대기 시간 길어져… 경영 효율보다 고객 우선을

KMAC, 53개 산업 346개 기업·기관 심층조사

우수콜센터 기업 126곳
작년보다 26곳 늘었지만
서비스품질지수 역대 최저

공감영역도 전년 대비 하락
우수→비우수 40개사 전환


게티이미지뱅크

한국능률협회컨설팅(KMAC·대표이사 사장 한수희)은 9일 '2024 한국산업의 서비스품질 지수(KSQI) 콜센터 부문' 조사 결과를 발표했다. KSQI는 서비스 품질에 대한 고객 체감 정도를 나타내는 지수다. KMAC는 2004년 국내 최초로 콜센터 부문에 대한 KSQI 측정 모델을 개발해 매년 조사 결과를 발표하고 있으며 올해로 21년째를 맞이했다.

올해는 총 53개 산업 346개 기업·기관 콜센터를 대상으로 조사가 이뤄졌다. 전문 모니터 요원이 고객 입장에서 콜센터당 총 100회씩 직접 전화를 걸어본 뒤 서비스 만족도를 수치화하는 방식으로 진행됐다.

KMAC는 2022년부터 서비스품질 영역과 공감 영역으로 구분해 조사하고 있다. '한국의 우수콜센터'로 선정된 곳들은 서비스품질 영역(92점 이상)에서 우수한 평가를 받은 곳이다. 서비스품질 영역 우수에 더해 공감 영역(80점 이상) 우수일 때는 '고객감동콜센터'로 선정했다.

'한국의 우수콜센터'는 내부 혁신과 차별화된 운영 시스템으로 고객 만족을 실현한 업체다. '고객감동콜센터'는 이 같은 고객 만족을 넘어 고객과 상호 공감하고 소통하기 위해 적극적이며 모든 콜센터가 지향해야 할 덕목을 지닌 곳들이다. IT, 시스템 등 기본적인 인프라와 정량적인 평가요소뿐만 아니라 상담사가 얼마나 고객과 공감하고 소통하는지를 나타내는 기준이라 할 수 있다.

올해 '고객감동콜센터'로 선정된 기업은 삼성전자서비스와 삼성화재, 한화생명, DB생명, HD현대오일뱅크, KB손해보험, NH농협은행 등 9곳이다. KSQI 콜센터 부문 종합지수는 지난해보다 1점 하락한 87.3점으로 역대 최저 기록을 보였다. 서비스품질과 공감 모두 지난해 대비 하락했는데 콜센터의 전반적인 경쟁력 감소를 실감케 했다. 특히 올해는 카쉐어링 산업이 전년 대비 10.6점 떨어지며 평균 지수 하락에 영향을 끼친 것으로 나타났다.

'한국의 우수콜센터' 선정 기업 수는 지난해보다 26개 증가한 126개로 나타났다. 전체 선정 비율은 전년 대비 6%포인트 늘어난 36%로 나타났지만 이는 역대 두 번째로 낮은 비율이다.

한편 비우수에서 우수로 전환된 기업은 16개, 우수에서 비우수로 전환된 기업은 40개로 조사됐다. 신규로 조사된 13개 기업 중 3개 기업만이 우수콜센터로 선정됐다.

삼성생명, 현대자동차, KB라이프, 삼성카드 등 15년 이상 '한국의 우수콜센터'를 유지한 기업들이 올해는 비우수로 전환됐다.

제조업 분야에서는 정유산업이 우수한 수준을 나타냈지만 렌탈가전과 보일러, 자동차, 가전서비스 4개 산업은 비우수 산업으로 나타났다.

정유 산업은 HD현대오일뱅크 등 산업 내 모든 기업이 우수콜센터로 선정돼 눈길을 끌었다. 가전서비스 산업의 경우 다이슨과 삼성전자서비스, LG전자가 우수콜센터를 유지함과 동시에 오텍캐리어가 신규 우수콜센터로 선정됐다. 렌탈가전 산업은 청호나이스와 코웨이가 전년도에 이어 우수콜센터를 유지했다. 보일러 산업은 경동나비엔이 작년에 이어 우수콜센터를 유지한 가운데 린나이가 우수로 전환됐다. 자동차 산업군에서는 현대자동차가 비우수로 전환됐다.

금융서비스 분야에서 손해보험(자동차) 산업은 우수로 평가됐지만 생명보험과 시중은행 등 11개 산업은 비우수로 분류됐다. 삼성화재와 현대해상화재보험, 한화손해보험, DB손해보험, KB손해보험은 손해보험 '자동차'와 '장기·일반' 2개 산업 모두 우수콜센터의 영예를 안았다. 생명보험 산업에서는 신한라이프, 동양생명, 한화생명 등이 우수를 유지했다.

KMAC는 KSQI 콜센터 부문 향상을 위해 고객이 원하는 방향으로 서비스를 제공해야 한다고 조언했다. 이어 고객센터 본연의 목적에 충실해야 한다고 강조했다.

올해는 조사 대상 기업이 늘었음에도 불구하고 서비스품질지수가 역대 최저를 기록했다. 가장 큰 변동성과 불안정성을 보인 항목은 수신 여건이다. 경영진은 고객 대기 시간이 길어지는 배경과 원인을 명확히 파악해야 한다. 단순히 생산성 관점에서 응대율 변화에만 초점을 맞추는 것은 내부 관리에만 중점을 두는 것으로 서비스 품질에 대한 개선 의지가 있다고 보기는 어렵다.

이기동 KMAC 사업가치진단본부장은 "기업들이 점점 효율화 관점에서 서비스 정책을 취하고 있는 가운데 가장 기본적인 수신 여건이 매년 하락하고 있다"며 "공감 영역 또한 지속적으로 떨어지고 있어 실질적인 고객 서비스 질이 낮아지고 있음을 유념해야 한다"고 말했다.

조윤희 기자

2024 KSQI 콜센터 부문 조사 결과

구분	산업	KSQI 우수콜센터	KSQI 비우수 콜센터
제조업	가전서비스	다이슨, 삼성전자서비스, 오텍캐리어, LG전자	위니아에이드, 쿠첸, 쿠쿠전자
	렌탈가전	청호나이스, 코웨이	교원웰스, 쿠쿠홈시스, LG전자, SK매직
	보일러	경동나비엔, 린나이	귀뚜라미보일러, 대성쎌틱에너시스
	자동차	기아, 한국지엠	르노코리아, 현대자동차, KG모빌리티
	정유	GS칼텍스, HD현대오일뱅크, SK에너지, 에쓰오일	-
금융서비스	디지털손해보험	-	캐롯손해보험, 하나손해보험, AXA손해보험
	생명보험	교보생명, 동양생명, 미래에셋생명, 신한라이프, 푸본현대생명, 한화생명, 흥국생명, ABL생명, DB생명, DGB생명, NH농협생명	라이나생명, 메트라이프생명, 삼성생명, 처브라이프생명, 하나생명, AIA생명, KB라이프, KDB생명
	손해보험 (자동차)	롯데손해보험, 메리츠화재, 삼성화재, 한화손해보험, 현대해상화재보험, DB손해보험, KB손해보험	흥국화재, MG손해보험
	손해보험 (장기·일반)	메리츠화재, 삼성화재, 에이스손해보험, 한화손해보험, 현대해상화재보험, AIG손해보험, DB손해보험, KB손해보험, NH농협손해보험	롯데손해보험, 흥국화재, MG손해보험
	시중은행	신한은행, 우리은행, 하나은행, 한국산업은행, IBK기업은행, KB국민은행, NH농협은행	SC제일은행, Sh수협은행
	신용카드	롯데카드, 신한카드, 하나카드, BC카드, KB국민카드	삼성카드, 우리카드, 현대카드, NH농협카드
	저축은행	다올저축은행, 페퍼저축은행, SBI저축은행	애큐온저축은행, 웰컴저축은행, KB저축은행, NH저축은행, OK저축은행
	증권	교보증권, 삼성증권, 신한투자증권, KB증권	대신증권, 메리츠증권, 미래에셋증권, 신영증권, 유안타증권, 유진투자증권, 이베스트투자증권, 키움증권, 하나증권, 하이투자증권, 한국투자증권, 한화투자증권, 현대차증권, DB금융투자, IBK투자증권, NH투자증권, SK증권
	암호화폐거래소	코빗	빗썸, 업비트, 코인원
	인터넷전문은행	카카오뱅크	케이뱅크, 토스뱅크
	지방은행	BNK부산은행, DGB대구은행	광주은행, 전북은행, 제주은행, BNK경남은행
	캐피털	BNK캐피탈	롯데캐피탈, 우리금융캐피탈, 현대캐피탈, KB캐피탈
유통서비스	네트워크마케팅	암웨이	뉴스킨, 애터미, 허벌라이프
	대형마트	롯데마트	이마트, 홈플러스
	명품플랫폼	머스트잇	발란, 캐치패션
	백화점	롯데백화점	갤러리아백화점, 신세계백화점, 현대백화점
	새벽배송	컬리	오아시스마켓, 쿠팡, SSG닷컴
	온라인서점	-	교보문고, 알라딘, 인터파크커머스, YES24
	온라인마켓플레이스	티몬	옥션, 인터파크, 위메프, 쿠팡, G마켓, 11번가
	온라인쇼핑몰	-	롯데ON, 신세계몰, AK몰
	중고차플랫폼	케이카	엔카, KB차차차
	패션	삼성물산	무신사, 이랜드몰, 코오롱몰, LF몰
	홈쇼핑	현대홈쇼핑, 홈앤쇼핑, CJ온스타일, NS홈쇼핑	공영홈쇼핑, 롯데홈쇼핑, GS SHOP
	T커머스	-	쇼핑엔티, 신세계라이브쇼핑, KT알파쇼핑, SK스토아, W쇼핑
일반서비스	국제특송	DHL코리아, FedEX코리아	UPS코리아
	도시가스	예스코	대성에너지, 부산도시가스, 삼천리, 서울도시가스, 코원에너지서비스
	렌터카	-	롯데렌터카, SK렌터카
	보안경비	에스원, SK쉴더스	KT텔레캅
	여행사	인터파크트리플, 트립닷컴	하나투어
	온디맨드O2O서비스	야놀자, 여기어때, 오늘의집, 우아한형제들	다방, 요기요, 직방, 쿠팡이츠
	인터넷강의	야나두	메가스터디, 스피킹맥스, 시원스쿨, 에듀윌, 이투스에듀, EBSi
	인테리어	현대리바트, LX하우시스	한샘
	종합병원	삼성서울병원	서울대학교병원, 서울성모병원, 서울아산병원, 세브란스병원
	카쉐어링	-	그린카, 쏘카
	택배·소포	우체국소포, 한진택배	로젠택배, 롯데글로벌로지스, CJ대한통운
	테마파크	-	롯데월드, 서울랜드, 에버랜드
	학습지	교원에듀, 웅진씽크빅, 윤선생, 재능교육	대교
	항공사	대한항공	아시아나항공, 에어부산, 에어서울, 이스타항공, 제주항공, 진에어, 티웨이항공
	홈 헬스케어	-	바디프랜드, 세라젬, 코지마, 휴테크
통신서비스	알뜰폰	-	KT엠모바일, LG헬로비전, SK텔링크, U+유모바일
	온라인게임	-	넷마블, 엠게임, 한게임
	이동통신	KT, SK텔레콤	LG유플러스
	종합유선방송	-	딜라이브, 씨엠비, HCN, KT스카이라이프, LG헬로비전, SK브로드밴드
	초고속인터넷	KT, LG유플러스, SK브로드밴드	-
공공서비스	공공기관	건강보험심사평가원, 국민건강보험공단, 국민연금공단, 근로복지공단, 신용보증기금, 에스알, 우체국금융개발원, 한국공항공사, 한국교통안전공단, 한국자산관리공사, 한국주택금융공사	경기신용보증재단, 국가평생교육진흥원, 서민금융진흥원, 신용회복위원회, 인천국제공항공사, 한국건강가정진흥원, 한국고용정보원, 한국도로공사, 한국산업인력공단, 한국소비자원, 한국인터넷진흥원, 한국장학재단, 한국전력공사, 한국철도공사, 한국콘텐츠진흥원, 한국토지주택공사, SH서울주택도시공사
	중앙정부	기상청, 농촌진흥청, 외교부 영사콜센터, 특허청	고용노동부, 관세청, 국가보훈부, 국민권익위원회, 국세청, 국토교통부, 병무청, 보건복지부, 조달청, 중소기업통합콜센터
	지자체	강원특별자치도청, 경상남도청, 부산광역시청, 서울특별시청, 울산광역시청	경기도청, 경상북도청, 광주광역시청, 대구광역시청, 대전광역시청, 세종특별자치시청, 인천광역시청, 전라남도청, 전북특별자치도청, 제주특별자치도청, 충청남도청, 충청북도청
기타서비스	Rising 콜센터	와디즈, 힘펠	도미노피자, 미니스톱, 세븐일레븐, 오케이몰, 이마트24, 카카오페이, 토스, 파킹클라우드, 페이코, 피자헛, 피플펀드, CU, GS25

구분	대상	서비스 영역 & 공감 영역 우수콜센터
고객감동콜센터	전 산업	삼성전자서비스, 삼성화재(자동차), 삼성화재(장기·일반), 한화생명, DB생명, HD현대오일뱅크, KB손해보험(자동차), KB손해보험(장기·일반), NH농협은행

※기업명은 가나다·한영순, 자세한 조사 결과는 KMAC 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

AI 상담 챗봇 활성화로 콜센터 고객 만족 증대


윤호영 대표



카카오뱅크가 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서 주관하는 '2024년 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 6년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

카카오뱅크는 24시간 365일 모바일 앱을 통해서 간편하게 문의할 수 있도록 전화, 챗봇, 채팅, 일대일 상담 등 다양한 상담 채널을 운영하고 있다.

카카오뱅크는 앱 이용 중 발생할 수 있는 문의사항이나 문제를 빠르게 해결할 수 있도록 무중단 인공지능(AI) 상담 챗봇을 운영하고 있다. 카카오뱅크는 단순히 챗봇 운영에 그치지 않고, 매주 1회 이상 언어 모델을 재학습시키고 신규·변경 내용을 반영한다.

특히 신규 상품·서비스 출시, 오류·장애 발생 등의 이슈에 따라 생기는 고객 문의에 유연하게 대응하기 위해 인적상담 영역에서 자동상담 영역으로 전환 가능한 상담 범위를 발굴해 AI 상담으로 처리할 수 있는 환경을 마련하는 데 집중하고 있다. 그 결과 연말정산 시즌, 신규 상품·서비스 출시, 이벤트·프로모션 시행으로 고객 문의가 집중된 상황에 AI 상담 챗봇이 고객 문의 대응에 큰 역할을 수행했다.

영업점을 운영하지 않는 카카오뱅크의 특성상 고객센터 협력사는 고객과의 소통에 있어 중요한 파트너다. 고객 접점 상담 서비스를 위탁운영하는 상담협력사와의 모든 업무를 통합 관리해 협력사와의 동반성장을 더욱 강화해 나가기 위해 4대 과제로 구성된 '상생협업 강화 프로젝트'를 진행했다. 상담 서비스 품질 향상을 위해 상담원 역량 강화에 크게 집중하고 있다. 상담협력사 최초 안식휴가 지원, 장기근속 공로자 시상을 통해 숙련된 상담원을 확보하기 위한 노력도 하고 있다. 연 2회 전체 고객센터 협력사 구성원을 위한 격려 물품을 지급하고 있으며, 연 1회 우수협력사와 우수상담사 시상을 위한 '협력사의 날'을 직접 기획해 운영하고 있다.

UI·UX 개선 통해 비대면 서비스 강화


정상혁 은행장



신한은행이 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서 주관하는 '2024년 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 21년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

신한은행은 인공지능(AI) 상담 서비스와 콜 인프라를 성공적으로 개편하며 고객에게 정확하고 신속한 상담을 제공해야 된다는 고객상담센터의 기본을 충실하게 이행했다는 평가를 받는다.

신한은행 고객상담센터는 신한금융그룹 내 주요 그룹사의 AI 서비스를 통합하는 '그룹 통합 AI 컨택센터' 사업과 콜 인프라를 전면 교체하는 '인터넷 콜센터(IPCC) 재구축 사업'을 성공적으로 이행했다. 동시에 고객의 다양한 목소리에 귀 기울이며 지속적으로 상담 서비스 개선을 하기 위해 노력했다.

신한은행 고객상담센터는 약 5년간 디지털 트랜스포메이션을 통해 고객 경험을 높이는 실질적인 성과를 이어왔다. 음성봇, 챗봇, 웹뷰, 보이는 ARS 등 디지털 상담 도구를 활용하고 이를 조합해 고객에게 최적의 상담 솔루션을 제공하고 있다. AI 상담 시나리오의 보이스 사용자 경험(UX) 개선, 멀티모달 화면 사용자 인터페이스(UI)·UX 개선 등을 통해 고객 편의성 증대를 실현했다.

디지털 트랜스포메이션 과정 속에서도 금융 취약계층인 고령자, 장애인, 외국인을 위한 상담 서비스를 지속적으로 확대해 나가고 있다. 특히 카카오톡을 활용한 비대면 수어 상담 서비스를 은행권 중 유일하게 제공하며 소외될 수 있는 장애인 고객에 대한 금융 접근성을 크게 향상시켰다.

또 클라우드 기반의 AI 시스템으로 이관 후 AI 상담 용량을 크게 확장해 기존 대비 약 4배 증대시켰다. 이를 통해 올해 2월 약 52만건의 청년희망적금 만기 안내를 정상적으로 수행했고, 일 최대 8만건까지 안내 전화를 진행하기도 했다.

수어상담·어르신 전용 상담 전화 확대


이석용 은행장



NH농협은행이 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서 주관하는 '2024년 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 14년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

NH농협은행은 올해 조사에서 △콜 시스템 조정과 제도 개선으로 응대율·대기시간 대폭 개선 △대표번호 콜봇 고도화를 통한 인공지능(AI) 상담 기능 개선 △상담사 보호를 위한 감성 케어 강화 △사회취약계층을 위한 말벗 서비스 수행 등에서 높은 평가를 받았다.

NH농협은행은 콜 시스템 등을 조정해 응대율과 대기시간을 대폭 개선했다. 특히 실패 콜을 분석하고 시나리오를 개선해 평균 응대율을 향상했고 고객 대기시간을 획기적으로 감축했다.

또 NH농협은행은 상담사 연결 서비스에 대해 AI 콜봇 프로세스를 확대했다. 특히 AI 자동분류 콜 확대로 상담 연결성을 개선하고, 디지털 ARS를 확대 적용해 상담의 편의성을 높였다.

NH농협은행은 상담사 감정노동을 돌보기 위한 전문 심리상담사와 심리상담 프로그램을 확대 운영하고 있다. 우수 상담사와 관리자를 위한 포상 연수를 시행하는 등 감정노동에 지친 상담사들의 스트레스 관리에도 적극 힘쓰고 있다.

취약계층 금융 소비자를 위해 디지털 ARS를 통한 수어(영상)상담과 고령 고객을 위한 '어르신 전용 상담 전화' 등을 운영하고 있다. NH농협은행은 농촌 어르신과 독거 어르신에게 일주일에 1회 이상 전화로 말벗이 되어드리는 말벗 서비스 사업을 2008년부터 16년째 이어오고 있다. 또 보건복지부가 주관하는 '독거노인 사랑잇기' 사업과 관련해서도 13년 연속 업무협약(MOU)을 체결하고 후원금을 기부하고 있다.

김성훈 NH농협은행 고객행복센터장은 "고객 중심·상담사 중심 센터로 지속 변화하고, 특히 미래 지능형 시스템을 고도화해 고객 만족에 더욱 힘쓰겠다"고 말했다.

통신 특화 대규모 언어 모델로 고객 상담 고도화


유영상 대표



SK텔레콤이 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서 주관하는 '2024년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 12년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

SKT는 빠른 상담 연결을 위한 인공지능(AI) 상담 시스템 강화와 인력 확충, 상담사의 고객 만족(CS) 역량 향상을 위한 노력을 지속하고 있다.

SKT는 상담사가 건강한 환경에서 상담에 전념할 수 있도록 '마인드 케어' 프로그램을 지속적으로 운영하고 있고 문제 행동 고객으로부터 상담사를 보호하는 정책을 강화하고 있다. 상담사가 고객의 성희롱·욕설 등 부당한 언행이나 비상식적인 요구에 노출되면 고객에게 경고한 후 상담을 종료하거나 상급자를 연결해 문제를 해결하도록 지원해왔다.

특히 지난해부터 반복적으로 상담사의 인권을 침해하는 문제 행동 고객은 일정 기간 고객센터 이용이 제한되는 강도 높은 대응 프로세스를 시행해 상담사를 적극적으로 보호하고 있다.

SKT는 고객의 상담 편의성과 보안을 강화하기 위하여 AI 고객센터 고도화를 지속 추진하고 있다. 2020년 국내 통신사 최초로 AI 상담 보이스봇을 도입한 이후 지속적으로 업그레이드하고 있다. 또 고객의 음성으로 번거로운 개인정보 확인 없이 본인을 확인할 수 있는 '성문 인증' 기능을 도입해 고객 상담 시간을 대폭 단축하고 있다. 상담 품질 향상을 위한 교육 인프라에도 AI 솔루션을 적극 도입해 상담사 학습 프로그램의 효율성을 높이는 등 새로운 시스템을 갖춘 고객센터로 변화를 추구하고 있다.

SKT는 연내 현재 개발 중인 통신 특화 대규모 언어 모델(LLM)을 고객센터 업무에 적용해 서비스 품질을 획기적으로 높일 예정이다. SKT의 텔코 LLM을 활용한 AI 지식 검색 서비스를 도입해 상담사가 상담에 필요한 정보를 일일이 찾을 필요 없이 LLM이 찾고 생성한 답변을 활용해 고객 상담을 할 수 있게 되면 상담 시간이 단축될 것으로 기대하고 있다.



보이는 ARS, 모바일 화상상담 업계 최초 도입

한화생명


여승주 대표



한화생명이 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 '2024년 한국 산업의서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 16년 연속 우수콜센터 및 3년 연속 고객 감동 콜센터로 선정됐다. 한화생명은 자사 서비스인 '보이는 ARS 서비스' '모바일 화상 서비스', 상담 시스템 전면 재구축을 통해 새로운 시스템을 구축한 것이 주효했다고 밝혔다.

한화생명 콜센터가 운영 중인 '보이는 ARS 서비스'는 고객이 스마트폰 화면을 보며 원하는 업무를 직접 처리할 수 있는 시스템이다. 보이는 ARS 도입은 생명보험사 중에서는 한화생명이 최초다. 이뿐만 아니라 상담사와의 통화 연결이 어려울 경우 고객이 전화번호를 남기면 상담사가 다시 연락하는 '콜백 예약 서비스', 고객 맞춤형 안내가 필요한 분야에 숙련된 전문가를 배치해 운영하는 '전문상담사 연결 서비스'도 제공된다. 상담을 마친 후에는 상담 내용을 요약한 문자 메시지가 한화생명 고객 휴대전화로 전송된다.

금융 거래 취약계층을 위한 서비스도 운영 중이다. 한화생명은 장애인 고객을 위한 전용 대표번호를 구축했는데, 이를 통해 청각 및 언어 장애인을 위한 손말이음센터 중계 서비스, 65세 이상 고령자 등을 위한 상담사 우선 연결 서비스 등을 제공하고 있다.

한화생명은 올해 1월에는 업계 최초로 모바일 화상상담서비스를 시작했다. 보험 계약은 계약 관계자가 다수인 경우가 많은 만큼, 1대1 상담을 넘어 다인(多人) 상담 시스템을 구축해, 고객센터를 방문하지 않고도 대부분의 계약 업무 처리가 가능한 상태다. 올해 7월에는 디지털 시스템 구축을 앞두고 있는데, 시스템이 개편되면 현재 팩스를 통해 접수하는 대부분의 서류를 웹사이트 링크 전송, 이미지 업로드 방식으로 가능하도록 바꿀 전망이다.

'빠르게·쉽게·간단하게' 고객 만족 상담

HD현대오일뱅크


주영민 대표



HD현대오일뱅크가 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서 주관하는 '2024년 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 16년 연속 우수콜센터로, 3년 연속 고객감동콜센터로 선정됐다.

고객감동콜센터는 조사 대상 기업 346곳 중 9곳만 선정됐고, 제조업 기업 콜센터 중에서는 HD현대오일뱅크 콜센터를 포함해 2곳뿐이다.

HD현대오일뱅크 고객센터는 '빠르게, 쉽게, 간단 명료하게'라는 3가지 원칙으로 '3초 이내 전화 접수, 3분 이내 상담 완료, 30분 이내 상담 회신 완료'를 업무 목표로 잡고 추진해나가고 있다고 밝혔다.

고객 상담만큼 상담사 교육에도 원칙과 매뉴얼에 기반해 대응하는 데 무게를 두고 있다는 게 HD현대오일뱅크의 설명이다. HD현대오일뱅크 관계자는 상담사 교육 프로그램을 위해 회사에서 별도 코칭 프로그램을 만들어 이를 운영하고 있으며 고객 대응 시 유형별 매뉴얼을 마련해 정기적으로 관리하고 있다고 설명했다.

한편 HD현대오일뱅크는 상담사의 만족이 고객 만족으로 이어진다는 전사 차원의 철학을 세우는 등 상담사 복지를 위해서도 노력하고 있다고 전했다. 회사는 심리상담센터를 별도로 운영하는데, 여기서는 콜센터 업무를 담당하는 상담사들을 위한 케어 프로그램을 진행하고 있다. 또 소속감을 높이기 위한 프로모션을 자체적으로 운영해 상담사들이 회사에 대한 높은 로열티를 가질 수 있도록 지원한다는 설명이다. HD현대오일뱅크 측은 확실한 성과와 보상 차원에서 승진 기회도 열려 있다고 밝혔다.

주영민 HD현대오일뱅크 대표이사는 "고객 중심 원칙과 상담사에 대한 특별 지원을 통해 16년 연속 우수콜센터와 3년 연속 고객감동콜센터로 선정됐다"면서 "앞으로도 HD현대오일뱅크는 고객 경험 중심의 차별화된 상담 서비스를 제공하고 상담사 역량 강화와 고객 만족을 위해 최선을 다할 것"이라고 말했다.

AI 기술 도입해 고객, 상담사 만족도 높일 것

KIA


송호성 대표



기아가 한국능률협회컨설팅(KMAC)이 주관하는 '2024년 한국 산업의 서비스 품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 21년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

기아는 2022년부터 고객 중심 경영을 기업의 핵심 전략으로 채택하고 고객의 소리에 집중해 높은 수준의 고객 경험을 제공하기 위해 노력해온 결과라고 설명했다.

기아가 운영하는 콜센터의 핵심 전략은 맞춤형 응대와 감성 응대다. 기아는 특히 상담사들에게 감성 응대 화법을 체계적으로 교육해 상담원의 커뮤니케이션 능력을 강화하고 고객 만족도를 개선시켰다고 설명했다.

맞춤형 응대 개선의 일환으로 기아는 올해부터 '차세대 고객센터 시스템' 추진을 가속화할 계획이라고 밝혔다. 이 시스템은 콜센터의 상담 업무에 인공지능(AI) 기술을 도입하는 것이 핵심으로, 기존에 상담원이 필요했던 모든 과정을 AI 음성 인식 및 텍스트 분석 기술을 활용해 처리하는 게 목적이다.

고객으로서는 긴 대기 시간 없이 상담과 예약 서비스를 신속하게 이용할 수 있고, 상담원들은 복잡한 고객의 민원을 AI의 도움을 받아 빠르게 해결할 수 있게 될 것으로 기아는 기대하고 있다.

최근 기아가 글로벌사업관리본부 산하에 고객과 직접 소통하는 '오너십관리사업부' 설치해 고객 관리 조직을 대폭 강화했다.

지난 10여 년간 품질과 디자인, 성능을 대폭 끌어올린 데 힘입어 기아차를 산 고객이 크게 늘어난 만큼 이들을 재구매 고객으로 만들려면 사후서비스(AS)와 고객만족서비스(CS)를 강화해야 한다는 판단에서다.

또한 맞춤형 응대부터 AI도입까지 지속적인 콜센터 혁신과 발전을 통해 고객 중심의 서비스를 지속적으로 실천하고, 차별화된 콜센터 운영 리더십을 공고히 하겠다고 밝혔다.

고객 지향적 시스템 개선 통한 상담 품질 향상

NH농협손해보험


서국동 대표



NH농협손해보험이 운영하는 콜센터 '헤아림고객센터'가 한국능률협회컨설팅(KMAC)이 주관하는 '2024년 한국 산업의 서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 10년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

NH농협손해보험은 고객이 언제든 다양한 채널로 편리하게 이용할 수 있도록 고객센터의 접근성을 강화하고, 상시 적정한 규모의 숙련된 상담인력을 운영하여 높은 전화응대 수준을 유지, 고객 문의를 체계적으로 파악하여 지속적으로 응대체계를 효율화한것이 주효했다고 밝혔다.

헤아림고객센터는 비대면 고객서비스 향상을 위해 고객센터에 접근할 수 있는 채널을 보이는 ARS, 챗봇, 채팅상담 등으로 다양화 하고, 각 채널 어느 단계에서든 편리하게 전화상담이나 채팅상담을 이용할 수 있도록 제공하고 있다. 또한, 고객의 복잡한 문의 및 업무처리 요청 비중이 커지고 있다면서 고객이 자주 찾는 업무 중 콜센터에서 수행 가능한 업무를 지속적으로 발굴해 업무를 대폭 확대하였다고 밝혔다. 이 과정에서는 'RPA(Robotic Process Automation)' 시스템을 도입해 로봇을 활용해 업무처리 소요 시간을 대폭 단축했다는 설명이다.

상담 품질을 개선하는 데는 데이터 관리 기법을 적용했다. 헤아림고객센터는 고객 니즈 파악 및 해결 등 고객 관점의 핵심 항목 위주로 품질 평가 항목을 간소화했고, 각 항목에 대한 평가 적도를 표준화하는 작업을 이어왔다. 이를 통해 품질항목별·업무유형별 우수 비율과 결함 비율을 분석할 수 있었다. 결과적으로 우선순위 개선 과제를 도출하고 이를 통해 상담지식 정비, 상담사 역량 강화 및 교육을 추진했다는 설명이다.

헤아림고객센터는 상담사 업무환경 개선에도 투자를 지속해왔다. 2016년 손해보험업계 최초로 심리상담전문가가 상주하는 심리상담실과 방학 기간에는 가족 심리상담 프로그램도 운영한다.

상담품질 향상을 위해서 '스크린 레코딩' 시스템을 도입했다. 실시간으로 상담사의 전산 화면을 미러링하고, 코칭도 가능하다. 이 프로그램을 활용하면 신규 상담사가 업무에 정착하는 데 도움을 줄 뿐만 아니라 상담과정에 대한 정교한 품질평가와 향상 관리가 가능해질 것으로 NH농협손해보험은 기대하고 있다.

NH농협손해보험 관계자는 단순 문의, 정형화된 처리업무는 편리한 AI서비스를 구축하여 고객이 대기없이 직접 처리할 수 있는 환경을 제공, 다양한 채널에서 발생하는 비정형/예외사항 문의에 대해서는 옴니채널 기반 고객경험체계를 구축하여 채널전환시에도 단절없이 연속된 서비스를 제공해 나갈 것"이라고 말했다.



KSQI Korean Service Quality Index 한국산업의 서비스품질지수

한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)란?

콜센터 부문의 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)란 기업의 최종 가치 전달자인 콜센터의 서비스에 대해 고객이 지각한 서비스 품질을 평가하여 서비스 이행률의 관리 관점에서 산출된 지수입니다. KSQI는 가장 대표적인 비대면 접점인 콜센터의 서비스 품질을 향상시키고 나아가 한국산업의 서비스 풍토를 조성하여 서비스 경쟁력을 제고하고자 KMAC에서 시행하고 있으며, 매년 '한국의 우수콜센터'를 선정하고 있습니다.

대한민국의 서비스 경쟁력 – 2024 KSQI 한국의 우수콜센터

Since 2004~
21st Korean Service Quality Index
2004년 국내 최초로 발표하여 한국산업의 서비스 품질력을 높여온 KSQI.
대한민국 서비스 경쟁력 강화를 위해 노력하는 기업들에게 아낌 없이 격려합니다.



대한민국을 대표하는
친절한 마음씨
감동과 만족을 전합니다

언제나처럼 따뜻한 말 한마디로
마음을 웃음 짓게 하는 당신

친절한 마음에서 전해지는
세심한 배려와 감동적인 서비스가
우리에겐 늘 소중한 순간이 됩니다.

말로 전하는 따뜻한 마음과 진심
그리고 신뢰와 믿음

우리가 받은 건 서비스가 아니라
언제나 큰 만족과 감동이었습니다.

신한은행 | 시중은행 산업 |
신한라이프 | 생명보험 산업 |
삼성화재 | 손해보험(장기, 일반) 산업 |
삼성화재 | 손해보험(자동차) 산업 |
삼성증권 | 증권 산업 |
SAMSUNG 삼성전자서비스 | 가전서비스 산업 |
BC 비씨카드 | 신용카드 산업 |
NH농협손해보험 | 손해보험 산업 |
KIA | 자동차 산업 |
한화생명 | 생명보험 산업 |
kt | 초고속인터넷 산업 |
kt | 이동통신 산업 |
kakaobank | 인터넷전문은행 산업 |
NH농협은행 | 시중은행 산업 |
HD현대오일뱅크 | 정유 산업 |
SK telecom | 이동통신 산업 |
신한카드 | 신용카드 산업 |
KMAC

본 광고는 '2024 KSQI 한국의 우수콜센터'로 선정된 기업들이 공동으로 마련한 광고입니다.

고객경험을 최우선으로 하는 디지털 혁신

신한라이프


이영종 대표



신한라이프가 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서주관하는 '2024년 한국산업의서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 20년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

신한라이프는 서비스 품질 부문, 수신 여건, 맞이 인사, 상담 태도, 업무 처리, 종료 태도 등 모든 영역에서 높은 점수를 받아 전문성과 신뢰성을 갖춘 고객센터로 인정받았다.

신한라이프는 비대면 고객 접근성 및 편의성 제공에 노력하고 있다. 고령자 우선 연결 서비스를 지원하고 있으며, 청각·언어장애인 고객의 '손말이음센터 통신중계서비스'를 이용한 콜상담과 시각장애인 고객 전용 단축번호도 운영 중이다. 또 업무 상담 시 고객이 직접 처리 가능한 링크를 발송해 쉽고 편리한 일 처리를 돕고 있다.

신한라이프의 고객 음성봇 서비스 '보리'는 고객센터 대표번호로 전화해 원하는 서비스를 말로 하는 인공지능(AI) 기반 플랫폼으로 업무 혁신을 이끌고 있다. 고객이 말한 내용을 스스로 인지해 음성 안내와 최종 업무처리까지 한 번에 제공한다.

음성봇 서비스는 디지털 수용성이 높은 40대 이하 고객에게 제공되고 있으며 남성 고객에게는 여성 음성으로, 여성 고객에게는 남성 음성으로 안내가 구분돼 서비스 친밀도를 높이고 있다. 앞으로 음성봇 자체 처리 서비스 추가 개발과 문제점 분석을 통해 자체 종결률을 향상시켜 디지털 처리 서비스 고객경험을 고도화한다는 각오다.

신한라이프 관계자는 "항상 아껴주시고 응원해 주시는 고객님께 다시 한번 감사의 말씀을 드린다"며 "고객의 신뢰를 바탕으로 성장의 길을 넓혀 나갈 것이며, 고객경험을 최우선으로 차원 높은 서비스를 고민하고 새로운 기준이 되는 고객센터가 되도록 항상 고객 입장에서 생각하겠다"고 말했다.

AI 기반 고객 감동서비스 제공

삼성증권


박종문 대표



삼성증권이 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서주관하는 '2024년 한국산업의서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 16년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

삼성증권은 복잡하고 빠르게 변화하는 금융환경 하에서도 지속적이고 높은 품질의 상담 서비스를 제공하기 위해 노력해왔다.

상담원들은 변화하는 금융시장에 맞춰 새로운 금융지식 습득을 위해 다양한 교육을 받고 있다. 또 지속적인 모니터링을 통해 상담서비스의 질적인 향상을 꾀하고 있다. 지원파트는 상담원들이 고객 문의에 신속하고 정확하게 응대할 수 있도록 주기적으로 업무 절차를 개선·정비했고, 상담원들의 정서 및 마음 관리를 위한 다양한 프로그램을 제공 중이다.

비대면 고객 문의 증가를 맞아 신속한 대응을 위해 월별·시간별 분석을 통한 전화 배분, 추가 인력 채용, 인력 세분화 등을 추진해오고 있다. 고령화 시대에 발맞춰 지난 2월 연금 전담 상담팀을 신설했으며 일반 파트 응대율까지 향상되는 성과를 냈다.

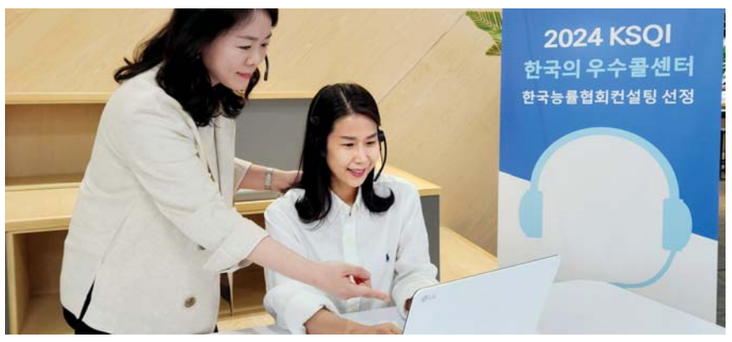
새로운 시스템 도입도 적극적이다. 2022년부터 음성의 문자 변환, 문자 분석을 기반으로 고객 문의에 대한 응답 표준 자동 제공 등에 성공해 상담 시간을 크게 단축했다. 아울러 고객 정보 통합 데이터 관리체계를 구축해 문의에 신속성을 더했으며, 대기고객 불편 해소를 위한 인공지능(AI) 콜봇 도입을 검토하고 있다.

삼성증권 관계자는 "최고로 인정받는 금융회사라는 경영철학을 바탕으로 AI 기반 디지털 서비스와 사람만이 줄 수 있는 고객 감동서비스를 제공할 것"이라며 "16년 연속으로 우수콜센터에 선정될 수 있었던 것은 고객의 신뢰와 지지 덕분이며, 앞으로도 항상 고객의 가치를 최우선으로 생각하며 최상의 서비스를 제공하기 위해 최선의 노력을 다할 것"이라고 말했다.

방문신청 후 24시간 내 연락받는 신속서비스

LX하우시스


한명호 대표



LX하우시스가 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서주관하는 '2024년 한국산업의서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 3년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

LX하우시스는 인테리어의 모든 단계에서 보다 신속하고 정확한 상담을 제공해 고객 신뢰와 감동을 극대화하기 위한 노력을 이어가고 있다. 콜센터 상담사를 대상으로 정기 교육을 시행해 상담 품질을 제고하는 것은 물론, 정보기술(IT) 상담 시스템을 보완해 보다 신속한 고객 대응에 나서고 있다. 특히 고객상담실 전화 연결을 통해 접수된 서비스 신청, 문의, 불만 건에 대해서 모두 대응한다는 원칙을 세우고 있다. 신청이 접수되면 서비스 엔지니어(SE)가 고객에게 24시간 내 연락해 방문 약속을 잡아 신속히 해결한다.

LX하우시스는 상담사의 전문 역량을 강화하고 있다. 콜센터 상담사들은 정기적인 인테리어 제품·시공·CS 관련 교육을 받고 있으며 인테리어 시공·보수 교육에 참가하는 것은 물론 SE와 함께 제품 이론과 적용 사례를 학습해 보다 정확한 상담을 제공한다.

기존 IT 시스템을 보완해 비대면 상담 서비스를 강화했다. 2022년부터 365일 24시간 가능한 챗봇 상담 서비스를 도입해 대리점·전시장 찾기, 방문 신청 및 부품 구입, 간편 해결 동영상 등을 지원하고 있다.

챗봇 상담은 안정적인 비대면 상담 체계로 자리 잡고 있다. 고객이 콜센터 연결 대신 챗봇으로 문의를 해결하는 비율이 도입 초기 대비 대폭 상승했으며, 지난 1분기 기준 챗봇을 통해 고객 문의를 해결한 건수는 일평균 150건을 돌파했다. LX하우시스는 챗봇 상담 시스템 개발을 전담하는 인력을 활용해 시스템을 지속적으로 개선할 계획이다.

LX하우시스 관계자는 "콜센터의 상담 역량을 높이는 것은 물론 IT 시스템을 보완해 더 신속하고 정확한 상담 서비스를 제공해 나갈 예정"이라고 말했다.

고객 중심 상담으로 차별화된 서비스 경험 선사

SAMSUNG 삼성전자서비스


송봉섭 대표



삼성전자서비스가 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서주관하는 '2024년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 15년 연속 우수콜센터 및 2년 연속 고객감동콜센터로 선정됐다.

삼성전자서비스는 올해 2월부터 업계 최초로 '주말 케어 센터'를 운영하고 있다. 기존 평일에만 받을 수 있던 휴대폰 점검 서비스를 주말(토요일 오후, 일요일)까지 확대하고 전국 주요 도시에 9개의 센터를 운영해 접근성도 높였다.

휴대폰 제품에 대해서는 24시간 365일 센터를 운영해 고객이 시간적 제약 없이 전화 및 채팅 상담을 받을 수 있도록 했다. 기존 챗봇 상담 서비스에 더해 야간·심야 고객 문의 대응 창구를 신설해 긴급 문의를 해결할 수 있도록 전화 및 채팅 상담도 24시간 지원하고 있다.

상담 품질과 직결되는 상담사의 전문 역량 강화에도 힘쓰고 있다. 상담사를 대상으로 '가전제품 수리 및 설치 서비스 현장 교육'을 실시하고 있다. 상담사들은 서비스 엔지니어와 동행하며 가전제품 분해, 조립, 수리는 물론, 고객 응대까지 모든 과정을 직접 경험할 수 있다. 현장 동행에 앞서 제품의 기능과 동작 원리, 주요 부품에 대한 이해 등 이론 교육을 선행하기 때문에 서비스품질의 평가 항목인 서비스 업무처리를 위한 전문 지식도 갖출 수 있게 된다.

삼성전자서비스는 상담사 권익 보호에도 앞장서고 있다. 고객 상담 중 상담사가 대응하기 어려운 상황이 발생하면 관리자가 직접 고객의 불편사항을 청취하고 신속 대응할 수 있도록 하고 있다. 또 매해 정기적으로 임직원 힐링 캠프를 운영해 업무 스트레스를 해소할 수 있도록 하며, 전문적인 심리 상담실로 회복 탄력성 증진도 돕고 있다.

삼성전자서비스는 앞으로도 고객 만족의 첫 관문인 상담에서부터 차별화된 서비스를 제공하고 삼성전자 제품을 언제 어디서나 편리하게 이용할 수 있도록 할 계획이다.



고객을 최우선 가치로 두고 기본에 충실

신한카드


문동권 대표

신한카드가 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서주관하는 '2024년 한국산업의서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 15년 연속 우수콜센터로 선정됐다.



신한카드 고객센터는 '함께 성장하는 고객센터'를 지향한다. 고객·상담사와 함께하며 고객에게는 최고의 가치를, 상담사에게는 신한카드 가족이라는 자부심을 주며 고객과 상담사 모두 신한카드와 함께 성장하는 센터를 구현하자는 의미다.

'고객과 함께하는 상담 시스템'을 위해서는 AI 빅데이터를 이용해 고객별로 자주 상담하는 메뉴를 분류하고 개인화하며 신한 SOL페이나 ARS를 통해 사전에 해결할 수 있도록 하고 있다. 인공지능(AI) 상담 음성봇을 통해 디지털에 익숙하지 않은 고객들도 문의를 해결할 수 있는 시스템도 구현했다. '상담사와 함께하는 고객센터'를 위해서는 '스마일플러스' 등 상담시스템을 새로 도입했다. 정보들을 데이터베이스화해 검색 시간을 줄이고 카드 추천, 콘텐츠 비교 보기 등 신기능으로 업무 효율을 높였다.

'상담사와 고객의 성장'을 위한 전략도 지속 추진 중이다. 감정 노동으로 지친 상담사들의 사기진작을 위해 다양한 프로그램을 운영하고 있다.

신한카드 고객센터는 금융소비자 보호를 적극 수행하며 ESG도 꾸준히 실천 중이다. 유선 전화로 카드 업무 상담이 어려운 청각·언어 장애 고객을 위해 수어 상담 서비스를 운영하고 있다. 모바일, 홈페이지, 씨토크(see talk) 전화기 등 3가지 채널을 운영하며 유선 전화 취약 계층의 고객 접근성을 높였다. 또 고연령 고객 상담을 전문으로 하는 '골드케어' 서비스도 운영하고 있다.

신한카드 고객센터는 앞으로도 디지털 상담 채널과 상담사 역량을 강화하고 상담사의 권익 증진과 금융소비자 보호에도 소홀함이 없도록 최선을 다할 예정이다.

디지털 전환으로 빠르고 편리한 업무처리 앞서

IBK기업은행


김성태 은행장

IBK기업은행이 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서주관하는 '2024년 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 18년 연속 우수콜센터로 선정됐다.



IBK기업은행 고객센터는 빠르고 편리한 업무처리를 최우선 과제로 삼아 수신 여건 강화, 상담품질 향상 노력, 디지털 전환 지속, 정책금융기관 역할 수행 등 고객만족을 높이기 위해 다양한 노력을 기울였다.

IBK고객센터는 비대면 전용 상품 증가로 전화 인입이 늘어나면서 수신 여건을 전문 상담파트, 일반 상담파트, 채팅·챗봇 상담파트로 다양화해 운영하고 있다. 이런 수신 여건 시스템 운영으로 IBK고객센터는 하루 평균 약 3만5000개 콜을 상담하며 평균 97%의 응대율을 유지하고 있다.

IBK고객센터는 상담직원의 업무역량 강화를 위해 전문 교육팀을 직접 운영하고 있다.

지속적인 디지털 전환에도 힘쓰고 있다. IBK고객센터는 국내 최초로 '음성본인확인서비스'를 도입해 목소리 인증만으로도 금융 업무 상담이 가능하다. 지난해 10월에는 AI음성봇 'IBK바로'를 출시해 AI음성봇이 자동으로 고객에게 전화를 걸고 각종 금융상품 만기 안내, 상품 가입 감사인사 등 약 8가지의 통지성 업무를 수행하고 있다.

IBK고객센터는정책금융기관으로서의 역할 수행에도 앞장서고 있다. 정부 주도 상품인 '아낌e 보금자리론', '청년 주택드림 청약통장' 등 정책 금융상품의 상담 지원을 강화했다.

특히 올해부터 정부에서 시행한 '비대면 금융사고 책임분담 기준' 제도에 동참하기 위해 전기통신 금융사기 상담팀을 확대 운영하고 있다. 보이스피싱 사전 예방을 위해 FDS시스템(이상금융거래탐지시스템) 내 아웃바운드 업무를 전담하며 보이스피싱 사전 예방에도 힘쓰고 있다. 고령층과 장애인 고객을 위한 어르신 우선상담 제도 운영과 화상·수화 상담팀도 지원하고 있다.

기업은행 관계자는 "앞으로도 대한민국 최고의 정책 금융기관으로서 고객의 니즈를 빠르고 정확하게 충족시키는 서비스를 제공하겠다"고 말했다.



세대별 맞춤 상담과 비대면 서비스 향상

삼성화재


이문화 사장

삼성화재가 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서 주관하는 '2024년 한국산업의서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 20년 연속 우수콜센터 및 3년 연속 고객감동콜센터로 선정됐다.

삼성화재 콜센터는 2022년 시니어 전담팀을 구성했다. 이어 올해는 MZ 전담팀을 신설했다. 세대별 맞춤상담을 위한 선택이다. 고객 계층별 패널 제도를 통해 도출된 제안 아이디어를 반영하며 콜 접점 서비스 경쟁력 강화를 위해 힘쓰고 있다. 삼성화재 콜센터는 또 최근 급격히 늘어나고 있는 보이스피싱 대응을 위해 보안 솔루션을 도입하고 대출 전담팀을 운영하고 있다. 단 한 건의 피해도 발생하지 않도록 하는 안심 서비스 제공을 위함이다.

코로나19 사태 이후 고객 문의가 급증하는 상황에서도 삼성화재 고객센터는 직원 모두가 균일하고 진정성 있는 상담을 위해 노력했다. '고객의 마음을 보면, 우리의 미래가 보인다'는 가치 아래 고객의 마음에 만족을 넘어 감동으로 보답하고자 하는 정신을 발휘한 덕이다.

삼성화재 콜센터는 비대면 고객 서비스 향상을 위해 MZ와 전문상담 위주 서비스 차별화를 추진하고 있다. 특히 집중하고 있는 것은 MZ 고객 맞춤상담과 손해사정(손사) 전문상담 강화다.

삼성화재 콜센터는 만 21~41세 MZ 고객에게는 문제 해결 중심으로 신속·간결한 상담을 진행한다. 두괄식 안내로 고객의 요구를 구체화하고, 계약 대출과 증명서 발급 등 단순 업무는 상담사 연결 없이도 24시간 편리하게 이용할 수 있도록 셀프 URL을 발송하고 있다. 또 고객이 어려워하는 손사상담을 보다 쉽고 원스톱으로 처리하기 위해 인(人)보험과 물(物)보험을 분리해 각각 전담팀을 운영 중이다.

삼성화재 콜센터는 고객상담 역량 제고에도 힘쓰고 있다. 삼성화재 콜센터에는 장기 근속 상담사들이 많다. 이에 삼성화재 콜센터는 이들의 직급과 연차별 특성을 고려한 성장프로그램을 재편했다. 또 고객 눈높이에서 상담하고자 RP교육과 집중 귀맞춤(Tuning the Ears)을 실시하고 있다.

삼성화재 콜센터는 디지털 ARS 활용도를 높이기 위해 메뉴 접근성을 강화하고 이용 편의성을 제고했다. 첫 화면에 검색 기능을 추가해 고객이 간편하게 원하는 서비스를 이용할 수 있게 했다. 또 쉬운 용어와 이미지로 퀵메뉴를 변경해 가시성을 높였다. 가상계좌 납입, 증명서 발급 등 셀프 메뉴를 대폭 확대하고 고객 맞춤형 메뉴를 상단에 제시해 신속한 업무처리도 지원한다.

상담사와 통화가 끝나면 상담 이력과 연계해 셀프 URL 알림톡이 실시간으로 자동 발송되는 기능도 구현했다. 고객은 디지털채널에서 추가 문의를 해결할 수 있다.

삼성화재 콜센터는 올해 '우리는 행복경험, 고객은 감동경험'이라는 슬로건 아래 상담사가 행복할 수 있는 근무환경을 조성하고자 한다. 이를 통해 고객에게 감동서비스를 제공하는 삼성화재 콜센터 구축이 최대 목표다.

삼성화재 콜센터는 상담사의 심리적 안정과 업무 스트레스 해소를 위한 심리 케어의 지속적인 관리를 중요시한다. 상담사는 보이지 않는 고객의 감정을 읽어야하기 때문이다. 직장과 가정이 어울릴 수 있는 연차 플렉시블 등 다양한 근무제도를 도입하고 현장 경영설명회와 행복동행 토론회 등 회사와의 자유로운 소통 채널을 신설하는 것 역시 올해의 중요한 과제로 삼고 있다.

삼성화재 콜센터는 급격히 변하고 있는 환경 속에서도 영원히 변하지 않는 것은 고객이라는 점을 최우선 가치로 정했다. 고객을 최우선으로 생각하는 감동 서비스를 위해 삼성화재 콜센터는 접점 채널과 업무 범위, 비즈니스 등의 테두리를 정하지 않고 고객이 필요한 것은 무엇이든 적시에 지원하는 '대체 불가 서비스'로의 진화를 위해 나아가고자 한다. 삼성화재 콜센터 관계자는 "늘 고객 입장에서 생각하며 함께 동행하고자 하는 진실한 마음으로 내일을 준비하겠다"고 말했다.

삼성화재 콜센터는 앞으로도 공감과 소통으로 감동적인 경험을 제공하고 고객의 동반자가 되기 위해 최선을 다하겠다는 계획이다. 보험료 납입, 보험금 청구, 계약 대출 등 서비스에서 고객이 불편을 느끼지 않게 계약관리 서비스를 원활히 제공하겠다는 방침이다.





AI와 사람의 조화로 혁신적이고 섬세한 상담

KT


김영섭 대표

KT가 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서주관하는 '2024년 한국산업의서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 13년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

KSQI 조사는 한국 산업과 고객 특성을 토대로 기업의 최종 가치 전달자인 비대면 접점의 서비스에 대한 고객 관점 품질 성과를 측정하는 조사다. KT고객센터는 이동통신과 초고속인터넷 부문에서 모두 우수콜센터로 선정됐다.

'AI 보이스봇'과 'AI 상담 어시스트'가 안정적으로 정착하면서, 상담사가 보다 섬세한 고객 관리에 집중할 수 있었던 결과로 분석된다.

KT는 국내 최대 규모의 고객센터를 운영하고 있다. KT는 다양한 정보기술(IT)과 초거대 인공지능(AI)의 결합을 적극적으로 시도하고 있다. 고객에게 최고의 서비스 경험을 제공하기 위함이다. AI 기술 결합을 통해 고객 응대 품질을 높이고 상담사의 업무 부담을 최소화하는 등 고객센터의 패러다임 변화를 끌어내려는 노력이다.

KT고객센터는 24시간 상담이 가능한 AI 보이스봇 '지니'를 활용해 빠르고 정확한 상담을 제공한다. 약 189종 업무에 1만2000개의 질의응답(FAQ) 시나리오를 세워 고객 문의사항이 있을 때마다 기다림 없이 즉각적인 응답을 보낸다. 지니가 처리하기 어려운 문제는 해당 분야의 전문 상담사로 연결해 응답하게 한다. 이를 통해 상담사는 좀 더 깊이 있는 서비스 제공에 전념할 수 있다.

또 'AI 상담 어시스트' 솔루션을 이용해 고객의 목소리(VOC)를 실시간으로 분석하고 최적의 답변을 추출한다. 상담사는 솔루션의 지원으로 VOC에 즉각적으로 대응하는 데 도움을 받는다. 이 솔루션은 상담 내역이 생기면 VOC를 자동으로 분류하고 요약함과 동시에 고객의 상담 이력을 관리한다.

'상담 어시스트 QA(Quality Assurance)' 솔루션은 상담품질평가 업무를 자동화한다. 여기에 통계·평가 보고 등 후속 관리까지 하며 상담사 업무 효율화에 기여하고 있다. KT는 여기에 초거대 AI 상담 요약을 적용해 상담사가 상담에 집중하게 돕는다. AI는 상담 내용을 정리·요약하며 고품질의 상담 서비스를 고객에게 제공하고자 노력하고 있다.

KT고객센터는 AI의 적극적인 지원 속에서 사람만이 줄 수 있는 차별화된 고객 경험 서비스에 집중하고 있다. 고객이 친절함을 느끼고 감동을 받는 경험은 결국 상담사를 통해서만 가능하다는 이유에서다. 이를 위해 KT고객센터는 공감·존중·배려·챙김·가치 등 5가지 테마로 직원과 고객의 마음을 연결하는 캠페인과 37개의 '마음이음 챌린지' 등을 진행하고 있다.

또 KT고객센터는 장애인 전담센터를 운영하고 있다. 전문 상담사 130여 명이 장애 유형에 따라 맞춤 서비스를 제공한다. 휴대폰 기종에 상관없는 수어 상담 서비스에 시각장애인은 상담사를 바로 연결하는 등 다양한 방식으로 사회적 책임을 실천하고 있다.

KT는 매년 고객이 이해하기 쉽도록 어려운 통신 상담용어를 재정비하고 KT 전 채널에서 활용하기 위해 '고객 지향 용어 개선 프로젝트'도 진행한다. 고객과 더욱 가까워지기 위해 상담 채널 다변화도 진행 중이다. 특히 고객의 이용도가 높은 챗봇을 통한 고객 경험 제고에 더 심혈을 기울이고 있다.

고객의 이해를 돕기 위한 고객만족(CS) 동영상을 제작해 상담한 고객에게 안내용으로 제공하고 다양한 채널에 제공하는 등 미디어를 활용한 고객 안내에도 신경 쓰고 있다.

내부 고객인 상담직원 케어도 빼먹지 않는다. KT고객센터는 상담직원 애로사항을 최우선으로 개선하기 위해 협업 프로세스와 상담직원 보호 프로그램을 운영하고 있다. '친절왕' 제도 등 우수 직원을 격려하고 우수 사례를 퍼뜨리기 위한 활동도 이뤄지고 있다.

이병무 KT 고객경험혁신본부장(상무)은 "KT는 대한민국 최고의 고객센터라는 자부심을 가지고, AI 기반의 혁신적인 서비스와 사람만이 줄 수 있는 섬세하고 심도 있는 상담 서비스를 통해 차별화된 고객 경험과 삶의 변화를 주도해나갈 것"이라고 말했다.

미래지향적 고객센터 구축으로 고객가치 높여

BC카드


최원석 대표

BC카드가 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서주관하는 '2024년 한국산업의서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 14년 연속 우수콜센터로 선정됐다.

BC카드는 2019년부터 고객센터의 음성분석 시스템을 고객의 상담 내용을 실시간으로 분석하고 고객의 목소리에 신속하게 대응하는 데 활용했다. 상담유형 자동분류, 상담콜 자동평가 방식도 도입해 개별 상담사에 대한 상담 기술 개선과 맞춤형 코칭에도 활용했다.

2022년에는 디지털 ARS 서비스를 통해 개인 고객과 가맹점 고객을 대상으로 나의 맞춤 메뉴 서비스 등 고객이 궁금해하는 내용을 선제적으로 보여주는 24시간 상담 서비스를 제공한다.



향후 법인 고객과 개인사업자들을 위한 디지털 ARS 서비스도 준비하고 있다. 지난해 AICC(인공지능고객센터)를 추진하는 일환으로 챗봇 상담 서비스도 선보였다.

BC카드는 내년을 기점으로 KT그룹의 인공지능정보통신기술(AICT)을 이용해 미래지향적인 고객상담센터로 전면 재구축을 준비 중이다.

BC카드는 상담사들이 상담 중 체득한 고객의 목소리를 서비스나 제도 개선에 반영할 수 있는 '상담사 현장 제안제도'도 운영하고 있다. 상담사들이 제안한 내용은 내부 업무 전문가들이 평가한 후 포상해 동기를 부여한다. BC카드는 '나의 제안이 실제로 반영돼 업무가 개선될 수 있다'는 참여의식을 고취시켜 개방적이고 자율적인 상담 조직 문화를 만들어가고자 한다.

BC카드 고객상담센터는 고객에게는 신속하고 편리한 서비스를, 고객사에는 서비스 가치를 극대화하겠다는 계획이다. BC카드 관계자는 "상담사들에게는 역량을 개발할 수 있는 보람된 일터를 제공하기 위해 최선의 노력을 다할 것"이라고 밝혔다.

차별화된 AI 기술로 상담 서비스 혁신

HYOSUNG ITX


남경환 대표

효성ITX가 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서주관하는 '2024년 한국산업의서비스품질지수(KSQI)' 콜센터 부문에서 우수 BPO로 선정됐다.

효성ITX는 빅데이터와 인공지능(AI)을 결합한 '익스트림솔루션'을 출범해 운영 중이다. 익스트림솔루션은 AI 기술과의 결합을 통해 고객 응대에 최적화되도록 설계된 지능형 서비스다. 실시간으로 필요한 지식과 분류를 추천하고 필수 스크립트를 자동으로 안내하는 알림 서비스를 통해 상담사의 업무를 지원하는 용도다.

효성ITX는 2017년부터 연구개발(R&D)센터를 주축으로 AI 기술을 내재화했다. 상담사와 고객 모두를 만족시킬 수 있는 상담 솔루션을 개발하는 것을 목표로 했다.



그 결과 음성인식(STT)과 텍스트 분석(TA)에 기반한 고객의 목소리(VOC) 솔루션을 개발했다. 이를 시작으로 상담 업무에 특화된 KMS와 고객 만족도 향상을 위한 QMS를 자체 개발해 현재 운영하고 있다.

효성ITX의 익스트림솔루션을 도입한 여러 기업들은 이미 상담 품질 향상과 상담 편의성 개선 효과를 톡톡히 보고 있다고 말한다. 상담사들의 정책 내용 숙지 부담이 줄어든 것이 대표적이다. 기존에는 급변하는 프로모션과 정책의 내용을 상담사들이 매번 스스로 숙지한 뒤 고객에게 안내하는 것이 일반적이었다.

효성ITX의 KMS는 고객의 질문에 맞는 지식을 실시간으로 추천하면서 정책 변경 미숙지로 잘못된 정보를 안내할 가능성을 줄여준다. 상담 품질 향상은 물론, 상담원들이 변경된 정책을 일일이 외워야 하는 부담도 줄면서 업무 환경 개선을 도왔다는 것이 효성ITX 측의 설명이다.

효성ITX 관계자는 "AI 기반 솔루션의 중요성이 날로 커지고 있다"며 "효성ITX도 AI 기술을 적극적으로 활용해 업무 효율성 증대와 정확도 향상에 기여하겠다"고 말했다.

