 전시장에서 전문적인 안내를 받을 수 있다. 체험 중심의 상담도 진행한다. 노유정 기자

혁신제품 선보이는 ‘랩 오브 파riba게뜨’ 오픈

제과제빵점 부문

PARIS BAGUETTE



황재복 대표

파리바게뜨는 1988년 첫 매장을 연 뒤 국내에 생소했던 '프랑스풍' 제빵 문화를 소개하고 발전시켜 왔다.

파리바게뜨는 차세대 전략인 지역화와 디지털화를 가미한 미래형 매장인 '랩 오브 파리바게뜨'를 성남 판교에 개업했다. 이 매장은 정보기술(IT) 기업들이 집결된 판교의 지역적 특성을 반영한 '연구소(lab)' 개념의 직영 매장이다. 연구소라는 이름에 걸맞게 파리바게뜨의 혁신적인 제품과 서비스를 만나볼 수 있는 곳이다.

랩 오브파리바게뜨는 IT 기업들이 모인 판교의 특성에 맞춰 첨단 디지털 시스템을 매장 곳곳에 적용했다. 매장 간판은 물론 내부 벽면에 LG디스플레이와 협업한 대형 투명 유기발광다이오드(OLED)를 적용해 시각적



인 효과를 강조했다. 무인 픽업박스과 무인 결제시스템인 '해피스테이션' 등 온·오프라인 고객의 편의를 위한 다양한 비대면 시스템도 적용했다.

랩 오브 파리바게뜨에서만 구입할 수 있는 한정판 제품들도 있다. 이 매장의 '판교호감샌드'는 인기 지역 한정판 제품인 '제주마음샌드'와 '가평맛샌드'의 판교 버전이다. 두뇌 회전에 좋다고 알려진 호두를 사용해 판교를 상징하는 정의성과 명석함을 표현한 제품이다.

바삭한 쿠키 사이에 호두, 버터크림, 캐러멜을 곁들이고, 감정을 이모티콘처럼 표현할 수 있도록 다양한

표정을 쿠키에 각인시켰다.

취향에 맞게 재료를 조합할 수 있는 '디자인 샐러드'를 비롯해 세계에서 가장 많이 팔린 롤케이크인 '실키롤케익', 프랑스 '에쉬레 버터'를 적용한 프리미엄 롤케이크인 '에쉬레 버터 실키롤케익', 고품질의 케이크를 주문 제작할 수 있는 '오데마이드 케이크', '아다지오 싱글오리진' 등 독특한 유형의 커피를 고객이 직접 추출해 맛볼 수 있는 '커피 스테이션'도 랩 오브 파리바게뜨에서 판매한다.

반려견에게 좋은 원료로 만든 반려견용 베이커리를 판매하는 '파바독'도 운영하고 있다. 이주현 기자

고객가치 극대화로 지속가능성장 발판 마련

생명보험 부문



동양생명 '2022 한국산업의 서비스 품질 지수(KSQI)' 고객접점 조사에서 5년 연속 생명보험 부문 1위 기업으로 선정됐다. 동양생명은 고객 센터에 방문하는 고객들을 위해 매년 고객센터 직원들을 대상으로 다양한 교육을 진행하고 있다. 고객서비스(CS)기술 향상 및 매니저 교육 등 직접 맞춤형 교육은 물론 자율 독서 학습과 감정 관리 교육도 병행해 고객 응대 서비스를 개선하고 있다.

장애인고령 소비자 등 금융 취약 계층을 위해 고객센터 내에 전담 응대 직원을 지정해 이들의 눈높이에 맞는 세심한 고객 서비스도 제공하고 있다. 최근에 서비스의 디지털화를 추진하고 있다. 동양생명은 지난 7월 고객들이 보험료를 간편하게 납부할 수 있



도록 카카오페이를 통한 보험료 납부 서비스를 시작했다. 고객이 희망하면 초회 보험료는 물론 계속 보험료까지 카카오페이로 납부할 수 있도록 한 서비스다. 이 서비스로 고객들은 별도의 계좌번호나 카드번호 정보를 보험사에 제공할 필요가 없어져 고객 편의성이 한층 개선됐다고 회사측은 설명했다.

이는 고객이 설계사를 통한 보험

가입 시 카카오페이로 초회 보험료와 계속 보험료까지 납부할 수 있게 한 첫 사례다.

동양생명은 비대면 서비스인 '엔젤컨택센터'도 운영한다. 지난 4월 엔 상담원 지식 관리 시스템인 'KMS'를 구축해 보다 신속하고 정확한 고객 안내를 시작했다.

동양생명 관계자는 "5년 연속으로 고객접점 부문 조사에서 생명보험업계 1위를 차지했을 뿐만 아니라 이번 조사에서 역대 최고 점수를 기록했다"며 "앞으로도 고객 가치 극대화를 위해 힘쓰겠다"고 말했다. 이주현 기자

금융취약층 위한 '액티브시니어 자문단' 발족

은행 부문



하나은행은 상품과 서비스의 제조에서 판매, 사후관리로 연결되는 일련의 과정 중 발생하는 고객의 소리를 최우선으로 여기기 위해 '손님위원회'를 운영하고 있다.

올해는 특히 단순 자문이나 의견 제시 단계에서 끝나지 않도록 '참여형 자문단'을 운영해 특정 세대와 그룹의 구체적인 요구를 발굴하고 제도 개선에 반영하도록 했다.

더불어 고령자 등 금융취약계층의 불편한 상황을 청취, 개선하기 위해 지난달 '액티브 시니어 자문단'을 발족하고 은행 정책 운영에 적극적으로 반영하고 있다.

'위드 코로나'로 인한 단계적 일상회복에 맞추어 'Restart 손님 행복의 날'을 전 영업점이 실시하여, 방문 손님에



게 감사와 긍정의 메시지로 새로운 응원의지를 담았고, 손님만족 및 소비자 보호를 실현한 우수 영업점과 우수 직원을 선정, 인증하는 명가(名家)와 명인(名人)제도를 통해 손님 가치를 최우선시 하는 직원들을 돕고 있다.

소비자를 보호하기 위한 대책도 마련했다. 소비자보호법 시행 이후 소비자보호 윤리 의식의 중요성을 강조하고 자 지난 6월 임직원 금융소비자보호 윤리 역량 강화 과정을 전직원이 수료했다. 피싱 피해를 방지하기 위한 하나원큐 금융사기예방서비스도 선보였다.

이밖에 △금융감독원과 함께 '보이스피싱 예방 라이브 방송' 실시 △투자상품을 선제적으로 점검하고 위험에 적시 대응하기 위한 '소비자리스크 모니터링 시스템' 개발 △음성기반으로 금융 상담이 가능한 인공지능(AI) 콜봇 서비스 출시 등 다양한 고객 중심 활동을 전개하고 있다.

박성호 하나은행장은 "KSQI 고객접점 조사에서 7년 연속 1위에 선정되는 쾌거를 계기로 디지털 시대에 맞는 고객 관리를 강화하겠다"고 말했다. 김리안 기자

야간 입출고제 시행... 실내 공기케어 무상 서비스

자동차 AS 부문



기아가 9년 연속 자동차 AS 부문 1위에 선정된 비결은 고객중심 경영 전략에서 찾을 수 있다. 올해 고객중심 경영을 3대 추진 전략으로 선포한 이후 기아의 AS 부문도 고객 관점 서비스로 전환, 한층 더 높은 수준의 고객 경험을 제공하기 위해 힘쓰고 있다.

기아는 비영업시간에도 탄력적으로 고객을 응대하는 '야간 입출고 제도'를 운영 중이다. 예약시간에 센터 방문이 어려운 경우엔 예약 전날 야간 시간에 미리 방문해 무인키 보관함에 차량키를 보관하면 된다. 다음날 예약된 시간에 정비를 진행한다. 메시지를 통해 실시간 정비 진행 상태도 확인할 수 있다. 영업시간 내 수리 차량을 출고하기 어려운 상황에도 해당 서비스를 이용할 수 있다.

기아는 코로나19 확산에 따라 승용차, 레저용 차량(RV) 등 전 차종 소비



자를 대상으로 '차량 실내 공기케어 무상서비스'를 제공하고 있다. 기아의 정비 협력사 오뚜큐와 함께 선보이는 서비스다. 차량 실내 공기케어 무상서비스는 친환경 성분인 파톤치드의 연무 분사로 차량 실내와 에어컨 내부의 살균 및 항균 코팅이 가능하다. 코로나19 확산 속에서 차량 내 환경을 쾌적하게 유지하는데 도움이 됐다는 평가다.

전기자동차(EV)멤버스 고객들을 위한 차별화한 종합 정비 서비스 '에브리씽 케어(Everything Care)'도 출시했다. 전기차가 최적의 상태를 유지할 수 있도록 출고 월을 기준으로 8년

간 8회에 걸쳐 고전압 배터리, 모터룸 냉각수, 감속기 오일 등 주요 항목을 무상 점검해 주는 'EV 정기점검 서비스'가 핵심이다. 구입일로부터 5년 이내 주행 중 배터리 방전과 같은 긴급 상황이 발생할 경우 고객이 원하는 목적지까지 이동을 지원하는 'EV 안심출동 서비스'도 제공한다.

기아는 이밖에도 고객의 시선과 목소리에 귀 기울이기 위한 고객의 소리(VOC) 전담조직을 신설했다. 해당 조직은 다양한 채널에서 유입되는 고객의 소리를 데이터화해 고객 응대 인사이드를 발굴한다. 김리안 기자

정기방문하는 케어 매니저... 생활가전 11종 케어

렌탈케어서비스 부문



LG전자의 자회사인 렌탈·케어 서비스 제공업체 하이케어솔루션이 '2022 한국산업의 서비스 품질 지수(KSQI)'의 올해 처음으로 시행한 렌탈케어서비스 부문에서 1위로 선정됐다. 하이케어솔루션은 변화하는 고객의 니즈를 반영한 '고객 맞춤형' 가전 케어 서비스 정책을 지속적으로 도입하고 있다. 뿐만 아니라 체계적인 고객 만족 경영시스템을 구축, 운영해 차별화한 서비스를 제공하고 있다는 평가를 받는다.

LG전자의 가전 케어 서비스는 고객들에게 제품을 판매·대여하는데 그치지 않고 항상 제품이 최상의 성능을 유지할 수 있도록 사후 관리에 철저



해야 한다는 생각에서 출발한 서비스다. 케어 매니저를 통해 정기 방문 관리 서비스를 제공한다. 케어 매니저는 핵심부품 교체, 토탈 클리닝, 성능 점검, 위생 상태 확인 등 철저한 관리 서비스를 선보인다.

현재 정수기, 에어컨, 공기정정기, 안마의자, 식기세척기, 식물재배기 등 지속적인 관리가 필요한 생활가전 11

종을 대상으로 가전 케어 서비스를 제공한다. 서비스 대상 제품은 지속적으로 확대할 예정이다.

LG전자의 가전 케어 서비스는 단순히 제품을 임대해주는 렌탈 서비스에 비해 훨씬 더 높은 전문성과 진정성을 갖춘다는 평가를 받는다.

다. 세심한 관리를 통해 고객이 보다 더 편리하고 쾌적하게 가전제품을 사용할 수 있도록 지원한다.

김필준 하이케어솔루션 대표는 "차원이 다른 가전 케어 서비스를 통해 고객들이 일상생활에서 LG 생활가전의 차별화한 가치를 누릴 수 있도록 지속적으로 노력하겠다"고 말했다. 김리안 기자

35th The Management Grand Awards

2022 韓國의經營大賞

'한국의경영대상'은 총체적 경영혁신을 통해 글로벌 경쟁력을 확보하고 국내 산업계를 선도하고 있는 기업 및 기관에게 고객과 각 분야의 전문가가 그 뜻을 모아 드리는 대한민국 최고 권위의 賞입니다.

운영일정



응모문의

한국의경영대상 운영사무국

담당자	전화번호	이메일
이은지 컨설턴트	02-3786-0546	ejilee@kmac.co.kr



상담신청

응모부문

[Management 평가] 특정 응모부문과 관련하여 경영정책 및 경영시스템을 바탕으로 한 경영 전반에 걸친 평가

고객만족대상			
고객만족경영	소비자보호	직원만족경영	경영혁신
ESG경영대상 ^{*)}			
사회적가치	상생경영	안전경영	인권경영
지속가능경영	친환경경영	탄소중립	투명경영

*) ESG경영대상은 통합부문으로 응모가능, 수상기업의 부문명은 'ESG경영'으로 표기

마케팅대상		
브랜드경영	신뢰경영	
디지털혁신대상		
디지털혁신	플랫폼혁신	기술혁신

[Practice 평가] 특정 분야에서 혁신적인 성과로 타 기업에 모범이 되는 사례 또는 상품에 대한 평가

Innovation Best Practice
[지속가능성보고서 평가] 이해관계자에게 투명성 제고를 목적으로 발간하고 있는 지속가능성보고서에 대한 평가
지속가능성보고서