

문 서 번 호 : KMAC 제 2020-729호

2020. 05. 12

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 :

2020년(제17차) 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 콜센터 부문 조사결과 발표

1. 귀사의 일익 번창하심을 기원하며 평소의 후의에 감사 드립니다.

2. KMAC(한국능률협회컨설팅)에서는 국내 콜센터 서비스의 현 수준을 진단하여 탁월한 서비스품질을 제공하는 기업을 발굴하고 모범 사례를 전파하고자 매년 KSQI(한국산업의 서비스 품질지수) 콜센터 부문 조사를 실시하고 있습니다.

3. 첨부된 자료는 조사결과를 아래와 같이 축약한 것이오니 귀 지(방송) 보도에 참조하시기 바라며, 아울러 폭넓은 보도를 양청합니다.

본 자료는 5월 26일(목) 조간(방송은 5월 25일 17:00)부터 보도를 요망합니다.

- 아 래 -

가. 제 1 부 : KSQI 콜센터 부문 조사 개요

- 1) KSQI의 정의
- 2) KSQI 콜센터 부문 조사 배경 및 설계
- 3) KSQI 측정방법

나. 제 2 부 : 2020년(제17차) KSQI 콜센터 부문 조사결과

- 1) 전체 조사결과
- 2) 개별산업별 조사결과(종합)
- 3) 산업군별 조사결과
- 4) 요일별/시간대별 조사결과
- 5) KSQI 전년대비 항목별 조사결과
- 6) 개별기업별 조사결과

다. 제 3 부 : 콜센터 서비스 발전을 위한 제언. 끝.

한 국 능 률 협 회 컨 설 팅
대표이사 부회장 김종립

제1부. KSQI 콜센터 부문 조사개요

※ 문의 : 진단평가3본부 이기동 본부장(Tel. 02-3786-0342)
이정훈 위원(Tel. 02-3786-0173)

1. KSQI(Korean Service Quality Index)의 정의



KSQI는 한국산업의 서비스품질에 대한 고객들의 체감 정도를 나타내는 지수로써 기업의 상품 및 서비스 가치를 전달하는 접점(대면채널, 비대면채널)에서 고객이 지각하는 서비스품질수준을 평가하여 이를 서비스이행률 관점에서 지수화한 것이다. KMAC는 2004년부터 국내 최초로 콜센터 부문에 대한 서비스 품질 측정모델을 개발하여 매년 1회씩 조사결과를 발표함으로써 한국산업의 비대면 채널 서비스 품질 경쟁력 향상을 도모하고 있다.

2. KSQI 콜센터 부문 조사 배경 및 설계

1) KSQI 콜센터 부문 조사 배경

고객의 니즈와 시장 경쟁구도의 변화 속에서 기업이 제공하는 핵심 상품뿐만 아니라 서비스의 차별성이 더욱 중요하게 인식되고 있다. 특히 서비스를 제공하는 접점 중에서도 고객들이 가장 많이 이용하고 있는 비대면 접점의 중요성이 점차 커져가고 있으며, 단순한 서비스 제공 기능이 아닌 한 기업의 얼굴로 인식 될 정도로 그 중요성이 높아지고 있는 추세이다.

이에, 가장 대표적인 비대면 접점인 콜센터의 서비스 품질을 향상시키고 이를 통해 기업의 서비스 경쟁력을 제고하고자 KMAC(한국능률협회컨설팅)에서는 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 콜센터 부문을 개발하여 올해로 17회째 조사를 실시하였다.

본 조사는 고객의견 조사를 통해 지수를 산정하는 기존 제도들과는 달리, 다양한 산업의 콜센터에 대한 전문가 조사를 실시하여 지수를 산출·발표하는 국내 최초의 조사 제도로써 기업의 서비스 경쟁력을 높이고, 고객들에게 양질의 서비스를 제공하는데 일조하고자 매년 시행되고 있다.

2) 2020 KSQI 콜센터 부문 조사 설계

- ① 모 집 단 : 국내 주요 산업별 기업 및 기관의 콜센터
- ② 조사 대상 : 47개 산업 275개 기업 및 기관의 콜센터

제 조 업	가전서비스, 내비게이션, 보일러, 생활가전, 자동차, 정유
금융서비스	생명보험, 손해보험, 시중은행, 신용카드, 암호화폐거래소, 온라인자동차보험, 인터넷전문은행, 증권, 지방은행, 캐피탈
유통서비스	대형마트, 백화점, 온라인서점, 인터넷마켓플레이스, 인터넷쇼핑몰, 홈쇼핑, T커머스, 패션, 편의점
통신서비스	검색포털, 알뜰폰, 온라인게임, 유료방송, 이동통신, 초고속인터넷
일반서비스	국제특송, 도시가스, 렌터카, 보안경비, 여행사, 온디맨드O2O서비스, 인터넷강의, 종합병원, 지역항공, 택배, 피자전문점, 학습지, 항공사
공공서비스	공공기관, 중앙정부, 지자체

- ③ 표 본 수 : 각 콜센터 당 총 100회 평가 실시, 총 26,200회 평가(*코로나19로 인해 95콜내외로 평가 진행)
- ④ 평가 방법 : 시간대별(오전, 점심, 오후), 요일별(주말 제외) 배분
산업별 시나리오에 따라 사전에 교육받은 전문 모니터 요원이
고객의 입장에서 콜센터로 직접 전화하여 평가
- ⑤ 실사 기간 : 2019년 2사분기, 3사분기, 4사분기 및 2020년 1사분기(분기별로 연간 4회 조사)

제1부. KSQI 콜센터 부문 조사개요(계속)

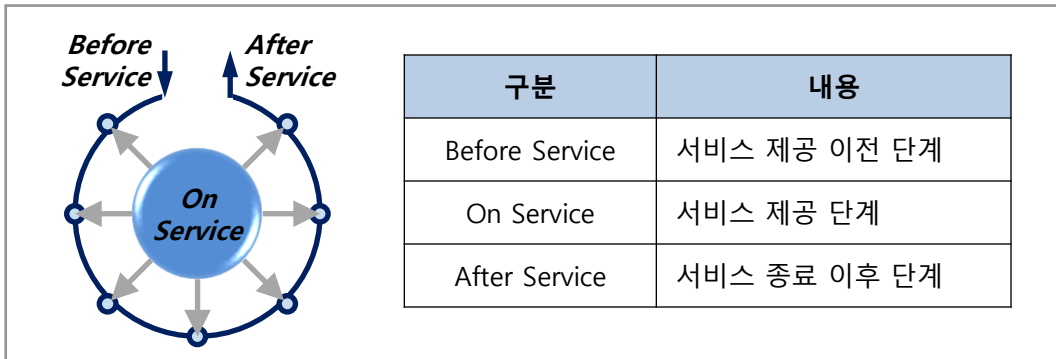
3. KSQI 측정방법

1) 조사내용

KSQI 콜센터 부문 조사에서는 서비스 제공 단계를 크게 Before Service, On Service, After Service로 나누어, 각 단계에서 필요한 제공 서비스의 이행 여부에 초점을 맞추고 있으며, 네 분기에 걸친 기업당 100회의 모니터링을 실시한다.

Before Service는 직접 서비스가 제공되기 이전 단계이며, On Service는 직접 서비스가 이루어지는 단계를, After Service는 서비스가 종료되었음을 알리는 단계와 그 이후의 서비스를 일컫는다.

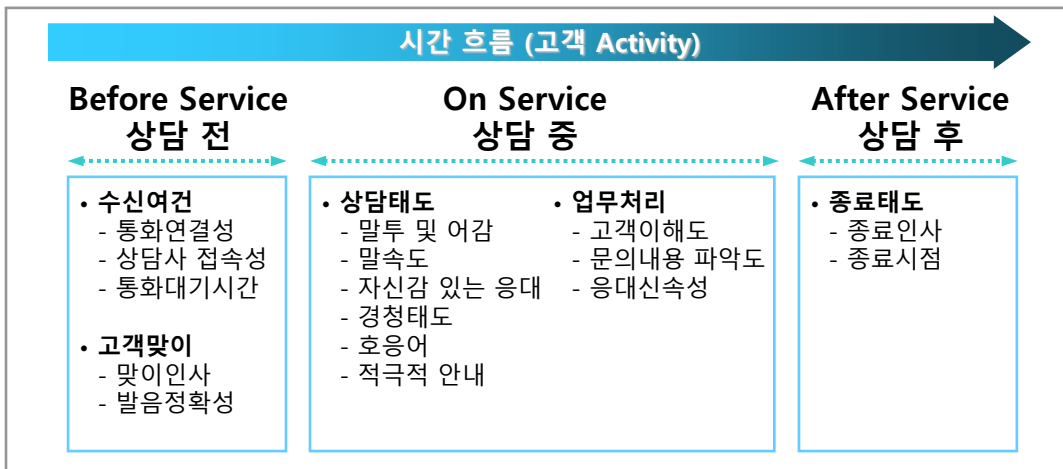
<콜센터의 서비스 제공 단계>



이러한 단계별로 서비스 품질을 측정하기 위한 항목은 다섯 가지 차원(수신여건, 고객맞이, 상담태도, 업무처리, 종료태도)으로 나누어져 있으며, 각 차원별 세부 측정항목은 총 16개로 구성되어 있다.

이 16개 항목은 'CTQ(Critical To Quality)'라 하여 콜센터의 서비스 전달에 있어 고객이 가장 중요하게 생각하고 인정하는 요소들이다.

<콜센터의 서비스 제공 단계와 품질 측정 항목>



제1부. KSQI 콜센터 부문 조사개요(계속)

2) 산출 방법

콜센터 KSQI는 상담 전, 상담 중, 상담 후에 이르는 전 과정에서 CTQ(Critical TO Quality)의 총합인 '총 결함기회'에서 결함(Defect)이 발생하지 않은 경우를 백분율로 환산하여 지수화한다.

즉, KSQI는 각 서비스 영역별로 나타나는 모든 CTQ를 얼마나 성공적으로 이행하였는가를 의미하는 것이다.

총 결함기회는 기업당 모니터링 횟수인 100회에 1회 모니터링 시 측정하는 16가지의 CTQ를 곱한 1,600회로 나타난다. 이를 수식으로 살펴보면 다음과 같다.

<KSQI 산출식>

$$\begin{aligned} \text{KSQI(콜센터)} &= \left[1 - \left(\frac{\sum D}{\sum \text{CTQ}} \right) \right] (\%) \\ &= \left[1 - \frac{\text{총결함횟수}}{\text{총결함기회}} \right] (\%) = \frac{\text{총성공횟수}}{\text{총결함기회}} (\%) \end{aligned}$$

- D(Defect; 결함수) : 각 측정 문항별 서비스 결함수
- CTQ(Critical To Quality) : 고객이 가장 중요하게 생각하고 인정하는 주요 품질 요소
- 총결함기회 = 1,600회(= 기업당 100회 측정 × 16개 항목)
- KSQI : 각 서비스 영역별 결함기회(CTQ)에 대한 서비스 성공률을 의미함

(ex : 1,600회 결함 기회 중 결함수 80회 → 결함률 5 % = 성공률 95% → KSQI 95점)

3) 조사 방법

콜센터 부문 KSQI 조사는 특정 산업이나 기업에 대해 특정 기간에 콜이 집중되는 이른바 '피크 타임(Peak Time)'에 따른 영향을 사전에 방지하고자 시간대별, 요일별, 분기별로 조사 표본을 할당하여 조사를 실시한다.

기업당 모니터링 조사 횟수인 100회는 4개 분기로 나누어 각 분기별로 25회씩 조사를 실시하고 있으며, 매 분기마다 요일 별(월~금), 시간대별(오전, 점심, 오후)로 고르게 할당하여 피크타임으로 인한 영향을 최소화함으로써 모든 기업에 균등한 기회가 돌아가도록 하였다.

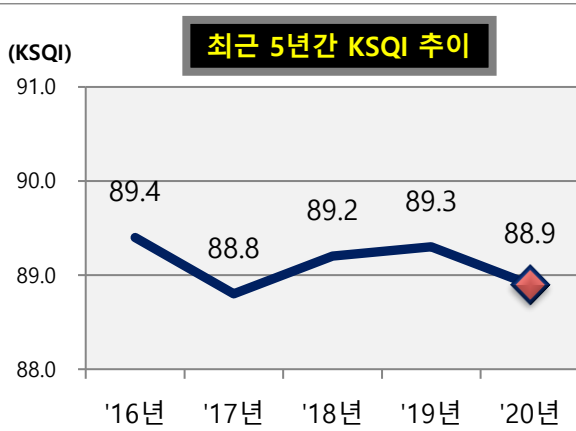
조사는 사전 교육 및 심사를 통과한 전문 모니터 요원에 의해 진행되며, 구조화된 시나리오 및 평가시트에 의해 조사를 실시하고 있다.

그 결과 총점 90점이 넘는 콜센터에 대해 '한국의 우수콜센터'라는 명칭의 인증을 실시하고 있다.

제2부. 2020 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과

1. 전체 조사결과

상담품질은 콜센터의 도약을 위해 반드시 갖추어야 할 기반!
4차 결과(4/4분기) 시기에서의 보다 면밀한 관리가 요구됨



2020 제17차 '한국산업의 서비스품질 지수(KSQI) 콜센터 부문' 조사는 총 47개 산업, 275개 기업 및 기관 콜센터를 대상으로 분기당 25콜로 조사하였다. 2019년 2사분기에서 2020년 1사분기까지 총 26,100여회를 조사하였다. (4분기는 코로나로 인해 조기 마감하여 기업당 18~20콜로 조사하였다.)

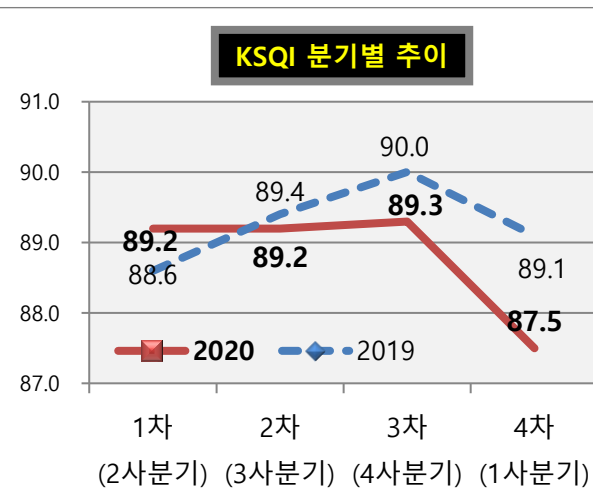
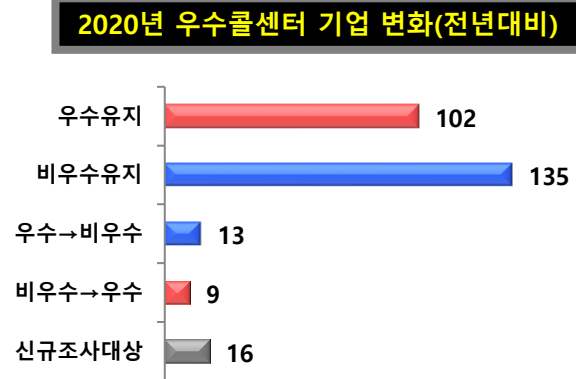
KSQI 지수는 지난 3년 연속(2017~2019) 상승하는 추세를 보이고 있었으나, 금년에는 88.9점으로 전년대비 0.4점 감소한 결과가 나타났다. 모든 산업에서 전년 대비 소폭 감소하는 결과가 나타난 가운데, 코로나19에 따른 콜센터 재택근무와 직장폐쇄로 인해 4차 조사결과 하락이 주된 요인으로 추정된다.

이번 조사결과에서 우수콜센터 기업 변화 추이를 보면, '한국의 우수콜센터' 기준선인 KSQI 90점 이상 기업의 숫자는 111개에서 113개로 전년대비 2개(우수콜센터 비중 1.3% 하락)가 증가하였다.

이를 자세히 살펴보면, 전년도 90점 미만 기업 중 올해 90점 이상으로 상승한 기업은 9개인데 반해, 전년도 90점 이상 기업 중 올해 90점 미만으로 하락한 기업이 13개로 조사되어, 콜센터의 서비스 품질을 유지하기 위한 기업들의 노력이 필요함을 알 수 있다.

특징적으로, 90점 이상 기업의 평균은 91.7점으로 작년 대비 0.6점 감소한데 반해, 90점 미만 기업의 평균은 86.9점으로 전년도와 동일하게 유지하였다. 이는 전년도 집단간 격차가 5.4점에서 4.8점으로 감소하여 우수기업과 비우수기업 간의 콜센터 서비스 품질 수준의 양극화가 회복되고 있는 추세로 보여진다.

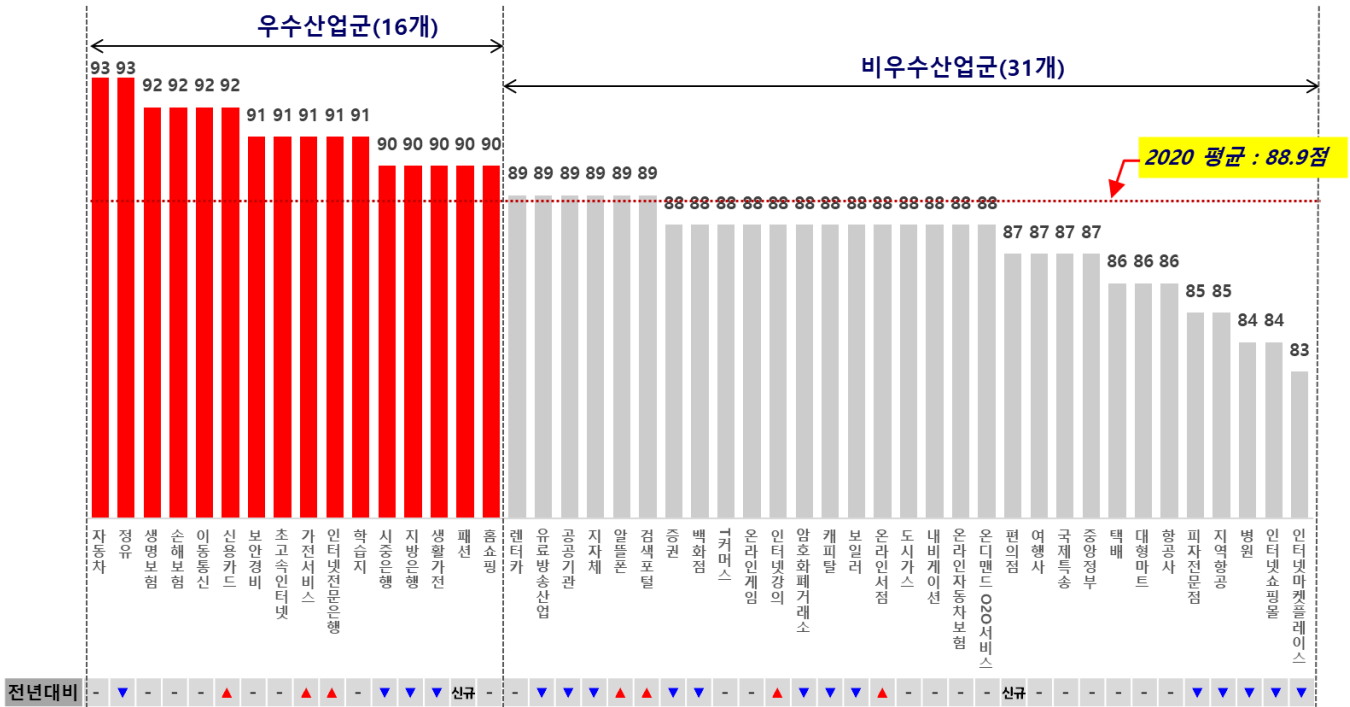
분기별 추이를 보면, 1차를 제외하곤 2차, 3차, 4차에서 전년대비 하락한 모습을 보였다. 특히, 4차 결과가 전년대비 1.6점 하락되어 차수 중 가장 낮은 점수를 기록하였다.



제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

2. 개별 산업별 조사결과(종합)

콜센터 품질의 양극화 회복세 - 변화하는 산업 환경에 맞는 콜센터 대응 역량 필요



2020 KSQI 조사에서 산업별 평균 점수 분포를 보면 47개 산업 중에서 평균 90점 이상 산업이 16개(전년 19개), 평균 90점 미만 산업이 31개(전년 26개)로 나타나, 전년 조사에 비해 우수 산업 수는 감소하였고 비우수 산업 수는 증가하였다.

특히, 전년대비 우수산업군이 3개 감소하고 비우수산업군이 5개 증가하였는데, 그중 공공서비스(공공기관, 지자체, 중앙정부)의 모든 산업군이 비우수산업군으로 조사되어 품질 상승에 대한 노력이 필요하다는 점을 알 수 있다.

주요 산업별 동향을 살펴보면, 자동차산업과 정유산업이 산업평균 93점으로 전체 47개 산업 중에서 가장 높은 콜센터 서비스 품질 수준을 가진 산업으로 나타난 반면, 인터넷마켓플레이스산업이 83점으로 가장 낮은 가운데, 전년 대비 7개 산업이 KSQI 지수의 상승을 보였고, 17개 산업은 하락하였다.

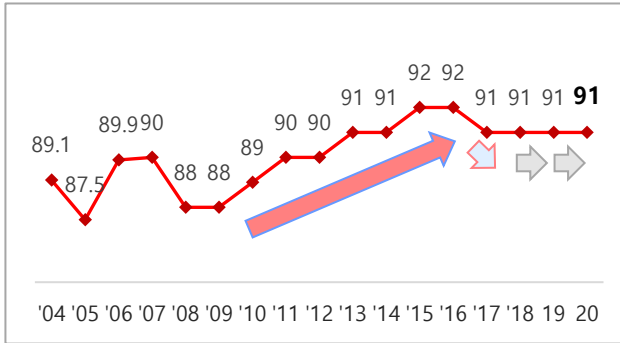
여전히 비우수 산업군의 비중이 높은 가운데, 온라인 기반의 산업군(인터넷마켓플레이스, 인터넷쇼핑몰, 대형마트) 등에서 콜센터 상담품질 개선 노력이 필요함을 알 수 있다.

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

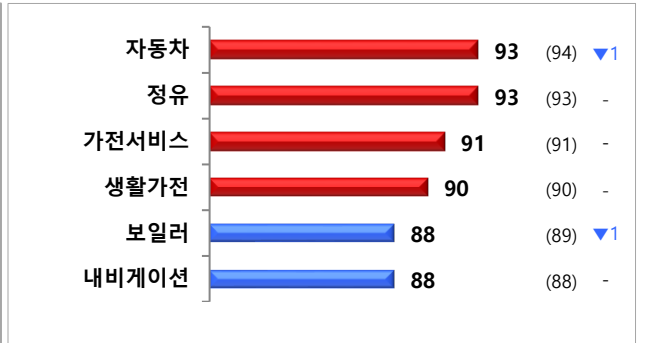
3. 산업군별 조사결과

● 제조업 - 자동차·정유·가전서비스·생활가전 4개 우수, 보일러·내비게이션 2개 비우수

제조업 KSQI 추이



제조업 각 산업별 KSQI 추이



제조업 KSQI 추이는 2008 조사 부터 계속해서 상승 추세를 보이다가, 2016 조사에서 역대 최고 점인 92점 기록한 후 다소 낮아진 결과가 나타났다. 최근 10개년을 살펴보면 매해 90점 이상으로 안정된 서비스 품질 수준을 보이고 있다.

각 산업별로 살펴보면 자동차·정유·가전서비스·생활가전 4개 산업의 평균지수가 90점 이상인 반면, 보일러·내비게이션 산업의 평균지수는 90점 미만으로 조사되었다. 이러한 제조업 내 각 산업 간의 서비스 품질 수준의 차이는 지난 6년 동안 비슷한 양상을 보이고 있다.

자동차산업은 기아자동차 외 4개사가, 정유는 현대오일뱅크 외 2개사가, 생활가전은 교원웰스 외 2개사가 우수콜센터를 유지한 가운데 SK매직이 우수로 진입하였고, 보일러는 경동나비엔과 린나이가, 그리고 가전서비스는 삼성전자서비스 및 위니아에이드가 90점 이상을 기록하여 우수한 서비스 품질을 보이는 것으로 나타났다.

자동차 산업과 보일러 산업이 전년대비 하락한 결과가 나타났으며, 이 외의 산업은 모두 전년대비 동일하게 유지하였다. 자동차 산업은 점수 하락에도 불구하고 전년과 동일하게 90점 이상의 우수 산업군에 나타났다.

내비게이션산업의 경우 조사대상의 모든 기업이 비우수기업으로 평가되었다.

제조업 조사결과_KSQI 90점 이상 우수기업 현황

(산업·기업명 한/영, 가나다 순)

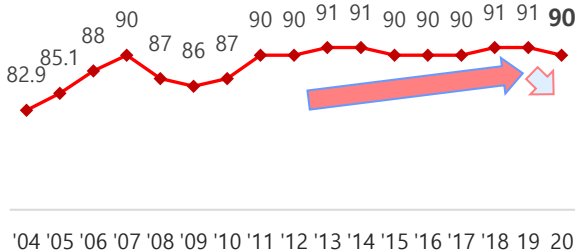
산업	KSQI 90점 이상 우수 기업 (15개)	비고
가전서비스	삼성전자서비스, 위니아에이드	-
내비게이션		-
보일러	경동나비엔, 린나이	-
생활가전	교원웰스, 청호나이스, SK매직	우수전환 1개사(SK매직) 비우수전환 1개사(코웨이)
자동차	기아자동차, 르노삼성자동차, 쌍용자동차, 한국지엠, 현대자동차	-
정유	현대오일뱅크, GS칼텍스, S-Oil	-

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

3. 산업군별 조사결과

● 금융서비스 - 생명보험·시중은행 등 6개 산업 우수, 캐피탈·증권 등 4개 산업 비우수

금융서비스 KSQI 추이



금융서비스 각 산업별 KSQI 추이

*괄호 안은 전년 지수

생명보험	92	(92)	-
손해보험	92	(92)	-
신용카드	92	(91)	▲1
인터넷전문은행	91	(90)	▲1
시중은행	90	(91)	▼1
지방은행	90	(91)	▼1
암호화폐거래소	88	(90)	▼2
캐피탈	88	(89)	▼1
증권	88	(89)	▼1
온라인자동차보험	88	(88)	-

금융서비스 KSQI 추이는 2009 조사 부터 계속해서 상승 추세를 보여왔고, 2011 조사 부터 매해 90점 이상을 기록하고 있어 안정된 서비스 품질 수준을 제공하는 산업군임을 알 수 있다.

각 산업별로 살펴보면 생명보험·손해보험·신용카드·인터넷전문은행·시중은행·지방은행의 평균지수가 90점 이상을 기록한 반면, 암호화폐거래소·캐피탈·증권·온라인자동차보험 4개 산업의 평균지수는 90점 미만으로 조사되었다.

생명보험산업에서는 교보생명, 삼성생명, 한화생명 등 16개사가 우수콜센터를 유지한 가운데 DGB생명이 우수로 진입하였고, 시중은행산업에서는 신한은행, IBK기업은행, NH농협은행, KB국민은행 등이 우수콜센터를 유지하였다.

또한, 신용카드산업에서는 롯데카드와 삼성카드, 신한카드, 하나카드 등 6개사가 우수콜센터를 유지하였다. 손해보험산업에서는 삼성화재, 한화손해보험, 현대해상화재보험 등 11개사가 우수콜센터를 유지하였다.

한편, 인터넷전문은행산업에서 케이뱅크가, 지방은행산업에서 광주은행이 우수콜센터로 진입하였다.

금융서비스 조사결과_KSQI 90점 이상 우수기업 현황

(산업·기업명 한/영, 가나다 순)

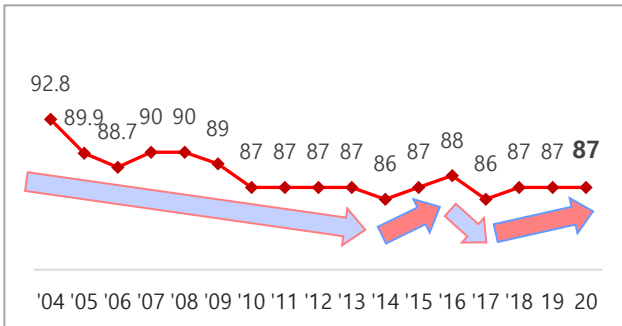
산업	KSQI 90점 이상 우수 기업 (52개)	비고
생명보험	교보생명, 동양생명, 미래에셋생명, 삼성생명, 신한생명, 오렌지라이프, 하나생명, 한화생명, 흥국생명, ABL생명, AIA생명, DB생명, DGB생명 , KB생명, KDB생명, 농협생명	우수전환 1개사(DGB생명보험)
손해보험	롯데손해보험, 메리츠화재, 삼성화재, 에이스손해보험, 한화손해보험, 현대해상화재보험, 흥국화재, AIG손해보험 , DB손해보험, KB손해보험, NH농협손해보험	우수전환 1개사(AIG손해보험)
시중은행	신한은행, 우리은행, IBK기업은행, KB국민은행, 하나은행, NH농협은행, SC제일은행	-
신용카드	롯데카드, 삼성카드, 신한카드, 하나카드, BC카드, KB국민카드	-
암호화폐거래소	빗썸	-
온라인자동차보험		-
인터넷전문은행	카카오뱅크, 케이뱅크	우수전환 1개사(케이뱅크)
증권	교보증권, 삼성증권, 키움증권, 현대투자증권, DB금융투자	-
지방은행	경남은행, 광주은행 , 부산은행, 전북은행	우수전환 1개사(광주은행)
캐피탈		-

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

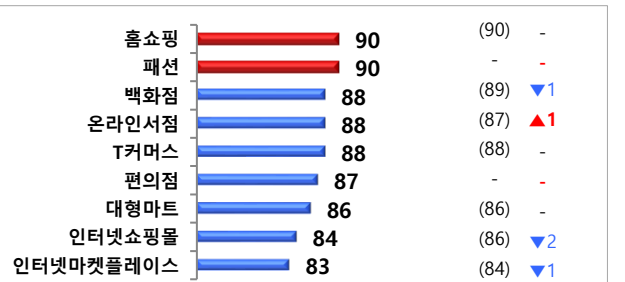
3. 산업군별 조사결과

● 유통서비스 - 홈쇼핑·패션 우수, 백화점·대형마트·온라인서점 등 7개 산업 비우수

유통서비스 KSQI 추이



유통서비스 각 산업별 KSQI 추이



유통서비스 KSQI 추이는 2004년 조사 이후 하락 추세를 보이며 지난 '17년에는 최저점인 86점으로 나타났으나, 18년 조사부터 점수가 다시 상승-유지하는 추세로 조사되었다. 하지만, 인터넷을 기반으로 하는 산업들의 상담품질수준은 전년대비 하락한 결과로 여전히 많은 개선이 필요함을 알 수 있다.

각 산업별로 살펴보면 홈쇼핑·패션의 평균지수가 90점 이상을 기록한 반면, 온라인서점·T커머스·편의점·대형마트·인터넷쇼핑몰·인터넷마켓플레이스 7개 산업의 평균 지수는 90점 미만으로 조사되었다.

홈쇼핑산업에서는 현대홈쇼핑, 홈&쇼핑 등 4개사가 우수콜센터를 유지하였고, T커머스산업에서는 신세계TV쇼핑이 우수로 진입하였다.

한편, 2020조사 부터 편입된 패션산업에서는 삼성물산이, 편의점산업에서는 세븐일레븐이 각각 우수콜센터로 선정되었다.

유통서비스 조사결과_KSQI 90점 이상 우수기업 현황

(산업·기업명 한영, 가나다 순)

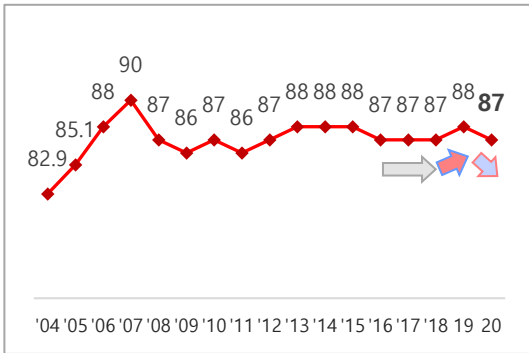
산업	KSQI 90점 이상 우수 기업 (7개)	비고
대형마트	-	-
백화점	-	비우수전환 1개사(롯데백화점)
온라인서점	-	-
인터넷 마켓플레이스	-	-
인터넷 쇼핑몰	-	-
홈쇼핑	공영홈쇼핑, 롯데홈쇼핑, 현대홈쇼핑, 홈&쇼핑,	비우수전환 1개사(CJ오쇼핑)
T커머스	신세계TV쇼핑	우수전환 1개사(신세계TV쇼핑) 비우수전환 1개사(K쇼핑)
패션	삼성물산	신규조사 4개사 중 1개사(삼성물산)
편의점	세븐일레븐	신규조사 5개사 중 1개사(세븐일레븐)

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

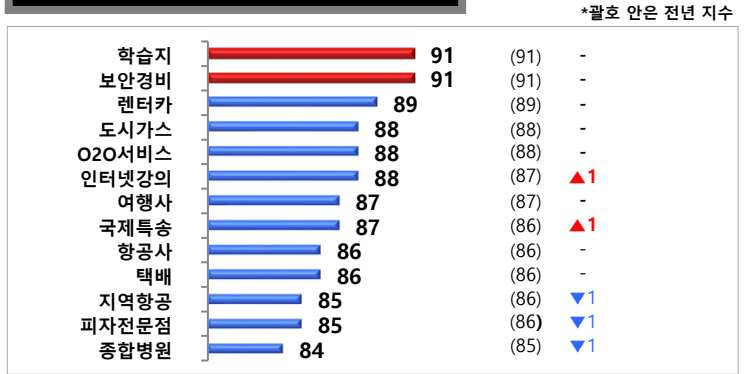
3. 산업군별 조사결과

● 일반서비스 - 학습지·보안경비 2개 산업 우수, 도시가스·렌터카 등 11개 산업 비우수

일반서비스 KSQI 추이



일반서비스 각 산업별 KSQI 추이



일반서비스 KSQI는 전년도 보다 하락한 87점으로 나타났다. 인터넷강의, 국제특송에서 상승이 있었으나, 지역항공, 피자전문점, 종합병원에서 전년대비 하락한 결과가 나왔다.

일반서비스 산업군에서는 학습지와 보안경비 두 산업만이 90점 이상으로 나타났다. 특히, 도시가스, 여행사, 온디맨드O2O서비스, 인터넷강의, 지역항공, 피자전문점, 항공사 산업은 산업평균이 90점에도 못 미쳤을 뿐만 아니라, 단 한 곳의 기업도 90점 이상의 우수콜센터로 선정되지 못했다.

학습지산업에서는 웅진씽크빅, 윤선생 등 4개사가 우수콜센터를 유지한 가운데 교원이 우수로 진입하였고, 보안경비산업에서는 에스원이 우수콜센터를 유지한 가운데 ADT캡스가 새로이 우수로 진입하였다.

한편, 국제특송산업의 DHL코리아, 렌터카산업의 롯데렌터카, 종합병원산업의 삼성서울병원, 택배산업의 우체국택배는 각 산업 내에서 유일한 우수기업으로 평가되었다.

일반 서비스 조사결과_KSQI 90점 이상 우수기업 현황

(산업·기업명 한영, 가나다 순)

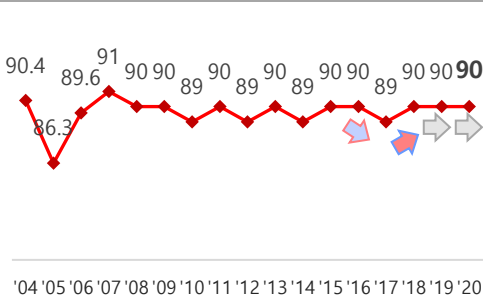
산업	KSQI 90점 이상 우수 기업 (10개)	비고
국제특송	DHL코리아	-
도시가스		-
렌터카	롯데렌터카	-
보안경비	에스원, ADT캡스	우수전환 1개사(ADT캡스)
여행사		비우수전환 1개사(노랑풍선)
온디맨드 O2O서비스		비우수전환 1개사(여기어때)
인터넷강의		-
종합병원	삼성서울병원	-
지역항공		비우수전환 1개사(에어부산)
택배	우체국택배	우수 전환 1개사(우체국택배)
피자전문점		-
학습지	교원, 웅진씽크빅, 윤선생, JE재능교육	우수전환 1개사(교원) 비우수전환 1개사(대교)
항공사		-

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

3. 산업군별 조사결과

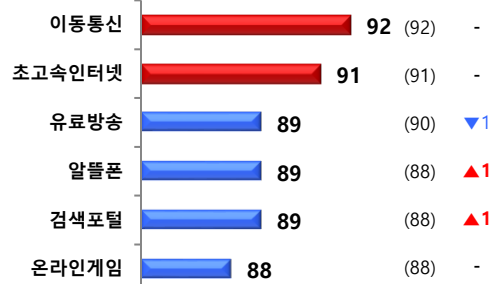
● 통신서비스 - 이동통신·초고속인터넷 등 2개 우수, 유료방송·알뜰폰 등 4개 비우수

통신서비스 KSQI 추이



통신서비스 각 산업별 KSQI 추이

*괄호 안은 전년 지수



통신서비스 KSQI 추이는 2007년부터 90점 전후 구간을 계속해서 반복하고 있는 가운데, 올해는 전년과 동일한 90점을 기록하였다.

각 산업별로 살펴보면 이동통신·초고속인터넷 산업이 연속으로 90점 이상을 기록하였다. 유료방송은 전년 대비 하락한 결과가 나타났으며 90점 미만인 것으로 조사되었다.

검색포털산업은 산업평균이 90점에도 못 미쳤을 뿐만 아니라, 단 한 곳의 기업도 90점 이상의 우수콜센터로 선정되지 못했다.

한편, 온라인게임산업에서는 넷마블이 우수로 전환되었고, 유료방송에서는 LG헬로비전이 비우수로 전환되었다.

통신서비스 조사결과_KSQI 90점 이상 우수기업 현황

(산업·기업명 한영, 가나다 순)

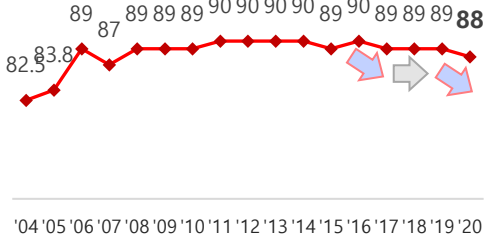
산업	KSQI 90점 이상 우수 기업 (10개)	비고
검색포털		-
알뜰폰	KT엠모바일, LG헬로비전	-
온라인게임	넷마블	우수 전환 1개사(넷마블)
유료방송	현대HCN, KT스카이라이프, SK브로드밴드	비우수전환 1개사(LG헬로비전)
이동통신	KT, SK텔레콤	-
초고속인터넷	KT, SK브로드밴드	-

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

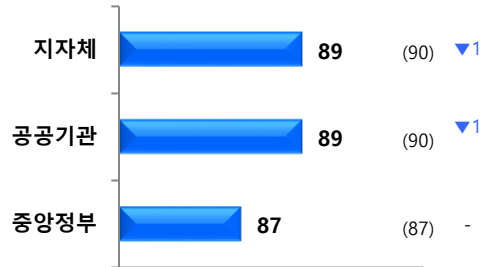
3. 산업군별 조사결과

● 공공서비스 - 지방자치단체·공공기관·중앙정부 비우수

공공서비스 KSQI 추이



공공서비스 각 산업별 KSQI 추이



*괄호 안은 전년 지수

공공서비스의 KSQI 추이는 2016년 90점을 기점으로 내리 89점 수준을 유지하다 올해는 최근 13년간 최저 점수인 88점을 기록하였다. 특히 중앙정부의 경우, 외교부 영사콜센터와 특허청을 제외한 11개 기관에서 비우수로 나왔는데, 이에 대해서는 보다 면밀한 원인파악과 개선책을 통해 콜센터 서비스 품질 개선에 많은 노력을 기울일 필요가 있다.

공공서비스 산업에서는 근로복지공단, 건강보험공단등 11개 기관이 우수콜센터를 유지하였다. 이 외의 기관에서 우수콜센터로 전환된 기관은 없으며 국민들의 일상 생활과 밀접하게 연결되어 있기에 콜센터 서비스 품질 관리가 매우 중요하다고 볼 수 있다.

특히, 특허청과 국민연금공단, 국민건강보험공단, 한국자산관리공사, 외교부 영사콜센터, 신용보증기금, 건강보험심사평가원 등은 10회 이상 우수콜센터로 선정된 곳이기에, 공공서비스 내에서도 서비스 품질 향상이 필요한 기관들은 이들 우수기관의 벤치마킹에 대한 검토가 필요하다고 할 수 있겠다.

공공서비스 조사결과_KSQI 90점 이상 우수기관 현황

(산업·기업명 한영, 가나다 순)

산업	KSQI 90점 이상 우수 기업 (19개)	비고
공공기관	건강보험심사평가원, 경기신용보증재단, 국민건강보험공단, 국민연금공단, 근로복지공단, 신용보증기금, 우체국금융개발원, 한국공항공사, 한국자산관리공사, 한국철도공사, SH공사	-
중앙정부	외교부 영사콜센터, 특허청	-
지자체	고양시청, 대구광역시청, 부산광역시청, 부천시청, 용인시청, 창원시청	비우수전환 1개 지자체 (성남시청)

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

4. 요일별/시간대별 조사결과

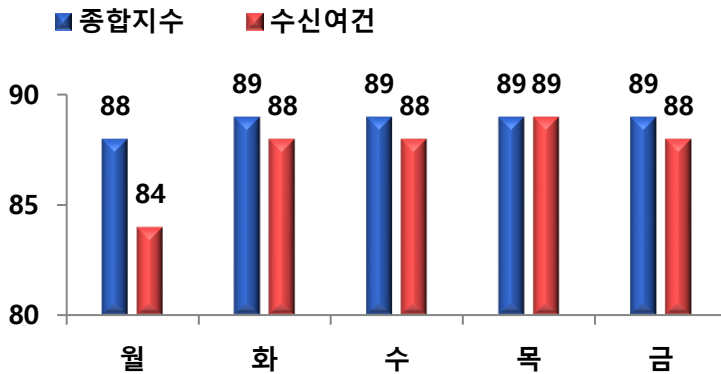
국내 콜센터, 취약시기(월요일·점심시간대) 콜센터 대응력 갖춰나가고 있어

KSQI 지수는 요일별로 대동소이한 결과를 나타냈으나, 다섯 가지 차원 중, 수신여건 차원에서는 월요일의 결과가 다른 요일에 비해 낮게 나타났다. 주말 동안 처리되지 못했던 상담건들이 월요일에 집중됨으로 인해 나타나는 현상으로 보이지만, 매번 반복되기에 기업에서 이에 대한 대비책을 찾는 것은 서비스 품질에 있어서 중요한 경쟁력이 될 것으로 보인다.

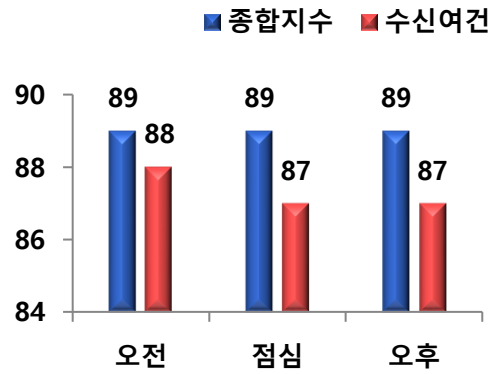
시간대별로는 KSQI 지수상에서 특별한 차이를 보이지 않지만, 점심 시간대의 결과가 오전과 오후보다 낮게 나타났다. 이 또한 일반적으로 점심시간 이후에 업무처리량이 많은 것으로 인해 나타나는 현상으로 보이는데, 고객이 갖고 있는 문제의 해결이라는 관점에서 콜센터 이외 다른 채널을 통해서도 쉽게 문제를 해결할 수 있도록 고객 여정(Customer Journey)에 대한 관리가 필요하다고 하겠다.

콜센터를 둘러싼 환경은 기술적인 변화 뿐 아니라, 사회/정치/문화적으로도 변화의 소용돌이 속에 있는 현실이다. 지금 이 순간에도 기업들은 개선에 노력을 기울이고 있지만, 이러한 변화의 소용돌이 속에서는 그 어느 때보다 방향이 중요하기에, 트렌드의 변화에 기민한 대응이 필요할 것이다.

요일별 수신여건과 KSQI



시간대별 수신여건과 KSQI



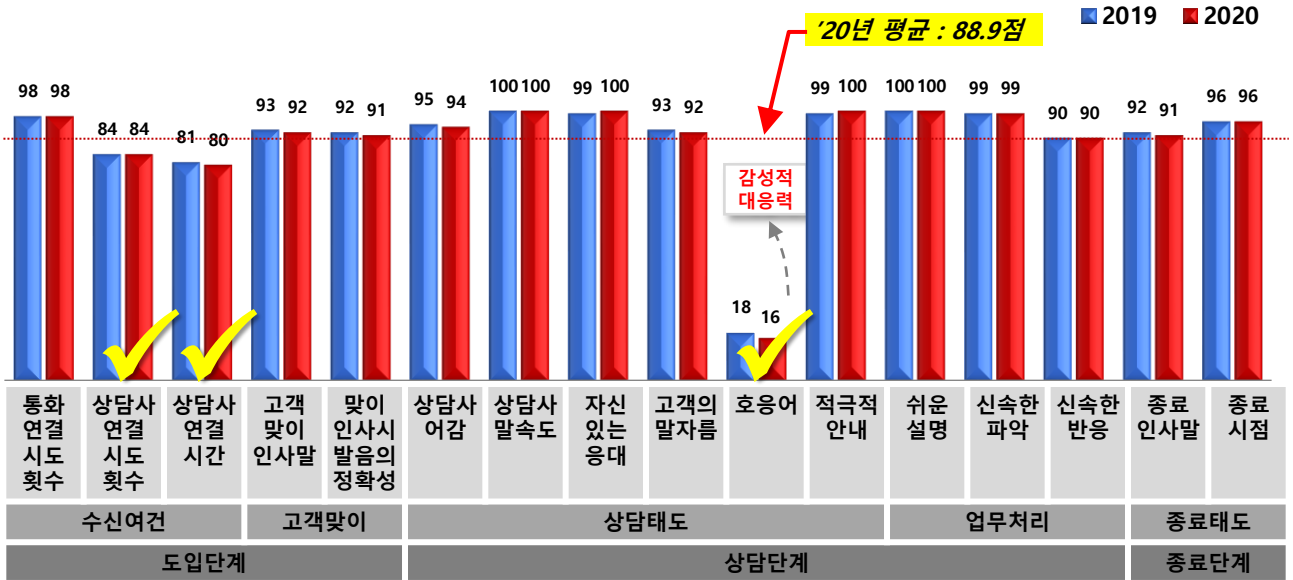
* 수신여건 : 통화연결성, 상담사 접속성, 통화대기시간 등 고객이 콜센터에 전화하여 상담하기 위해 시도한 횟수 및 소요된 시간

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

5. KSQI 전년대비 항목별 조사결과

국내 콜센터의 감성적 대응 능력 강화 필요

2019 KSQI와 2020 KSQI 비교



2019년 KSQI 조사결과와 2020 KSQI 조사결과를 비교해 볼 때, 전년도와 금년도 조사결과 모두 전화 연결 용이성을 측정하는 '수신여건'과 직원들의 응대태도를 점검하는 '상담태도' 중 '호응어' 부분에서 90점 미만의 점수를 보였다.

이를 좀더 세부적으로 분류해 볼 때 가장 낮은 점수를 받은 항목은 '상담태도' 중 '호응어' 부분이다. 이는 상담사가 고객의 말에 경청하면서 공감하고 있다는 표현에 대한 평가를 하는 것으로 다른 항목은 90점대 이상을 웃도는 반면 호응어는 20점에도 못 미치는 결과를 보였다.

두 번째로 낮은 항목은 '상담사 연결시도횟수'로 이는 고객들이 상담사 연결을 요청한 이후 전화 연결이 한 번 만에 이루어 졌는지 여부를 평가하는 항목이다. 이항목은 전년도와 금년도 84점으로 동일하지만 역시 평균아래의 점수로 개선이 필요하다.

세 번째로 낮은 항목은 '상담사 연결시간'으로 이는 고객들이 상담사 연결을 요청한 이후 실제 상담사와 전화가 연결되기까지의 대기시간을 측정하는 항목으로 KSQI 조사에서는 20초 이내에 전화가 연결되어야 적합한 것으로 평가되고 있다. 이 항목은 전년도에 비해 1점 감소한 모습으로 역시 개선의 노력이 필요하다.

항목별 결과에서, 자신 있는 응대, 적극적인 안내 항목에서는 개선의 노력이 있었지만, 상대적으로 소요시간, 맞이인사, 발음 정확, 상담 어감, 경청태도, 공감 호응, 종료인사에서 개선 노력이 필요하다.

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

6. 개별 기업별 조사결과

조사결과 총 47개 산업 중에서 KSQI 90점 이상의 콜센터('한국의 우수콜센터')를 배출하지 못한 산업이 네비게이션·온라인자동차보험·캐피탈·인터넷마켓플레이스·인터넷쇼핑몰 등 16개 산업이고, 반면 전체 기업이 한국의 우수 콜센터로 선정된 산업은 자동차와 인터넷전문은행인 것으로 나타났다. 조사결과 90점 이상인 콜센터는 '2020년 KSQI 한국의 우수콜센터'로 선정할 예정이다.

< 2020년 KSQI 기업별 조사결과 >

(산업·기업명 한/영, 가나다 순)

구분	산업	조사대상	KSQI 90점 이상 우수콜센터	KSQI 90점 미만 비우수콜센터
제조업	가전서비스 (3개)	우수 : 2 비우수 : 1	삼성전자서비스, 위니아에이드	LG전자
	내비게이션 (3개)	우수 : 0 비우수 : 3		팅크웨어, 만도, 현대엠엔소프트
	보일러 (4개)	우수 : 2 비우수 : 2	경동나비엔, 린나이	귀뚜라미보일러, 대성셀틱
	생활가전 (4개)	우수 : 3 비우수 : 1	교원웰스, 청호나이스, SK매직	코웨이
	자동차 (5개)	우수 : 5 비우수 : 0	기아자동차, 르노삼성자동차, 쌍용자동차, 한국지엠, 현대자동차	
	정유 (4개)	우수 : 3 비우수 : 1	현대오일뱅크, GS칼텍스, S-Oil	SK에너지
합계			15개	8개
금융 서비스	생명보험 (21개)	우수 : 16 비우수 : 5	교보생명, 동양생명, 미래에셋생명, 삼성생명, 신한생명, 오렌지라이프, 하나생명, 한화생명, 흥국생명, ABL생명, AIA생명, DB생명, DGB생명, KB생명, KDB생명, NH농협생명	라이나생명, 메트라이프생명, 처브라이프생명, 푸르덴셜생명, 푸본현대생명
	손해보험 (12개)	우수 : 11 비우수 : 1	롯데손해보험, 메리츠화재, 삼성화재, 에이스손해보험, 한화손해보험, 현대해상화재보험, 흥국화재, AIG손해보험, DB손해보험, KB손해보험, NH농협손해보험	MG손해보험
	시중은행 (8개)	우수 : 7 비우수 : 1	신한은행, 우리은행, 하나은행, IBK기업은행, KB국민은행, NH농협은행, SC제일은행	한국씨티은행
	신용카드 (8개)	우수 : 6 비우수 : 2	롯데카드, 삼성카드, 신한카드, 하나카드, BC카드, KB국민카드	우리카드, 현대카드
	암호화폐 거래소 (4개)	우수 : 1 비우수 : 3	빗썸	업비트, 코빗, 코인원
	온라인 자동차보험 (2개)	우수 : 0 비우수 : 2		더케이손해보험, AXA다이렉트
	인터넷 전문은행 (2개)	우수 : 2 비우수 : 0	카카오뱅크, 케이뱅크	
	증권 (17개)	우수 : 5 비우수 : 12	교보증권, DB금융투자, 삼성증권, 키움증권, 현대차증권	대신증권, 메리츠증권, 미래에셋대우, 신한금융투자증권, 유안타증권, 이베스트투자증권, 하나금융투자, 한국투자증권, 한화투자증권, KB증권, NH투자증권, SK증권
	지방은행 (5개)	우수 : 4 비우수 : 1	경남은행, 광주은행, 부산은행, 전북은행	대구은행
	캐피탈 (5개)	우수 : 0 비우수 : 5		롯데캐피탈, 아주캐피탈, 현대캐피탈, KB캐피탈, BNK캐피탈
합계			52개	32개

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

7. 개별 기업별 조사결과(계속)

< 2020년 KSQI 기업별 조사결과(계속) >

구분	산업	조사대상	KSQI 90점 이상 우수콜센터	KSQI 90점 미만 비우수콜센터
유통 서비스	대형마트 (3개)	우수 : 0 비우수 : 3		롯데마트, 이마트, 홈플러스
	백화점 (4개)	우수 : 0 비우수 : 4		갤러리아백화점, 롯데백화점, 신세계백화점, 현대백화점
	온라인서점 (4개)	우수 : 0 비우수 : 4		교보문고, 알라딘, 인터파크도서, YES24
	인터넷 마켓플레이스 (4개)	우수 : 0 비우수 : 4		옥션, 인터파크, G마켓, 11번가
	인터넷 쇼핑몰 (6개)	우수 : 0 비우수 : 6		롯데닷컴, 신세계몰, 위메프, 쿠팡, 티켓몬스터, AK몰
	홈쇼핑 (7개)	우수 : 4 비우수 : 3	공영홈쇼핑, 롯데홈쇼핑, 현대홈쇼핑, 홈&쇼핑	CJ홈쇼핑, GS홈쇼핑, NS홈쇼핑
	T커머스 (5개)	우수 : 1 비우수 : 4	신세계TV쇼핑	쇼핑&T, K쇼핑, SK스토아, W쇼핑
	패션 (4개)	우수 : 1 비우수 : 3	삼성물산	이랜드몰, 코오롱몰, LF몰
	편의점 (5개)	우수 : 1 비우수 : 4	세븐일레븐	미니스톱, 이마트24, CU, GS25
합계			7개	35개
일반 서비스	국제특송 (4개)	우수 : 1 비우수 : 3	DHL코리아	FedEX코리아, TNT코리아, UPS코리아
	도시가스 (6개)	우수 : 0 비우수 : 6		서울도시가스, 대성에너지, 부산도시가스, 삼천리도시가스, 예스코, 코원에너지
	렌터카 (2개)	우수 : 1 비우수 : 1	롯데렌터카	SK렌터카
	보안경비 (3개)	우수 : 2 비우수 : 1	에스원, ADT캡스	KT텔레캅
	여행사 (8개)	우수 : 0 비우수 : 8		노랑풍선, 레드캡투어, 롯데관광, 모두투어, 온라인투어, 인터파크투어, 트립닷컴, 하나투어
	인터넷강의 (2개)	우수 : 0 비우수 : 2		메가스터디, EBSi
	종합병원 (5개)	우수 : 1 비우수 : 4	삼성서울병원	서울대병원, 서울성모병원, 서울아산병원, 세브란스병원
	지역항공 (5개)	우수 : 0 비우수 : 5		에어부산, 이스타항공, 제주항공, 진에어, 티웨이항공
	택배 (6개)	우수 : 1 비우수 : 5	우체국택배	로젠택배, 롯데글로벌로지스, 한진택배, CJ대한통운, KG로지스
	피자전문점 (2개)	우수 : 0 비우수 : 2		도미노피자, 피자헛
	학습지 (6개)	우수 : 4 비우수 : 2	교원, 웅진씽크빅, 윤선생, JEI재능교육	대교
	항공사 (2개)	우수 : 0 비우수 : 2		대한항공, 아시아나
	O2O서비스 (5개)	우수 : 0 비우수 : 5		배달의민족, 배달통, 야놀자, 여기어때, 요기요
합계			10개	45개

제2부. 2020년 제17차 KSQI 콜센터 부문 조사결과(계속)

7. 개별 기업별 조사결과(계속)

< 2020년 KSQI 기업별 조사결과(계속) >

구분	산업	조사대상	KSQI 90점 이상 우수콜센터	KSQI 90점 미만 비우수콜센터
통신 서비스	검색포털 (2개)	우수 : 0 비우수 : 2		네이버, 네이트
	알뜰폰 (4개)	우수 : 2 비우수 : 2	LG헬로비전, KT엠모바일	SK텔링크, U+알뜰모바일
	온라인게임 (4개)	우수 : 1 비우수 : 3	넷마블	엠게임, 피망, 한게임
	유료방송 (5개)	우수 : 3 비우수 : 2	현대HCN, KT스카이라이프, SK브로드밴드	딜라이브, LG헬로비전
	이동통신 (3개)	우수 : 2 비우수 : 1	KT, SK텔레콤	LG유플러스
	초고속 인터넷 (3개)	우수 : 2 비우수 : 1	KT, SK브로드밴드	LG유플러스
합계			10개	11개
공공 서비스	공공기관 (23개)	우수 : 11 비우수 : 12	건강보험심사평가원, 경기신용보증재단, 국민건강보험공단, 국민연금공단, 근로복지공단, 신용보증기금, 우체국금융개발원, 한국공항공사, 한국자산관리공사, 한국철도공사, SH공사	교통안전공단, 신용회복위원회, 인천국제공항공사, 평생교육진흥원, 한국고용정보원, 한국도로공사, 한국산업인력공단, 한국인터넷진흥원, 한국장학재단, 한국전력공사, 한국주택금융공사, 한국토지주택공사
	중앙정부 (13개)	우수 : 2 비우수 : 11	외교부 영사콜센터, 특허청	고용노동부, 관세청, 국가보훈처, 국민권익위원회, 국세청, 국토교통부, 기상청, 농촌진흥청, 병무청, 보건복지부, 조달청
	지자체 (12개)	우수 : 6 비우수 : 6	고양시, 대구광역시, 부산광역시, 부천시, 용인시, 창원시	경기도, 광주광역시, 대전광역시, 서울특별시 다산콜재단, 성남시, 인천광역시
합계			19개	28개
총계			113개	162개

제3부. 콜센터 발전을 위한 제언

<제언1> High touch가 필요한 시대

콜센터를 중심으로 한 주변 환경의 변화는, 기업들을 혼란에 빠뜨릴 만큼 콜센터는 과거 그 어느때보다 빠른 내/외부 환경의 변화에 놓여있다. 다수의 기업에서 Next step에 대한 준비를 진행하고 있는 가운데, Cloud 기술에 의한 solution 제공, Big data 활용에 의한 고객 니즈 파악 및 대응, RPA(Robotic Process Automation)와 STT/TA 등에 의한 자동 응답 및 업무 처리 등은 비용 절감과 업무 효율 상승이라는 기업의 전통적 가치와 맞물려서 콜센터의 본질적 체질 개선을 강제적으로 요구당하고 있는 현실이다. 국내 콜센터들에게는 어떤 준비가 필요할까?

1. 공감과 감성을 위한 High touch 필요

High touch란 미국의 미래학자 존 나이스비트가 처음으로 제시한 개념이다. 그에 따르면, 현대사회는 고도의 기술 곧 High tech를 추구한 결과, 기술에 의존하지 않고 서는 살아갈 수 없는 기술중독지대로 변해버렸다. 따라서 인간성을 중시하는 High touch 개념을 도입하여 최첨단 기술문명에 대한 균형 감각을 제시하였다. 고객의 입장에서 고객의 감성에 맞추고 잠재욕구(민원, 문제해결)를 충족시키는 것이다. 미래에는 대부분의 고객맞춤형 대응은 1차적으로 AI 기반의 Virtual Agent(챗봇, RPA, AI, 콜봇)가 신속하고 정확하게 처리하고, Virtual Agent가 다루지 못하는 영역에서 Live Agent(상담사)에 의해 High Touch 상담을 제공하는 모습이 되는 반면, 상담사는 복합 및 관계 지향적인 상담유형처리와 Risk, 사기, 불만응대 등 법적 분쟁 소지와 관련된 상담을 진행 할 것이다. 제8회 아시아미래포럼에서 "알파고 같은 인공지능이 더 진화하더라도 마지막까지 인간을 대체하지 못하는 분야는 인감의 감정과 마음을 다루는 영역"이라고 한 것 처럼 공감과 감성이 바로 상담사가 추구해야 할 지향점이다. 아마도 미래에는 AI 가 아닌 상담사를 통해 문제를 해결하기 위해서는 별도의 비용을 지불하고 상담을 진행할지도 모른다.

2. 고객 여정 기반의 상담 서비스가 필요

고객은 상품/서비스 사용에 있어서 니즈의 발현에서부터 탐색과정, 구매과정을 거쳐 해당 상품/서비스가 소멸하고 잔여 사용 경험을 주위에 전파하기까지 꽤 오랜 여정을 겪게 된다. 이러한 고객 여정(Customer Journey)에 대해 해외 선진국에선 금융, 유통 등에서 연구와 활용이 활발하게 이루어지고 있다. 콜센터는 특히나 고객 여정에 대해 적극적으로 활용해야 하는 곳이다. 앞서 언급하였던 고객에게 실리적인 만족을 주기 위해선 고객의 현 상황에 대한 깊이 있는 이해가 필요하다. 고객이 문의 전 최근 홈페이지에 접속한 이력, 상품/서비스의 구매 시점, 타 채널에서의 문의 접수 현황 등 고객의 여정에 대한 정보를 바탕으로 고객에게 필요한 솔루션을 신속하고 정확하게 전달하는 것이 앞으로 콜센터의 핵심 경쟁력이 될 것이다. 물론 이를 위해 전사적 관점에서의 고객 여정 관리가 필요한데, 이 부분에 대해서도 콜센터에서 고객 Data를 바탕으로 적극적인 의견 개진이 있어야 할 것이다.

제3부. 콜센터 발전을 위한 제언

<제언2> 최소한으로 지켜야 하는 Service Quality : KSQI

KMAC에서 국내 최초로 콜센터의 상담품질에 대한 평가인 'KSQI-콜센터부문'을 조사 및 발표한지도 어느새 17년차가 되었다. 기업과 고객의 주요 접점 중 하나인 비대면 채널의 '콜센터' 영역에 많은 변화를 가져왔던 KSQI를 통해, 서비스품질 관리 방법을 생각해 본다.

1. 벤치마킹 포인트

KSQI 조사의 가장 큰 특징 중 하나는, 국내 270여개 기업(2020 조사 기준)에 동일한 기준을 적용하여 조사한다는 것이다. 동일한 기준을 적용하기 때문에 타사와의 비교가 가능하고, 이를 통해 우리 기업의 서비스품질 수준을 가늠할 수가 있다. 또한, 90점을 기준으로 우수/비우수 콜센터로 구분하기에 확실한 기준점을 가지고 우리 기업의 현 수준을 가늠할 수 있다.

2. 항목별, 분기별 조사결과 활용

KSQI는 16가지 항목으로 구성되어 있다. 이는 고객 경험 흐름에 따라 크게 5가지 차원으로 구분하여 볼 수 있는데, 수신여건, 맞이인사, 상담태도, 업무처리, 종료태도 이다. 그렇기에 세부 결과를 통해 구체적으로 우리 콜센터의 weak point가 무엇인지를 가늠해 볼 수 있다. 그리고 KSQI는 분기당 25콜, 연간 100콜의 미스테리콜을 진행한다. 그렇기에 분기별 조사결과를 확인하여 우리 콜센터에서 서비스품질에 누수가 발생하고 있는지 체크할 수 있다. (KMAC에서는 보고서 프로그램을 통해 세부 data를 제공하고 있다)

3. 단순 민원응대가 아닌 상호작용을 위한 콜센터 역량 확보

현재 KSQI 조사에서는 상담사의 적극적이고 능동적인 응대를 지향하기 위해 '호응어'와 '적극성' 등의 항목을 평가하고 있다. 이를 통해 콜센터들은 단순 상담 및 응대 수준을 넘어 고객의 감정적 문제에 공감하고 이성적 문제에 보다 적극적으로 안내하기 위해 개선의 노력을 기울이고 있다. 물론 이러한 변화도 아직 모든 콜센터에 정착된 상태는 아니지만, 고객은 기업의 변화를 기다려주지 않는다. 이제는 주요 접점으로서의 콜센터를 넘어 핵심 접점이 된 컨택센터에서 고객과의 상호 작용이 기업 경쟁력의 주요 요인이 되고 있다.

아직 콜센터의 주요 관리 지표 중 하나가 처리하는 콜량에 있지만, 단순 문의와 처리 등이 자동화/셀프화 되어 가는 상황에서, 향후 고객과의 적극적인 상호작용을 위한 '고객서비스요원' 육성에 대한 준비는 지금부터라도 시작해야 할 것이다. 이는 상담사 개개인의 역량 강화 차원에서의 접근으로 해결할 수 있는 문제가 아니며, 조직문화와 운영에서의 개선이 반드시 수반되어야 긍정적인 결과를 만들어 낼 수 있을 것이다.

마지막으로,

KSQI는 고객센터가 어떤 경우에라도 반드시 지켜야 하는 최소한의 Service Quality 수준이며, 더불어 시대와 환경변화에 맞춘 고차원적인 공감과 High touch 상담역량을 평가 할 수 있도록 연구하고 있다. 시대가 급변하고 있지만 기본적인 당면요소가 충족되지 않는다면 큰 품질 저하가 발생됨을 명심하여야 한다.