KMAC http://www.kmac.co.kr
150-869 서울특별시 영등포구 여의도동 여의공원로 101 (CCMM B/D 8층)
대표전화 : 02)3786-0114
F A X : 02)3786-0333

문서번호 : KMAC 제 2014–1670호 2014. 12. 17

수 신 : 각 언론사 [직인생략]

참 조 :

제 목 : **2014년도(제8차) 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 앙청 드립니다.

본 자료는 12월 18일(목) 조간(방송은 12월 17일 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 : 2014년 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 : 2014년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언
  1) 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언. 끝.

한국능률협회컨설팅
대표이사 김 종 립

가. 제1부: 2014년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요

1. KNPS 정의

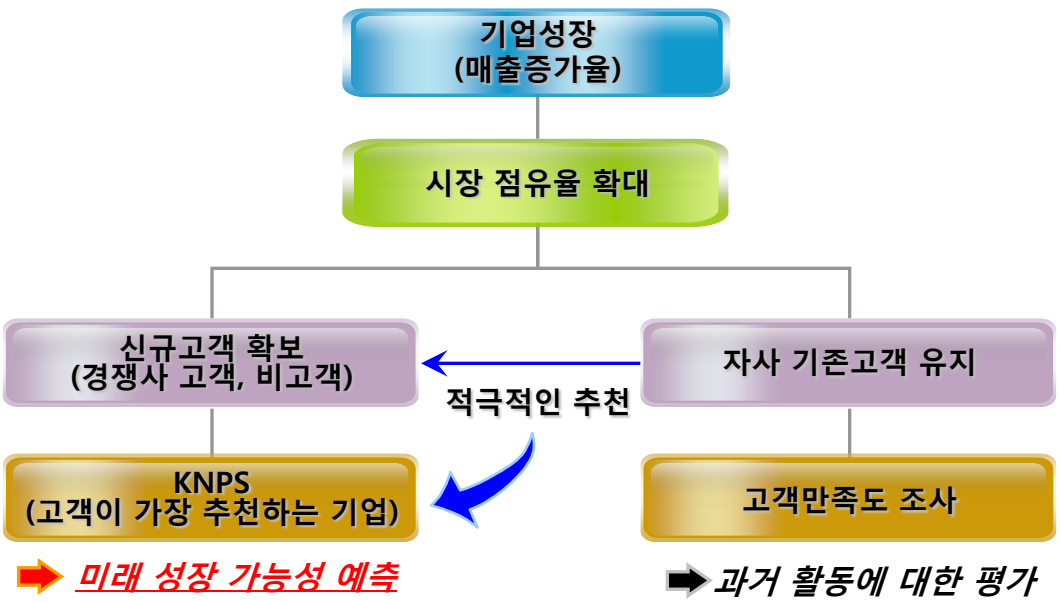
상품 또는 서비스에 대한 고객의 타인추천의향 정도를 조사하여 지수화

- 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.



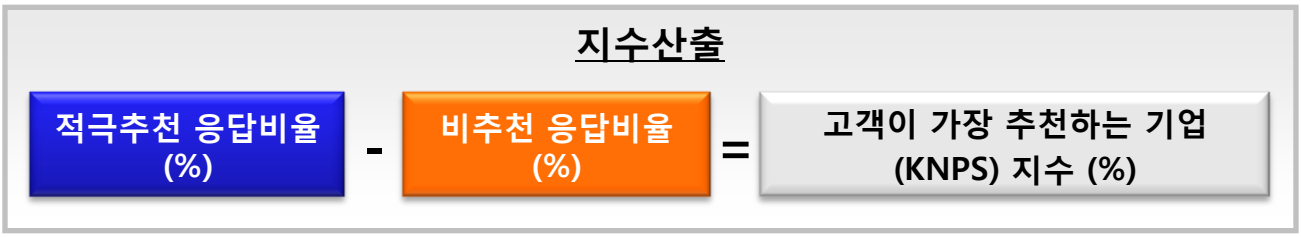
3. KNPS 측정 모델 및 분석 방법

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 = (6~7점)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 50개, 서비스업 47개 등 총 97개 산업에서 KNPS 1위 기업 선정

➔ 지난 2007년 첫 발표 이후 올해로 여덟 번째를 맞이하고 있는 KNPS는 소비재 제조업 29개, 내구재 제조업 21개, 서비스업 47개 등 총 97개 산업에 대해 조사를 진행하고 각 산업별 1위 기업을 선정하였다.

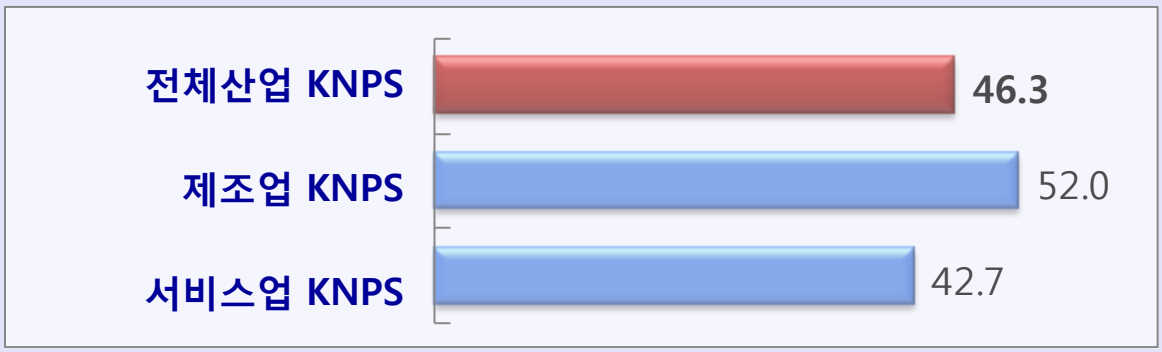
➔ 특히, 올해는 시장이 크게 확대 및 성숙되며 국민 실생활과 연관도가 높아진 제습기, 가정용가구, 프리미엄아울렛 산업을 신규로 조사하여 발표했다.

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**: 약 10,691개
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**: 2014년 4월 21일 ~ 8월 20일
7) **조사대상산업**: 소비재 제조업, 내구재 제조업, 서비스업 등 총 97개 산업 (※ 아래 조사대상산업 및 기업 참조)

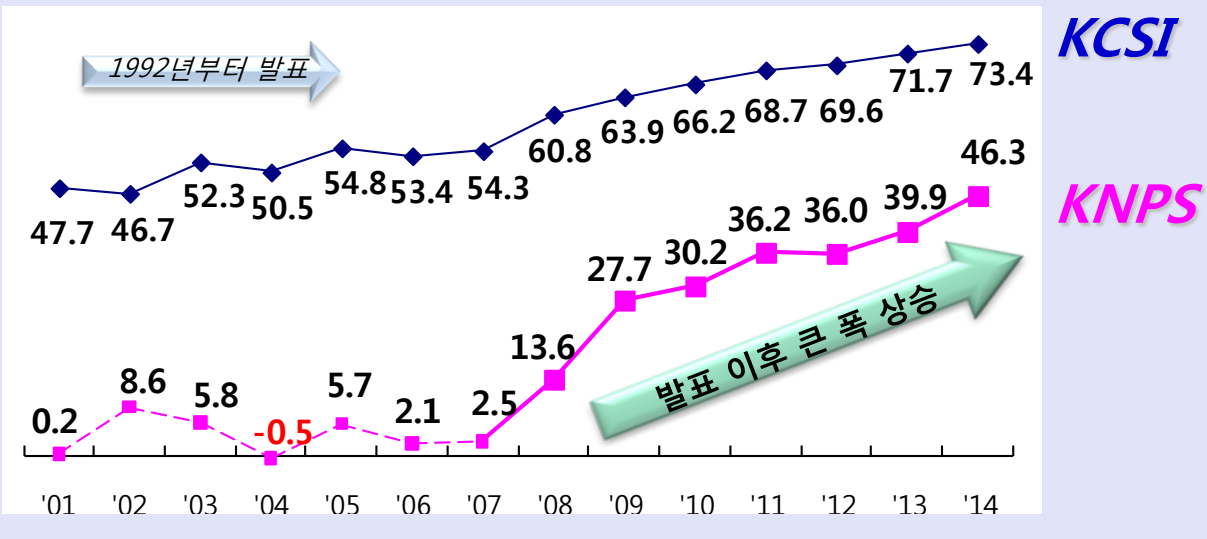
산업부문	2014년 KNPS 조사 대상 산업
소비재 제조업 (29개)	1) 가공우유 2) 간장 3) 고추장 4) 과자 5) 맥주 6) 소주 7) 식용유 8) 아이스크림 9) 우유 10) 유산균발효유 11) 참치캔 12) 홍삼가공식품 13) 남성내의 14) 남성용기초화장품 15) 남성정장 16) 담배 17) 생리대 18) 샴푸 19) 섬유유연제 20) 세탁세제 21) 아웃도어의류 22) 여성내의 23) 여성용기초화장품 24) 여성용한방화장품 25) 정장구두 26) 주방세제 27) 치약 28) 캐주얼화 29) 화장지
내구재 제조업 (21개)	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) 제습기(신규발표) 12) TV 13) 가정용가구(신규발표) 14) 가정용보일러 15) 경형승용차 16) 부엌가구 17) 승용차타이어 18) 일반승용차 19) 침대 20) 디지털피아노 21) RV승용차
서비스업 (47개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 온라인자동차보험 4) 은행 5) 자동차보험 6) 장기보험 7) 증권 8) 체크카드 9) 대형마트 10) 대형서점 11) 대형슈퍼마켓 12) 면세점 13) 백화점 14) 소셜커머스 15) 영화관 16) 오픈마켓 17) 인터넷서점 18) 인터넷쇼핑몰 19) 전자제품전문점 20) 제과/제빵점 21) 치킨프랜차이즈 22) 커피전문점 23) 패밀리레스토랑 24) 패스트푸드점 25) 편의점 26) 프리미엄아울렛(신규발표) 27) 피자전문점 28) 교육서비스(학습지) 29) TV홈쇼핑 30) 검색포탈사이트 31) 국제전화 32) 시내/시외전화 33) 이동전화 34) 인터넷전화 35) 인터넷TV(IPTV) 36) 초고속인터넷 37) 고속버스 38) 스키장 39) 여행사(해외여행) 40) 워터파크 41) 저비용항공 42) 종합레저시설 43) 종합병원 44) 주유소 45) 콘도미니엄 46) 택배 47) 항공

2. KNPS 전체 특징

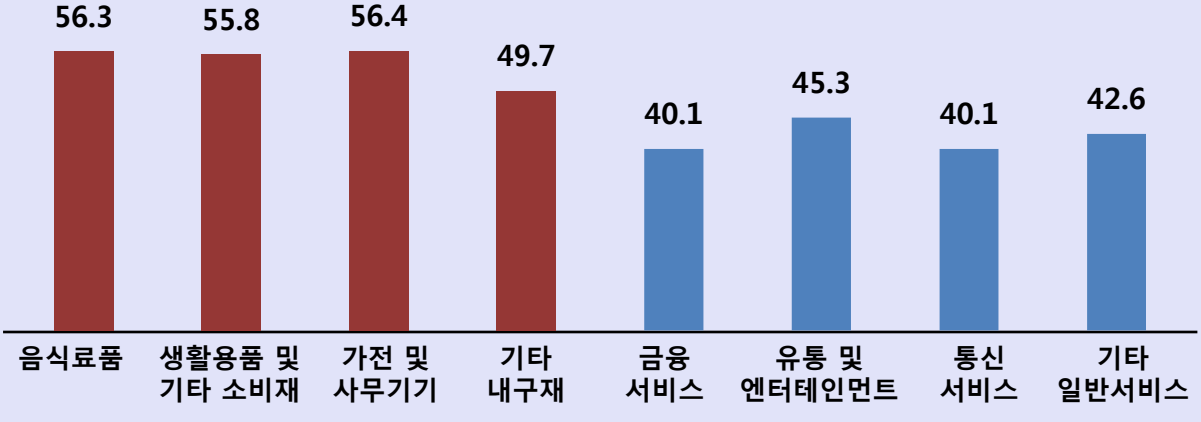
1) 2014년 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)



2) KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수) 추이



3) 산업별 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업 지수)



2. KNPS 전체 특징(계속)

14년 KNPS 조사 결과, 전 산업 고객추천지수의 고른 상승에 따라 전년 대비 대폭 상승

➔ 금년도 KNPS 분석 결과, 산업전체 KNPS 지수는 전년 대비 6.4점 상승한 46.3으로 최초로 40점을 돌파한 것으로 나타났으며, 제조업은 50점을 넘은 52.0(전년대비 ▲7.1), 서비스업이 42.7(전년대비 ▲5.8)로 나타났다. 97개 산업 중 3개 신규 산업을 제외한 94개 산업 모두 고객추천의향의 상승이 나타났다.

➔ KNPS 6.4점 상승은 2009년 이래 최고 상승폭으로 이는 올해 KCSI(한국산업의 고객만족도)의 1.7점 상승과 비교해도 큰 상승폭이다. 사회 전반적으로 소비 심리가 위축되면서 일시적 사용경험 축소로 만족도 상승은 크지 않았지만, 각 기업의 고객만족을 향한 지속적 노력에 대한 고객들의 추천 심리는 상승한 것으로 판단된다.

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

➔ 총 97개의 조사대상 산업을 제조업과 서비스업으로 구분했을 때 두 분류간의 차이는 확연히 드러났다. 즉, 제조업에 속하는 산업들은 KNPS가 대부분 50점 이상을 보이는 반면 서비스업에 속하는 산업들은 유통 및 엔터테인먼트 산업을 제외하고는 모두 40점 대 초반에 머물렀다. 반면 제조업의 음식료품, 생활용품 및 기타 소비재, 가전 및 사무기기 등 세 개 부류가 모두 50점 중반을 넘어서며 상향 평준화 된 분포가 나타났다.

➔ 특히 국민들의 일상 생활과 가장 밀접하게 연관되어 있는 금융과 통신 서비스업의 고객추천도는 전년대비 각각 금융 4.4점, 통신 7.3점 상승하였으나 가장 낮은 것으로 나타났다. 두 산업은 모두 40.1점으로 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.

고객만족도가 높은 기업이 고객추천지수 또한 높게 나타나, 만족도와 추천의향 간 높은 상관관계

➔ 금년 KNPS 조사대상 산업 총 97개 산업에서 선정된 1위 기업을 KCSI(한국산업의 고객만족도) 결과와 비교한 결과 16개 산업을 제외한 81개 산업(83.5%)에서 1위 기업이 중복되는 것으로 나타나 고객만족도가 높은 기업이 고객추천도 역시 높은 것으로 나타났다.

➔ 전년도 KNPS 조사결과 대비 1위 기업 변동 현황을 분석한 결과 제조업은 50개 산업 중 10개 산업이 변경되어 약 20.0%의 변동률을 보였으며, 서비스업은 47개 산업 중 12개 산업이 변경되어 약 25.5%의 변동률을 보였다.

➔ 한편, 올해로 8년째를 맞는 KNPS에서 한번도 1위를 놓치지 않은 8년 연속 1위 기업은 24개로 나타났으며, 제조업이 14개, 서비스업이 10개로 나타났다.

3. 산업별 KNPS 주요 특징

1) 소비재 제조업의 KNPS 특징

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

➔ 소비재 제조업 부문에서는 여성용한방화장품(67.5점), 유산균발효유(64.9점), 생리대(64.1점), 홍삼가공식품(62.8점) 등의 산업이 60점 대의 높은 KNPS 지수를 나타내며 최상위권을 이뤘다. 전반적으로 음식료 관련 산업의 추천 지수가 높은 것으로 나타났다.

➔ 전년 지수 대비 남성용기초화장품(▲9.1점), 주방세제(▲9.1점), 화장지(▲8.8점), 여성용한방화장품(▲8.4점) 산업 등이 큰 폭으로 상승하였고, 소비재 제조업 부문은 모두 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.

소비재 제조업 산업별 KNPS

※ *괄호()안은 '13년 KNPS 지수대비 증감 차이임*

3. 산업별 KNPS 주요 특징(계속)

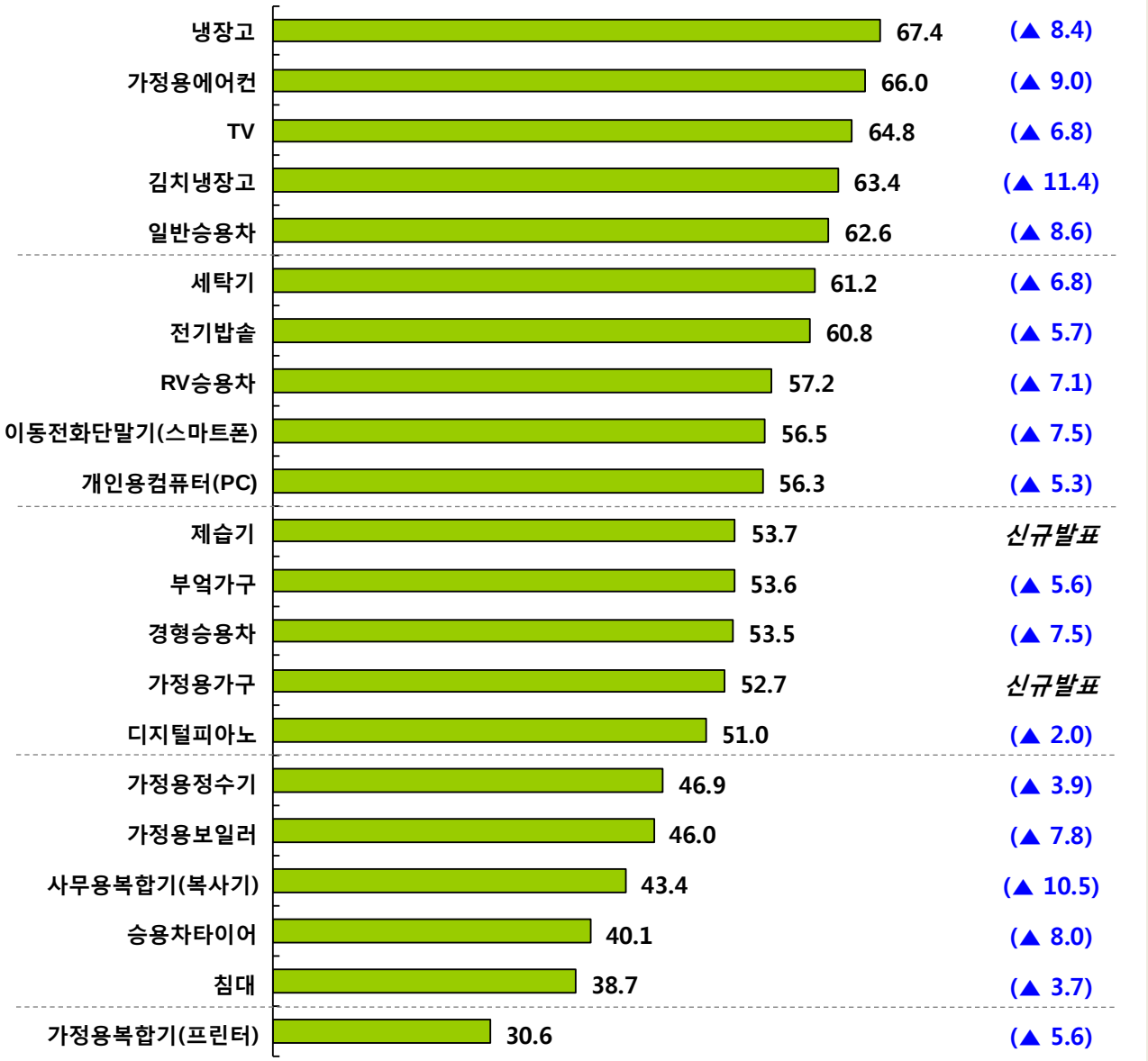
2) 내구재 제조업의 KNPS 특징

냉장고, 가정용에어컨, TV, 김치냉장고 등 생활가전산업이 높은 추천의향 나타내

➔ 2014년 내구재 제조업 부문에서 가장 높은 KNPS 지수를 나타낸 산업은 67.4점을 기록한 냉장고 산업이며, 가정용에어컨(66.0점), TV(64.8점), 김치냉장고(63.4점) 산업 등이 뒤를 이어 생활가전 관련 산업이 높은 고객추천지수를 나타냈다.

➔ 한편 대부분 기업의 추천 지수가 상승한 가운데 김치냉장고 산업이 전년 대비 11.4점 상승해 가장 큰 상승폭을 나타냈으며, 사무용복합기(복사기)(▲10.5점), 가정용에어컨(▲9.0점) 등이 비교적 큰 상승폭을 나타냈다.

내구재 제조업 산업별 KNPS



※ *괄호()안은 '13년 KNPS 지수대비 증감 차이임*

3. 산업별 KNPS 주요 특징(계속)

3) 서비스업의 KNPS 특징

고객추천 의향 모두 상승한 가운데, 영화관, 서점, 소셜커머스 산업의 고객추천도 가장 높아

- 서비스업의 KNPS 지수는 전년대비 모두 상승하였으며, 영화관(61.0점)이 가장 높은 고객추천의향을 나타냈다.
- 대형서점 산업이 60.4점으로 그 뒤를 이은 가운데, 인터넷서점(55.1점), 소셜커머스(54.4점), 전자제품전문점(53.5점)이 높은 KNPS 지수를 나타냈다.
- 한편, 인터넷쇼핑몰(▲10.8점), 인터넷TV(IPTV)(▲10.5점), 저비용항공(▲10.3점), 인터넷전화(▲10.2점), 영화관(▲10.2점) 등의 산업은 전년대비 10점 이상의 큰 폭의 지수상승이 있었다.

서비스업 산업별 KNPS

영화관	61.0	(▲ 10.2)	종합병원	44.0	(▲ 2.0)
대형서점	60.4	(▲ 3.8)	스키장	43.3	(▲ 6.3)
인터넷서점	55.1	(▲ 2.4)	커피전문점	43.1	(▲ 3.1)
소셜커머스	54.4	(▲ 9.6)	워터파크	43.0	(▲ 7.1)
전자제품전문점	53.5	(▲ 5.5)	장기보험	42.9	(▲ 8.1)
피자전문점	53.1	(▲ 8.0)	TV홈쇼핑	42.6	(▲ 8.6)
면세점	52.3	(▲ 3.3)	체크카드	42.0	(▲ 3.4)
프리미엄아울렛	50.6	*신규발표*	콘도미니엄	39.2	(▲ 6.2)
항공	48.8	(▲ 5.8)	택배	39.2	(▲ 4.2)
제과/제빵점	48.7	(▲ 4.7)	패밀리레스토랑	38.8	(▲ 2.0)
고속버스	48.5	(▲ 6.6)	인터넷TV(IPTV)	38.6	(▲ 10.5)
은행	47.8	(▲ 6.9)	인터넷쇼핑몰	38.0	(▲ 10.8)
오픈마켓	47.8	(▲ 8.8)	국제전화	37.9	(▲ 5.9)
패스트푸드점	47.5	(▲ 3.5)	여행사(해외여행)	37.7	(▲ 6.7)
시내/시외전화	47.4	(▲ 3.4)	생명보험	36.5	(▲ 5.5)
치킨프랜차이즈	47.4	(▲ 5.1)	인터넷전화	35.2	(▲ 10.2)
종합레저시설	47.0	(▲ 6.1)	이동전화	34.7	(▲ 4.6)
백화점	46.8	(▲ 3.4)	저비용항공	34.2	(▲ 10.3)
대형마트	45.7	(▲ 2.8)	신용카드	33.9	(▲ 1.9)
자동차보험	45.6	(▲ 6.4)	온라인자동차보험	30.4	(▲ 2.6)
주유소	45.4	(▲ 9.5)	대형슈퍼마켓	29.0	(▲ 6.1)
초고속인터넷	45.2	(▲ 6.2)	증권	26.1	(▲ 5.5)
교육서비스(학습지)	44.8	(▲ 8.9)	편의점	24.7	(▲ 4.7)
검색포탈사이트	44.5	(▲ 2.5)			

※ *괄호()안은 '13년 KNPS 지수대비 증감 차이임*

4. 산업별 KNPS 1위 기업 특징

1) 전년 대비 1위 변동 산업

총 22개 산업에서 2013년도 대비 KNPS 1위 기업 변동 나타나

➔ 2014년 KNPS 조사결과 소비재(7개) 및 내구재(3개) 제조업 10개 산업, 서비스업 12개 산업 등 총 22개 산업에서 지난 2013년 대비 KNPS 1위 기업에 변동이 있는 것으로 나타났다.
(※ 2013년에는 22개 산업 변동)

2014년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 변동 기업

산업명		2014년 KNPS 1위 기업	2013년 KNPS 1위 기업
소비재 (7개)	맥주	**하이트진로**	OB맥주(카스포함)
	남성용기초화장품	**아모레퍼시픽**	LG생활건강
	샴푸	**애경**	LG생활건강
	세탁세제	**CJ라이온**	LG생활건강
	아웃도어의류	**블랙야크**	코오롱스포츠
	여성용기초화장품	**LG생활건강**	아모레퍼시픽
	치약	**애경**	LG생활건강
내구재 (3개)	사무용복합기(복사기)	**캐논코리아비즈니스솔루션**	신도리코
	경형승용차	**한국지엠**	기아자동차
	침대	**시몬스**	에이스침대
서비스 (12개)	은행	**신한은행**	KB국민은행
	체크카드	**우리카드**	KB국민카드
	대형마트	**이마트**	롯데마트
	대형슈퍼마켓	**롯데슈퍼**	GS수퍼
	백화점	**현대백화점**	신세계백화점
	소셜커머스	**위메프**	쿠팡
	인터넷쇼핑몰	**롯데닷컴**	GS SHOP
	국제전화	**KT(001)**	SK텔링크(00700)
	스키장	**용평리조트**	하이원리조트
	여행사(해외여행)	**노랑풍선**	하나투어
	주유소	**SK에너지(SK주유소)**	S-Oil
	콘도미니엄	**대명리조트**	한화리조트

4. 산업별 KNPS 1위 기업 특징(계속)

2) 8년 연속 KNPS 1위 기업

총 24개 산업에서 KNPS 8년 연속 1위 유지

➔ 올해로 발표 8년을 맞은 KNPS에서 8년 동안 줄곧 고객들로부터 최고의 추천을 받은 기업은 소비재 6개, 내구재 8개 및 서비스업 10개 산업으로 나타나 총 24개 산업으로 집계되었으며, 기업수로는 19개 기업인 것으로 나타났다.

➔ 8년 연속 1위가 유지된 산업은 소비재 제조업의 약 21%, 내구재 제조업의 약 38%, 서비스업의 약 21%로서 내구재 제조업에 대한 고객추천의 중요성을 볼 수 있다.

고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 지수 8년 연속 1위 기업

산 업		8년 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(스마트폰)	
	TV	
	디지털피아노	영창뮤직
	부엌가구	한샘
	일반승용차	현대자동차
	RV승용차	
서비스업	생명보험	삼성생명
	증권	삼성증권
	대형서점	교보문고
	검색포탈사이트	네이버
	이동전화	SK텔레콤
	시내/시외전화	KT
	초고속인터넷	
	고속버스	금호고속
	종합레저시설	에버랜드
	종합병원	삼성서울병원

4. 산업별 KNPS 1위 기업 특징(계속)

3) 복수 산업 KNPS 1위 기업

삼성전자 8개 , KT 4개 부문 1위 등 13개 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(국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷)가 4개 산업, 제일모직(남성정장, 워터파크, 종합레저시설)이 3개 산업에서 복수 1위를 차지했다.
- ➔ 이 외에도 LG생활건강(섬유유연제, 여성용기초화장품), 아모레퍼시픽(남성용기초화장품, 여성용한방화장품), CJ라이온(세탁세제, 주방세제), 애경(샴푸, 치약), 유한킴벌리(생리대, 화장지), 빙그레(가공우유, 아이스크림), 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), 삼성화재(자동차보험, 장기보험), 롯데리아(커피전문점, 패스트푸드점)가 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2014년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 복수산업 1위 기업

기업명	2014년 KNPS 1위 산업	비고
삼성전자	가정용복합기(프린터), 개인용컴퓨터(PC), 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, 이동전화단말기(스마트폰), TV, 전자제품전문점	8개 산업 1위
KT	국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷	4개 산업 1위
제일모직	남성정장, 워터파크, 종합레저시설	3개 산업 1위
LG생활건강	섬유유연제, 여성용기초화장품	2개 산업 1위
아모레퍼시픽	남성용기초화장품, 여성용한방화장품	
CJ라이온	세탁세제, 주방세제	
애경	샴푸, 치약	
유한킴벌리	생리대, 화장지	
빙그레	가공우유, 아이스크림	
금강제화	정장구두, 캐주얼화	
현대자동차	일반승용차, RV승용차	
삼성화재	자동차보험, 장기보험	
롯데리아	커피전문점, 패스트푸드점	

5. 산업별 KNPS 1위 기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	간장	**샘표식품**	샘표식품(55.7), 대상(청정원)(54.2)	3년 연속 1위
2	고추장	**대상(청정원)**	대상(청정원)(61.1), CJ제일제당(해찬들)(51.0)	8년 연속 1위
3	과자	**크라운제과**	크라운제과(47.3), 롯데제과(46.3), 오리온(45.3), 해태제과(43.8)	2년 연속 1위
4	식용유	**사조해표(해표)**	사조해표(해표)(55.9), CJ제일제당(백설표)(46.0)	2년 연속 1위
5	아이스크림	**빙그레**	빙그레(48.7), 롯데푸드(44.5), 해태제과(41.8), 롯데제과(40.9)	7년 연속 1위
6	참치캔	**동원F&B (동원참치)**	동원F&B(동원참치)(59.9), 사조해표(사조참치)(51.8), 오뚜기(오뚜기참치)(44.4)	8년 연속 1위
7	홍삼가공식품	**한국인삼공사 (정관장)**	한국인삼공사(정관장)(66.2), 농협홍삼(한삼인)(51.9)	2년 연속 1위
8	가공우유	**빙그레**	빙그레(61.4), 서울우유(56.7), 남양유업(51.1), 매일유업(50.7)	3년 연속 1위
9	맥주	**하이트진로**	하이트진로(63.0), OB맥주(카스포함)(60.5)	'13년 1위 : OB맥주
10	소주	**금복주**	금복주(62.1), 하이트진로(55.4), 무학(52.8), 롯데칠성음료(주류BG)(52.2)	4년 연속 1위
11	우유	**서울우유**	서울우유(61.5), 매일유업(56.1), 남양유업(51.1)	7년 연속 1위
12	유산균발효유	**한국야쿠르트**	한국야쿠르트(66.5), 매일유업(64.6), 남양유업(62.6)	2년 연속 1위

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
13	남성용기초화장품	**아모레퍼시픽**	아모레퍼시픽(56.9), 소망화장품(55.1), LG생활건강(52.0)	'13년 1위 : LG생활건강
14	담배	**한국 필립모리스 (말보로)**	한국 필립모리스(말보로)(46.1), B.A.T.코리아(던힐)(35.7), KT&G(32.0)	6년 연속 1위
15	생리대	**유한킴벌리**	유한킴벌리(67.2), 한국P&G(61.2), LG유니참(59.3)	3년 연속 1위
16	샴푸	**애경**	애경(59.7), 아모레퍼시픽(57.6), LG생활건강(56.7), 유니레버코리아(54.0), 한국P&G(49.3)	'13년 1위 : LG생활건강
17	섬유유연제	**LG생활건강**	LG생활건강(57.3), 옥시 레킷벤키저(55.5), 피죤(53.7)	2년 연속 1위
18	세탁세제	**CJ라이온**	CJ라이온(55.0), 애경(52.9), LG생활건강(47.2)	'13년 1위 : LG생활건강 (3년연속)
19	여성용기초화장품	**LG생활건강**	LG생활건강(58.6), 아모레퍼시픽(54.6)	'13년 1위 : 아모레퍼시픽 (2년연속)
20	여성용한방화장품	**아모레퍼시픽 (설화수, 한율)**	아모레퍼시픽(설화수, 한율)(67.7), LG생활건강(후, 수려한)(66.8)	3년 연속 1위
21	주방세제	**CJ라이온**	CJ라이온(51.4), 애경(42.9), LG생활건강(41.3)	4년 연속 1위
22	치약	**애경**	애경(54.7), LG생활건강(50.1), 아모레퍼시픽(48.1)	'13년 1위 : LG생활건강 (2년연속)
23	화장지	**유한킴벌리**	유한킴벌리(65.7), 모나리자(61.0), 깨끗한나라(56.9)	8년 연속 1위
24	남성내의	**좋은사람들**	좋은사람들(59.2), BYC(48.5), 쌍방울(46.5)	3년 연속 1위
25	남성정장	**제일모직**	제일모직(64.1), 코오롱인더스트리(63.4), LF(구 LG패션)(62.4), 파크랜드(52.7)	8년 연속 1위
26	아웃도어의류	**블랙야크**	블랙야크(60.7), 영원무역(노스페이스)(57.1), 케이투코리아(K2)(54.4), 코오롱인더스트리(코오롱스포츠)(52.9), 평안엘앤씨(네파)(50.3)	'13년 1위 : 코오롱스포츠 (2년연속)
27	여성내의	**신영와코루 (비너스)**	신영와코루(비너스)(58.8), 남영비비안(비비안)(52.7)	4년 연속 1위
28	정장구두	**금강제화**	금강제화(61.4), EFC(에스콰이아)(58.7), 소다(57.7), 탠디(52.3)	8년 연속 1위
29	캐주얼화	**금강제화 (랜드로바)**	금강제화(랜드로바)(55.0), EFC(영에이지)(52.4)	8년 연속 1위

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	가정용에어컨	**LG전자**	LG전자(67.7), 삼성전자(66.4), 위니아만도(59.3)	8년 연속 1위
2	가정용정수기	**청호나이스**	청호나이스(48.6), 코웨이(46.1)	3년 연속 1위
3	김치냉장고	**삼성전자**	삼성전자(65.8), LG전자(62.9), 위니아만도(61.3)	4년 연속 1위
4	냉장고	**삼성전자**	삼성전자(68.5), LG전자(65.9)	6년 연속 1위
5	세탁기	**삼성전자**	삼성전자(61.8), LG전자(60.6)	6년 연속 1위
6	전기밥솥	**쿠쿠전자**	쿠쿠전자(63.4), 리홈쿠첸(54.3)	3년 연속 1위
7	제습기	**위닉스(뽀송)**	위닉스(뽀송)(55.6), LG전자(51.1)	신규발표
8	TV	**삼성전자**	삼성전자(65.5), LG전자(63.9)	8년 연속 1위
9	가정용복합기(프린터)	**삼성전자**	삼성전자(41.7), 캐논코리아비즈니스솔루션(31.4), 한국휴렛팩커드(20.9), 한국엡손(15.5)	5년 연속 1위
10	개인용컴퓨터(PC)	**삼성전자**	삼성전자(59.8), LG전자(48.8), 한국휴렛팩커드(46.0)	8년 연속 1위
11	사무용복합기(복사기)	**캐논코리아 비즈니스솔루션**	캐논코리아비즈니스솔루션(45.2), 신도리코(42.9), 한국후지제록스(42.4)	'13년 1위 : 신도리코
12	이동전화단말기(스마트폰)	**삼성전자**	삼성전자(60.8), 애플(아이폰)(57.5), LG전자(51.4), 팬택(SKY)(18.8)	8년 연속 1위
13	가정용가구	**현대리바트**	현대리바트(54.5), 까사미아(53.3), 에몬스가구(52.0), 한샘(50.8)	신규발표
14	가정용보일러	**린나이코리아**	린나이코리아(47.5), 경동나비엔(46.3), 귀뚜라미보일러(44.9)	7년 연속 1위
15	경형승용차	**한국지엠**	한국지엠(54.8), 기아자동차(52.6)	'13년 1위 : 기아자동차
16	디지털피아노	**영창뮤직**	영창뮤직(55.1), 야마하뮤직코리아(50.4), 삼익악기(47.1)	8년 연속 1위
17	부엌가구	**한샘**	한샘(55.4), 에넥스(50.2)	8년 연속 1위
18	승용차타이어	**금호타이어**	금호타이어(41.8), 한국타이어(40.0), 넥센타이어(38.0)	7년 연속 1위
19	일반승용차	**현대자동차**	현대자동차(67.6), 기아자동차(62.0), 르노삼성자동차(58.7), 한국지엠(51.1)	8년 연속 1위
20	침대	**시몬스**	시몬스(42.9), 에이스침대(40.6), 대진침대(29.9)	'13년 1위 : 에이스침대
21	RV승용차	**현대자동차**	현대자동차(60.6), 기아자동차(56.5), 쌍용자동차(52.6)	8년 연속 1위

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	생명보험	**삼성생명**	삼성생명(40.2), 한화생명(36.2), 교보생명(28.6)	8년 연속 1위
2	신용카드	**신한카드**	신한카드(39.2), 삼성카드(37.7), 현대카드(37.0), KB국민카드(33.2), 우리카드(32.4), BC카드(29.5), 롯데카드(26.8), NH농협카드(23.9)	5년 연속 1위
3	온라인 자동차보험	**현대하이카다이렉트**	현대하이카다이렉트(36.3), 더케이손해보험(에듀카)(27.1), AXA다이렉트(26.0)	5년 연속 1위
4	은행	**신한은행**	신한은행(52.2), 하나은행(50.5), 우리은행(49.3), KB국민은행(48.2), 외환은행(47.0), IBK기업은행(45.6), NH농협은행(37.8)	'13년 1위 : KB국민은행 (7년연속)
5	자동차보험	**삼성화재**	삼성화재(49.7), 현대해상(46.3), LIG손해보험(44.2), 메리츠화재(43.0), 동부화재(42.2)	5년 연속 1위
6	장기보험	**삼성화재**	삼성화재(47.6), 현대해상(43.3), LIG손해보험(41.4), 동부화재(39.5), 메리츠화재(37.4)	4년 연속 1위
7	증권	**삼성증권**	삼성증권(32.0), 우리투자증권(26.5), KDB대우증권(25.2), 대신증권(25.2), 현대증권(22.3), 미래에셋증권(15.0)	8년 연속 1위
8	체크카드	**우리카드**	우리카드(45.3), 신한카드(43.4), KB국민카드(41.5), BC카드(39.9), NH농협카드(37.6)	'13년 1위 : KB국민카드 (3년연속)
9	대형마트	**이마트**	이마트(46.8), 롯데마트(45.9), 홈플러스(44.5)	'13년 1위 : 롯데마트
10	대형서점	**교보문고**	교보문고(64.9), 영풍문고(57.4), 서울문고(반디앤루니스)(50.8)	8년 연속 1위
11	대형슈퍼마켓	**롯데슈퍼**	롯데슈퍼(31.5), GS수퍼마켓(29.1), 홈플러스익스프레스(28.5), 이마트에브리데이(26.5)	'13년 1위 : GS수퍼
12	면세점	**호텔신라(신라면세점)**	신라면세점(53.9), 롯데면세점(51.6)	2년 연속 1위
13	백화점	**현대백화점**	현대백화점(47.7), 롯데백화점(46.8), 신세계백화점(46.0)	'13년 1위 : 신세계백화점
14	전자제품전문점	**삼성전자 (삼성디지털프라자)**	삼성디지털프라자(58.0), LG베스트샵(56.2), 롯데하이마트(52.1), 전자랜드(43.6)	4년 연속 1위
15	편의점	**BGF리테일(CU)**	CU(26.9), GS25(25.8), 세븐일레븐(23.2), 미니스톱(13.9)	3년 연속 1위

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
16	프리미엄아울렛	**롯데프리미엄아울렛**	롯데프리미엄아울렛(54.6), 신세계사이먼프리미엄아울렛(45.4)	신규발표
17	TV홈쇼핑	**현대홈쇼핑**	현대홈쇼핑(44.9), 롯데홈쇼핑(43.9), GS홈쇼핑(GS SHOP)(42.5), CJ오쇼핑(41.0), NS홈쇼핑(37.8)	5년 연속 1위
18	제과/제빵점	**파리크라상 (파리바게뜨)**	파리바게뜨(49.6), 뚜레쥬르(45.2)	5년 연속 1위
19	치킨프랜차이즈	**교촌치킨**	교촌치킨(50.5), 네네치킨(49.0), 페리카나 치킨(46.7), 굽네치킨(45.4), BBQ치킨(44.2)	2년 연속 1위
20	커피전문점	**엔제리너스**	엔제리너스(46.7), 투썸플레이스(45.8), 스타벅스(44.9), 커피빈(44.0), 할리스커피(42.8), 탐앤탐스(41.1), 카페베네(36.4)	5년 연속 1위
21	패밀리레스토랑	**CJ푸드빌(빕스)**	빕스(42.3), 아웃백(41.6), T.G.I.프라이데이스(40.0), 베니건스(38.4), 애슐리(26.6)	2년 연속 1위
22	패스트푸드점	**롯데리아**	롯데리아(51.0), 버거킹(47.1), 맥도날드(44.8), KFC(41.0)	2년 연속 1위
23	피자전문점	**도미노피자**	도미노피자(60.8), 미스터피자(53.0), 피자헛(46.8)	2년 연속 1위
24	국제전화	**KT(001)**	KT(001)(39.4), SK텔링크(00700)(37.9), LG유플러스(002)(32.1)	'13년 1위 : SK텔링크(00700)
25	시내/시외전화	**KT**	KT(50.1), SK브로드밴드(43.3), LG유플러스(38.6)	8년 연속 1위
26	이동전화	**SK텔레콤**	SK텔레콤(41.2), KT(30.1), LG유플러스(26.5)	8년 연속 1위
27	인터넷전화	**KT**	KT(39.1), SK브로드밴드(36.6), LG유플러스(29.0)	5년 연속 1위
28	인터넷TV(IPTV)	**SK브로드밴드**	SK브로드밴드(42.2), KT(40.2), LG유플러스(31.4)	3년 연속 1위
29	초고속인터넷	**KT**	KT(47.0), SK브로드밴드(45.9), LG유플러스(40.3)	8년 연속 1위
30	검색포탈사이트	**네이버**	네이버(48.0), 다음(33.2)	8년 연속 1위

5. 산업별 KNPS 1위 기업(계속)

3) 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
31	소셜커머스	**위메프**	위메프(58.6), 쿠팡(55.9), 티몬(47.9)	'13년 1위 : 쿠팡(2년연속)
32	오픈마켓	**이베이옥션(옥션)**	이베이옥션(옥션)(50.3), SK플래닛(11번가)(48.0), 이베이지마켓(G마켓)(45.7)	4년 연속 1위
33	인터넷서점	**YES24**	YES24(58.9), 교보문고(56.3), 인터파크 도서(51.0), 알라딘(50.0)	6년 연속 1위
34	인터넷쇼핑몰	**롯데닷컴**	롯데닷컴(43.0), 현대Hmall(38.2), CJmall(35.9), GS SHOP(34.3)	'13년 1위 : GS SHOP
35	스키장	**용평리조트**	용평리조트(47.8), 하이원리조트(45.0), 무주덕유산리조트(43.6), 비발디파크(41.6), 보광휘닉스파크(39.3)	'13년 1위 : 하이원리조트 (6년연속)
36	여행사 (해외여행)	**노랑풍선**	노랑풍선(39.7), 하나투어(38.2), 롯데관광개발(35.8), 모두투어(35.4)	'13년 1위 : 하나투어 (5년연속)
37	워터파크	**캐리비안 베이**	캐리비안 베이(45.5), 비발디파크 오션월드(38.7)	3년 연속 1위
38	영화관	**롯데시네마**	롯데시네마(62.5), CJ CGV(61.9), 메가박스(53.0)	2년 연속 1위
39	종합레저시설	**에버랜드**	에버랜드(52.2), 롯데월드(50.1), 서울랜드(25.9)	8년 연속 1위
40	콘도미니엄	**대명리조트**	대명리조트(39.6), 한화리조트(38.8)	'13년 1위 : 한화리조트 (2년연속)
41	고속버스	**금호고속**	금호고속(52.9), 동부고속(48.6), 중앙고속(43.7), 동양고속(42.8)	8년 연속 1위
42	저비용항공	**에어부산**	에어부산(43.2), 진에어(35.5), 제주항공(32.6), 이스타항공(29.7), 티웨이항공(22.5)	2년 연속 1위
43	종합병원	**삼성서울병원**	삼성서울병원(45.8), 서울아산병원(45.3), 서울성모병원(44.2), 서울대학교병원(본원)(43.3), 세브란스병원(신촌)(42.1)	8년 연속 1위
44	주유소	**SK에너지 (SK주유소)**	SK에너지(SK주유소)(47.4), S-Oil(45.7), 현대오일뱅크(44.0), GS칼텍스(43.8)	'13년 1위 : S-Oil
45	택배	**CJ대한통운**	CJ대한통운(41.6), 우체국택배(40.5), 한진택배(36.8), 현대택배(35.2)	2년 연속 1위
46	항공	**아시아나항공**	아시아나항공(50.0), 대한항공(48.1)	4년 연속 1위
47	교육서비스 (학습지)	**대교**	대교(48.1), 교원구몬(46.3), 웅진씽크빅(42.8), 재능교육(40.5)	5년 연속 1위

1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언

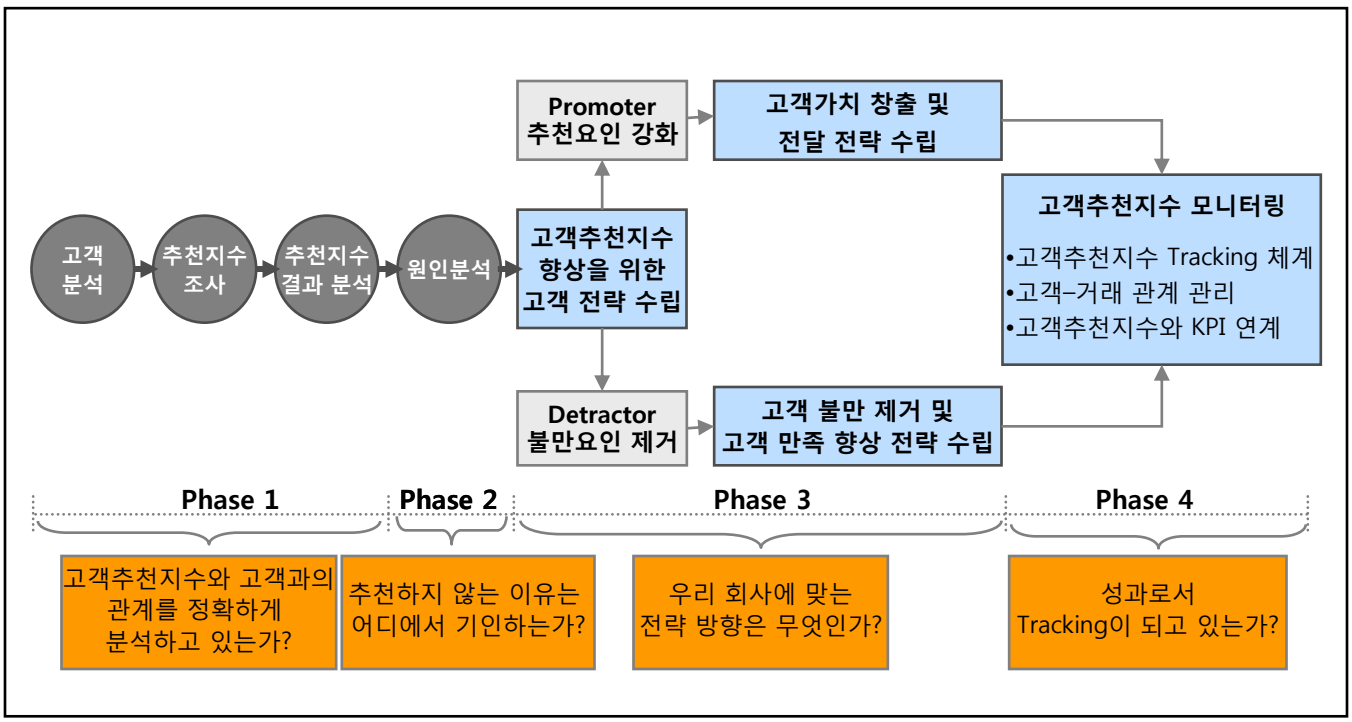
고객추천 활성화를 위한 효과적인 실행방안을 마련하라

➔ 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 이끎에 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.

➔ 급변하는 경영 환경 속에서 기업이 고객추천에 대해 더욱 관심을 갖고 그 중요성을 인식해야 하는 이유도 바로 여기에 있다. 고객추천은 만족·불만족으로는 접근하기 힘든 고객의 속내를 파악하여 고객경험 관점에서 접점 개선과 경쟁사와 차별화된 CS전략을 수립하는데 활용될 수 있으며, 접점 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)

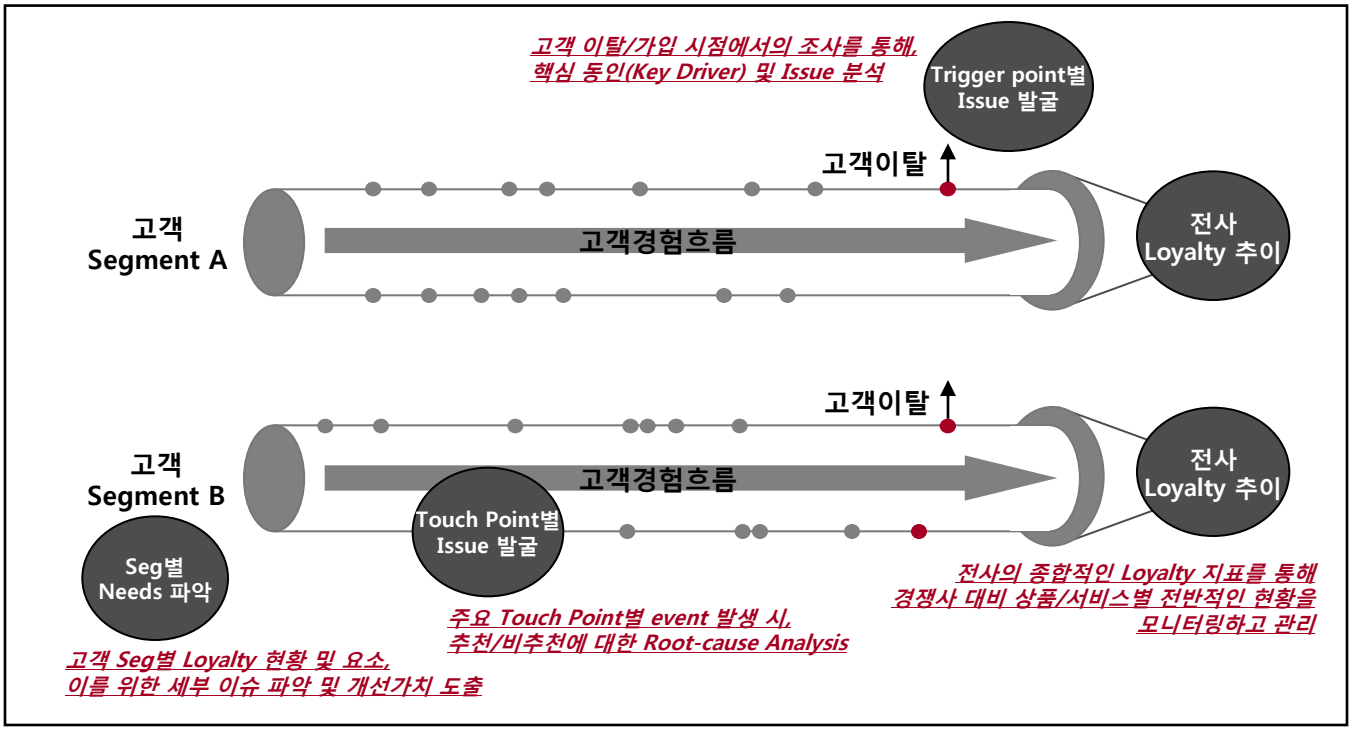
고객경험관리를 통해 고객의 긍정 경험을 강화하라

➔ 고객의 로열티는 주요 고객 접점(Touch Point)별로 경쟁사보다 차별화되고 긍정적인 고객만족 경험으로부터 나오고 제품, 서비스의 기능적(이상적)인 가치보다는 제품, 서비스, 직원, 커뮤니케이션 등을 보고 느낀 감성적인 가치에 의해 형성된다. 이 때문에 세분화된 고객군별로 다르게 나타나는 경험 흐름의 세부분석을 통해 고객 특성에 따른 주요 경험 접점을 발굴하고 긍정/부정적인 요인을 발굴하여 이를 체계적으로 관리해야 한다.

➔ 고객경험관리(CEM: Customer Experience Management)는 고객이 한 기업의 상품 또는 서비스를 경험하는 일련의 과정 속에서 인지하게 되는 모든 내적 감정 및 주관적인 반응들을 철저히 파악하고 분석하여 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 있다.

➔ 고객추천의 관점에서 고객경험관리는 고객이 왜 그 기업의 상품 또는 서비스를 추천하는지 또는 추천하지 않는지를 체계적으로 파악할 수 있게 해주는 중요한 도구이자 방법론이 되기도 한다. 고객경험에서 가장 중요한 부분을 차지하는 주요접점을 파악하고 있다면 그 접점에서 고객과의 접촉이 있을 때마다 고객추천지수를 조사하여 근본원인을 확인하고 이슈를 발굴할 수 있다. 이렇게 파악된 고객 니즈를 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 극대화해 나가는 노력이 필요하다. 이를 통해 고객 로열티를 향상시키고 고객이 적극적으로 추천하는 기업으로 성장해 나갈 수 있다. 이렇듯 고객추천지수를 단순히 지표로 채택하여 평가도구로만 보는 것이 아니라 '고객경험' 개선의 방법으로 적극 활용해야 하는 것이다.

고객 분류별 상이한 경험흐름 분석



1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

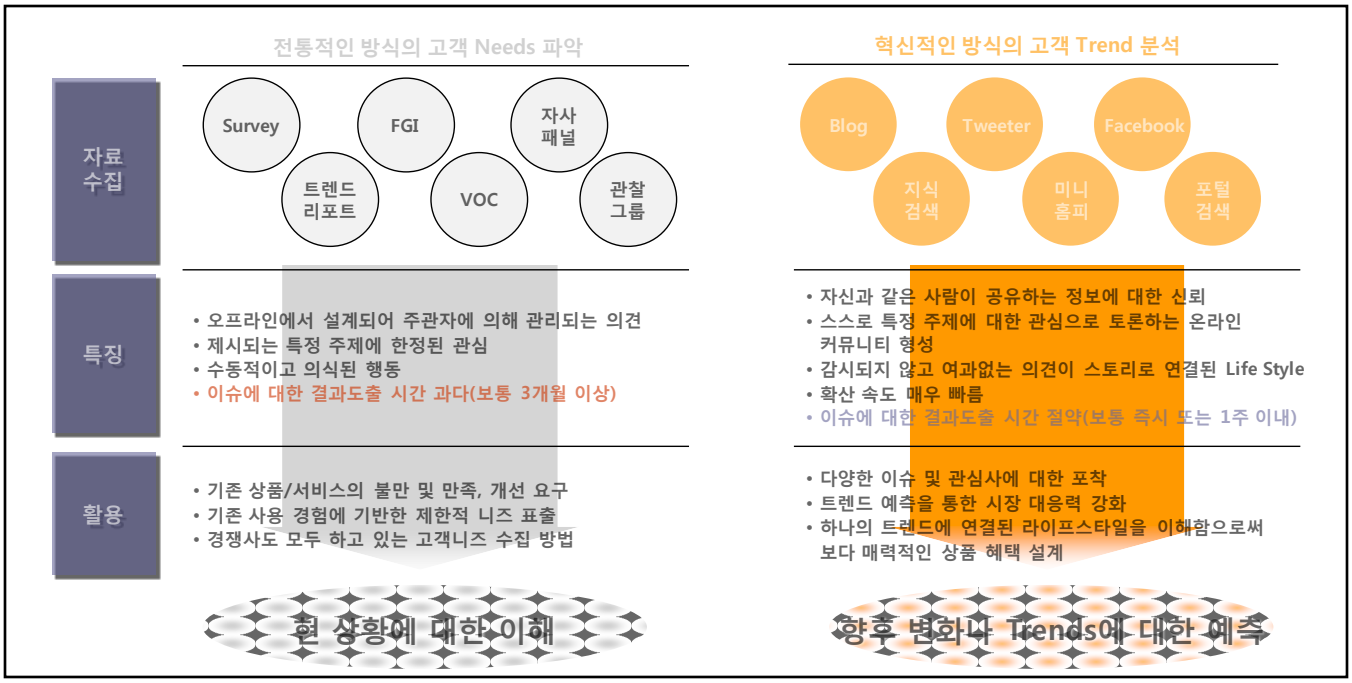
고객에 대한 트렌드 변화를 빠르게 감지하여 시장 선도력을 확보하라

➔ 한국의 소비자들은 최고의 상품 및 서비스를 많이 경험함에 따라 점차 상향평준화 되어가고 있다. 또한, 나에게 맞는 것이면 가격, 브랜드, 기존 구매 습관과 상관없이 구매하는 비규정형 소비행태를 보이고 있으며 니즈의 변화 속도도 점점 빨라지고 있다. 또한, 소셜미디어 시대에 온라인 상에서의 다양한 의견에 대한 정보교환이 이루어지고 이에 따라 형성된 여론이 실제 구매에 상당한 영향을 미치고 있다. 이러한 환경에서 차별화되지 못한 상품 또는 서비스로 고객들의 추천을 이끌어 내기에 한계가 있을 것이며, 세분화되고 빠르게 변화하는 고객 니즈에도 선도적으로 대응하는 것이 어려울 것이다.

➔ 이를 위해, 기업은 고객니즈를 사전에 민감하게 포착하여 선도적으로 상품 및 서비스에 반영해야 하며, 고객에 대한 통찰력을 기반으로 트렌드보다 한 발 앞서 가치를 제공해야 한다. 새로운 상품·서비스를 개발하고 시장을 선도하기 위해서는 기존의 전통적인 접근방법을 통해 고객의 니즈를 수집하는 것과는 다른 접근이 요구되고 있다. 전통적으로 리서치, 트렌드 리포트, FGI, 고객 패널 등을 통해 현 상황에 대한 통찰력을 갖는데 활용했다면 이제는 SNS, 블로그, 포털, 지식검색 등에서 향후 트렌드에 대한 선행 수집이 요구된다.

➔ 이러한 새로운 고객 Trend 분석법은 기존의 리서치 방법을 통해 소비자들에 대한 일반적인 의견을 알아보는 전통방식과는 완전히 다른 차별성을 가지고 있으며, 온라인상의 방대한 데이터를 소스로 분석함으로써 다양한 고객들의 인지 및 행동에 대한 이슈를 분석하고 기업에 적합하게 고객 트렌트를 분석 및 적용함으로써 트렌드를 리딩하는 차별화 전략을 도출할 수 있다. 이는 고객 트렌드 변화에 맞춰 새로운 비즈니스 기회를 찾아 신상품 개발, 마케팅 전략 수립, 서비스 차별화에 활용할 수 있다. 이에 따라 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 더 큰 추천의향을 이끌어낼 수 있게 된다.

고객 Trend 분석을 통한 시장 선대응

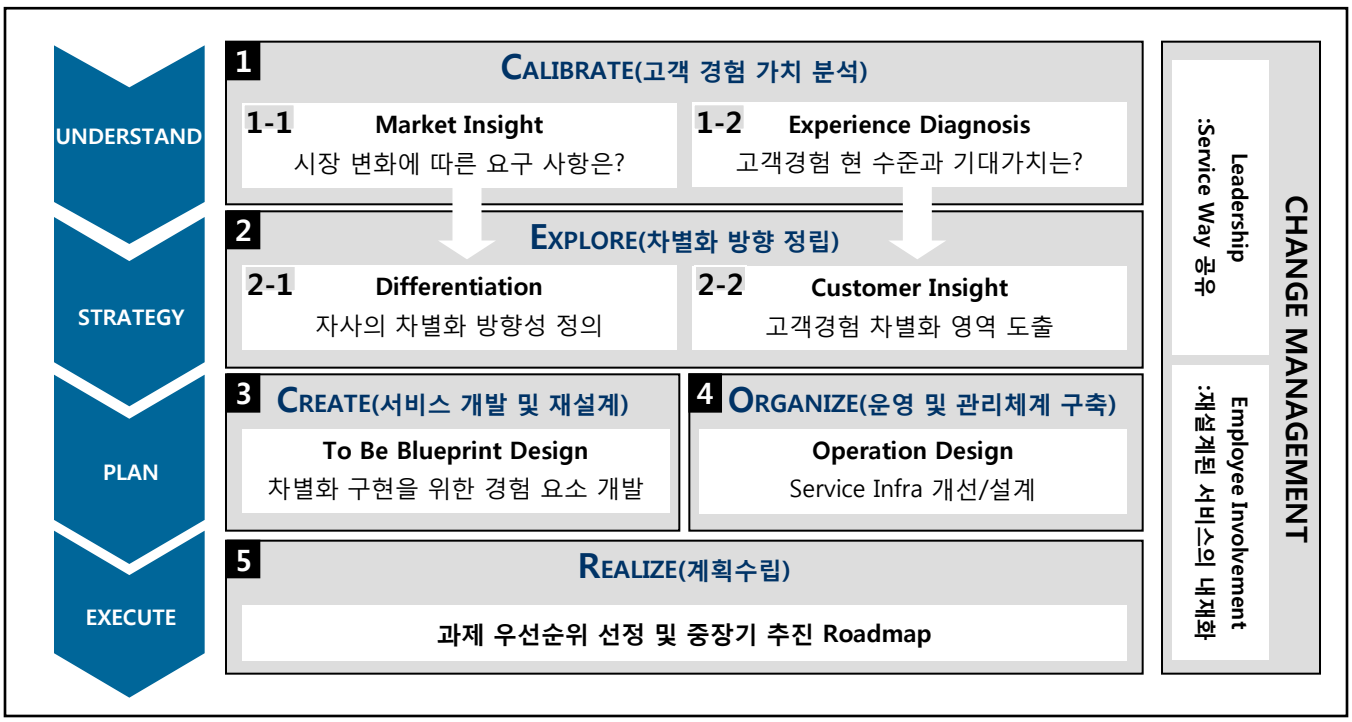


1. 조사결과 시사점 및 KNPS 향상을 위한 제언(계속)

고객경험 차별화 전략을 통해 우리 기업만의 추천거리를 만들어라

➔ 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. 기업들이 엄청난 마케팅 비용을 쏟아부어 아무리 치밀하게 광고 캠페인을 전개해도, 정작 소비자들의 마음을 결정적으로 움직이는 것은 신뢰할 만한 출처의 추천 정보 혹은 입소문인 경우가 많은 것이다. 고객들은 더 이상 매스컴을 대놓고 믿거나 현혹되지 않으며, 본인이 남다르고, 긍정적인 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 입소문을 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