

 KCSI=한국산업의 산업별 상품, 서비스에 대한 고객의 만족 정도를 나타내는 지수다. 미래의 질적인 성장을 보여주는 대표적 지표다. KCSI는 KMAC가 1992년 한국산업의 특성을 고려해 개발한 것으로 국내에서 가장 오랜 역사와 공신력을 인정받고 있다. 경제성장의 양적 성장을 평가하는 GNP·GDP 등 생산성 지표와는 달리 국가산업 경제의 질적 성장을 평가한다.

고객 니즈에 민첩하게 대응한 기업들 꾸준히 만족도 선두 유지

올해로 30년째 맞은 KCSI 조사결과 분석

10회 이상 1위 기업 배출  
제조업 비중 60%로 높아  
현대차 28회 1위로 최다

KCSI(한국산업의 고객만족도)를 기반으로 한 고객만족경영에 대한 투자가 단순한 비용 지출이 아닌 기업의 성장과 직결된다는 것은 입증된 사실이다.

KCSI 조사가 벌써 올해로 30년째를 맞았다. 10회 이상 1위 기업이 배출된 60개 산업 중 소비자재(16개)와 내구재(14개) 등 제조업이 총 30개 산업으로 집계됐다. 공공서비스를 포함한 서비스업도 30개 산업으로 나타났다.

10회 이상에서는 제조업의 비중이 다소 높았다(60%). 10회 미만에서는 서비스업의 비중이 높았다(46%). 즉 제조업에서 장수

1위 산업이 보다 더 많았다. 서비스업에서 고객만족 경쟁이 훨씬 더 치열했다.

제조업은 세계 일류 수준의 기술력을 갖춘 기업들이 오랫동안 1위를 유지하며 KCSI를 선도했다. 반면 주로 국내 활동이 큰 비중을 차지하는 서비스업에서는 자주 1위가 변동되며 특정 기업의 독보적 선두 유지가 어려운 것으로 나타나 서비스 업종에서 소비자의 니즈를 맞추는 것이 얼마나 어려운지 방증했다.

올해 산업별 결과를 살펴보면, 현대자동차(내구재·28회), 에버랜드(서비스·27회), 라이온코리아(소비재·26회) 등으로 내구재·서비스·소비재를 대표하는 기업

으로 나타났다. 25회에는 금강(제화), 삼성전자(휴대폰), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이, 24회는 삼성전자(PC 및 TV), SK텔레콤(이동전화) 등이 뒤를 이었다.

23회는 삼성생명(생명보험), 아시아나항공(항공), KT(시내/시외전화), 우정사업본부(공공서비스), hy(유산균발효유) 등이, 22회는 SK에너지(주유소), 신영와코루(여성내의), GS리테일(편의점), 라이온코리아(주방세제) 등이, 21회는 동원F&B(참치캔), 한국후지필름비즈니스이노베이션(사무용복합기), 쿠쿠전자(전기밥솥) 등 4개 기업이 다수 1위를 기록했다. 20회는 삼

성서울병원(종합병원), 유한킴벌리(화장지)가 차지했다.

산업별로 1위 경쟁이 치열한 산업도 확인됐다. 서비스 대표 업종인 백화점은 현대 13회, 롯데 10회, 신세계 6회로 경쟁률이 높았다. 또한 외식프랜차이즈에서도 제과제빵점(파리바게뜨 13회, 푸레쥬르 9회), 피자전문점(도미노피자 7회, 미스터피자 7회, 피자헛 7회), 패스트푸드점(롯데리아 9회, 버거킹 8회, KFC 4회), 택배(CJ대한통운 12회, 우체국소포 10회) 등에서 접전을 펼쳤다.

내구재의 경우 생활가전 산업에서 삼성전자와 다른 기업과 경쟁이 매우 치열한 것으로 조사됐다. 특히 에어컨(LG 13회, 삼성

10회), 김치냉장고(삼성 11회, 위니아딥채 10회) 산업의 경쟁 강도가 높았다. 이 외에도 부엌가구(한샘 13회, 에넥스 9회), 타이어(금호 18회, 한국 6회), 정수기(코웨이 18회, 청호나이스 7회) 등 산업도 선두다툼이 거셌다.

이상윤 KMAC 기업가치진단본부 본부장은 “KCSI 장수기업들은 시장 환경에 맞게 고객의 니즈를 읽고 민첩하게 대응한 것으로 나타났다”며 “특히 고객의 소리(VOC)와 관련 데이터 수집 방법으로 통합적인 고객 경험을 이해하고 전달하는 기업만이 경쟁에서 살아남을 수 있을 것”이라고 강조했다. **송덕순 중앙일보M&P 기자** [song.deoksoon@joongang.co.kr](mailto:song.deoksoon@joongang.co.kr)



| 한국산업의 고객만족도(KCSI) 5회 이상 1위 기업 (2021년 1위 기업 기준) |               |       |             |                             |       |
|------------------------------------------------|---------------|-------|-------------|-----------------------------|-------|
| 산업명                                            | 1위 기업         | 1위 횟수 | 산업명         | 1위 기업                       | 1위 횟수 |
| 일반승용차                                          | 현대자동차         | 28회   | 사무용복합기(복사기) | 한국후지필름비즈니스이노베이션(구, 한국후지제록스) | 21회   |
| 종합레저시설                                         | 에버랜드          | 27회   | 참치캔         | 동원F&B(동원참치)                 |       |
| 세탁세제                                           | 라이온코리아        | 26회   | 화장지         | 유한킴벌리                       | 20회   |
| 대형서점                                           | 교보문고          |       | 종합병원        | 삼성서울병원                      |       |
| 휴대폰(스마트폰)                                      | 삼성전자          | 25회   | 세탁기         | 삼성전자                        | 19회   |
| 자동차보험                                          | 삼성화재          |       | 검색포털사이트     | Naver(네이버)                  |       |
| 제화                                             | 금강제화          |       | RV승용차       | 현대자동차                       |       |
| 이동전화                                           | SK텔레콤         |       | 승용차타이어      | 금호타이어                       | 18회   |
| TV                                             | 삼성전자          | 24회   | 은행          | 신한은행                        |       |
| PC                                             | 삼성전자          |       | 정수기         | 코웨이                         |       |
| 공공서비스                                          | 우정사업본부(우편)    |       | 냉장고         | 삼성전자                        |       |
| 시내·시외전화                                        | KT            |       | 식용유         | 사조대림(해표)                    | 17회   |
| 유산균발효유                                         | hy(구, 한국야쿠르트) | 23회   | 여성용기초화장품    | 아모레퍼시픽                      |       |
| 생명보험                                           | 삼성생명          |       | 아이스크림       | 빙그레                         |       |
| 항공                                             | 아시아나항공        |       | 우유          | 서울우유                        | 16회   |
| 여성내의                                           | 신영와코루(비너스)    |       | 음료          | 동아오츠카                       |       |
| 편의점                                            | GS25          | 22회   | 증권          | 삼성증권                        |       |
| 주방세제                                           | 라이온코리아        |       | 담배          | 한국필립모리스(말보로)                | 15회   |
| 주유소                                            | SK에너지(SK주유소)  |       | 신용카드        | 삼성카드                        |       |
| 전기밥솥                                           | 쿠쿠전자          | 21회   |             |                             |       |
|                                                |               |       | 영화관         | 롯데시네마                       | 14회   |
|                                                |               |       | 오픈마켓        | 11번가                        |       |
|                                                |               |       | 인터넷서점       | YES24                       |       |
|                                                |               |       | 생리대         | 유한킴벌리                       |       |
|                                                |               |       | 제과·제빵점      | 파리크라상(파리바게뜨)                | 13회   |
|                                                |               |       | 소주          | 금복주                         |       |
|                                                |               |       | 부엌가구        | 한샘                          |       |
|                                                |               |       | 백화점         | 현대백화점                       |       |
|                                                |               |       | 인터넷전화       | KT                          |       |
|                                                |               |       | 커피전문점       | 엔제리너스                       | 12회   |
|                                                |               |       | 콘도미니엄       | 한화리조트                       |       |
|                                                |               |       | 전자제품전문점     | 삼성디지털프라자                    |       |
|                                                |               |       | 김치냉장고       | 삼성전자                        | 11회   |
|                                                |               |       | 장기보험        | 삼성화재                        |       |
|                                                |               |       | 신용카드        | 신한카드                        |       |
|                                                |               |       | 치약          | LG생활건강                      |       |
|                                                |               |       | 워터파크        | 캐리비안 베이                     | 10회   |
|                                                |               |       | 에어컨         | 삼성전자                        |       |
|                                                |               |       | 종합병원        | 서울아산병원                      |       |
|                                                |               |       | 체크카드        | KB국민카드                      |       |
|                                                |               |       | 택배          | 우체국소포                       | 10회   |
|                                                |               |       | 패스트푸드점      | 롯데리아                        |       |
|                                                |               |       | 홍삼가공식품      | 한국인삼공사(정관장)                 | 9회    |
|                                                |               |       | 보일러         | 경동나비엔                       |       |
|                                                |               |       | 대형마트        | 롯데마트                        |       |
|                                                |               |       | 저비용항공       | 에어부산                        | 8회    |
|                                                |               |       | 국제전화        | SK텔레콤(00700)                |       |
|                                                |               |       | 피자전문점       | 도미노피자                       |       |
|                                                |               |       | 무인경비        | 에스원                         | 7회    |
|                                                |               |       | 경형승용차       | 한국지엠                        |       |
|                                                |               |       | 과자          | 롯데제과                        |       |
|                                                |               |       | 렌터카         | 롯데렌터카                       |       |
|                                                |               |       | 블랙박스        | 팅크웨어(아이나비)                  |       |
|                                                |               |       | 가정용가구       | 한샘                          | 6회    |
|                                                |               |       | 지하철         | 부산교통공사                      |       |
|                                                |               |       | 맥주          | OB맥주(카스포함)                  |       |
|                                                |               |       | 초고속인터넷      | SK브로드밴드                     |       |
|                                                |               |       | TV홈쇼핑       | 롯데홈쇼핑                       |       |
|                                                |               |       | 가정용복합기(프린터) | 캐논코리아비즈니스솔루션                | 5회    |
|                                                |               |       | IPTV        | SK브로드밴드                     |       |

※ 자세한 조사결과와 KMAC 홈페이지(www.kmac.co.kr)를 통해 확인할 수 있습니다.

41.9점 → 80.7점 ... 30년 만에 80점대 돌파

(1992년) (2021년)

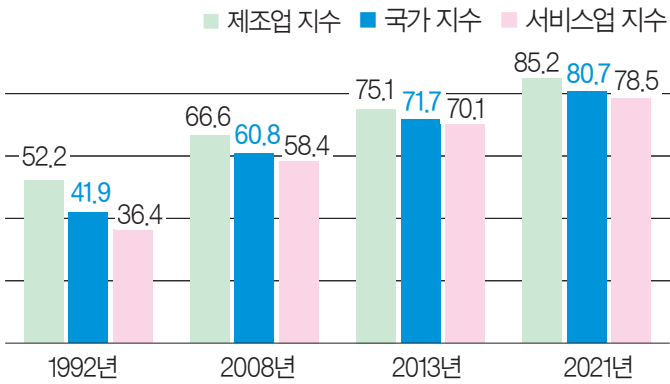
KCSI 역대추이

지난 30년간 국내 산업 및 기업이 고객을 만족시킨 수준은 얼마나 향상됐을까?

1992년 최초로 고객만족도를 발표했을 당시 점수는 100점 만점에 41.9점에 불과했다. 50점을 밑돌 정도로 고객들의 절반 이상이 국내 산업의 고객만족도 수준에 불만을 표시했다. 기업의 대응은 부족했고 공급자 위주의 시장 마인드가 지배적이었다. 이러한 시기에 한국능률협회컨설팅에서 KCSI를 조사하고 언론에 발표한 것은 전체 산업계에 놀라움으로 다가왔으며, 모든 기업으로부터 호의적인 반응을 얻지는 못했다.

하지만 모델이 정착되고 발표 기업수가 증가하기 시작한 1996~1997년 무렵부터는 등락을 거듭하긴 했지만, 안정적으

산업별 KCSI 변화 추이(단위: 점수)



로 지수가 증가했다. 2003년도에는 KCSI가 50점을 돌파했고, 2008년에는 60점, 2013년에는 70점을 초과하며 올해 KCSI 국가 지수는 80.7점을 기록했다.

지수 상에 나타난 또 하나의 특징은 제조업의 지수가 서비스업보다 항상 높다는 것이다. 즉 가전·자동차·디지털제품 등 국내 제조업의 수준이 세계적인 기업과 경쟁하며 인정받고 있어 고객

의 만족수준도 높다는 분석이다. 최근 코로나19 사태로 산업 전반에서 어려움을 겪고 있다. 그 런데도 각 기업이 가속화된 비대면 환경에 잘 대응했던 것으로 풀이된다. 앞으로도 차별적인 고객경험을 제공할 수 있는 상품 및 서비스 개발에 매진해 계속 높아져 가는 고객의 기대에 부응해야 할 것이다.

송덕순 중앙일보M&P 기자

변화의 시대, 고객 경험의 관점을 전환하라

KCSI 향상 위한 전문가 제언

최근 코로나19로 인한 비대면 경제의 활성화로 고객들은 온라인과 오프라인을 넘나들며 O2O·O4O를 경험하고 있으며, 제조업체와 소비자가 직접 거래하는 D2C 또한 주목받는 등 온·오프 융합생태계가 구축되고 있다.

또한 밀레니얼 세대가 주도권을 넘겨받기 시작하는 밀레니얼 모멘트의 시대가 되었으며, 전 세계 인구의 4분의 1 수준인 18억이라는 거대한 규모 바탕의 구매력으로 소비 주체로 성장할 전망이다.

밀레니얼 세대는 전자기기, 모바일과 SNS 등 IT 환경에 익숙한 디지털 네이티브로서 온라인을 중요시함과 동시에, 오프라인의 아날로그적 가치 경험 또한

선호해 온라인과 오프라인을 넘나드는 크로스오버 소비 행태를 보인다. 온라인과 오프라인을 넘나드는 고객을 파악하기 위해서는 완전한 ‘경험’ 관점에서의 전환을 통해 새로운 방향으로 고객에게 접근할 필요가 있다.

‘고객의 소리(VOC)’는 기업 경영의 근본이자 고객만족 경영의 기반이다. 시대가 바뀌어도 VOC에 대한 중요성은 날로 높아지고 있어, 더욱 능동적인 대응이 요구되는 시점이다. 디지털 변혁기에 중요도가 높아진 ‘빅데이터(Big Data)’도 VOC 관점에서 판단해 각종 채널에서 표출되는 고객의 입소문(Buzz)까지도 ‘고객의 소리’ 범위에 포함시켜 이를 적극적으로 수집해서 분석하는 등 활용도를 더욱 높여야 할 것이다.

디지털 전환과 비대면 시대에

는 고객과 시장 변화에 따라 기존의 고객 음성 중심의 불만 처리와 개선을 넘어, 음성의 범위를 보다 확대해 다양한 형태로 표출되는 고객의 직간접적 활동과 관련된 광범위한 데이터 수집과 분석 및 관리 방안 구축을 통해 향후 고객 행동 예측까지 추진해야 할 것이다.

디지털 시대일수록 혁신은 기술이나 제품에서 비롯되는 것이 아니라, 고객 관점에서 고객 경험을 관리하는데 더 초점이 맞춰져야 한다. 특히 충성 고객의 기대와 니즈를 파악해 기업의 수익을 높이고 리스크를 줄이는 한편, 고객 충성도를 높여 궁극적으로 기업의 제품과 서비스를 열광하게 하는 팬덤이 구축될 수 있도록 적극적인 고민과 노력이 필요하다.

이상윤 KMAC 기업가치진단본부 본부장

## 콜센터 재택근무 등 사회안전망 구축 참여

### 이동전화 부문



SK텔레콤(대표 박정호·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산업의 고

객만족도 조사에서 이동전화 부문 1위를 차지했다.

SK텔레콤은 지난 7월 메타버스 플랫폼 '이프랜드'를 출시했다. 고객이 설정한 슷품 영상을 전화를 건 상대방에게 통화 연결 시까지 보여주는 컬러링 서비스 'V컬러링'을 선보이기도 했다.

또 아마존·구글 등 글로벌 사업자부터 국내 스타트업까지 다



SK텔레콤은 요금 납부 시 종이로 발행하던 영수증을 모바일로 대체했다.

양한 파트너와 함께 만든 구독 상품 'T우주'를 8월 론칭했다. 통화업 T전화에 AI 기반 1:1 챗봇 기능을 추가해 고객 상담 채널을 확대했다.

SK텔레콤은 지난해 코로나 19가 확산하자 ICT 기술 역량을 기반으로 콜센터에 재택근무를 도입했을 뿐 아니라 사회안전망 구축에도 참여하고 있다.

NUGU 케어콜을 통한 코로나 19 증상 발현 모니터링 시스템을 구축해 4월 말 현재 보건소 등 관련 기관의 자가격리·능동감시자 업무를 85%까지 경감시켰다.

또 지난달부터 고객이 대리점과 지점에서 요금 납부 시 종이로 발행하던 영수증을 모바일로 대체했다.

김승수 중앙일보M&P 기자

## ‘머핀 멤버십’으로 변경해 서비스 혜택 높여

### 주유소 부문



SK에너지가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산업의 고객만족도 조사에서 주유소 부문 1위에 올랐다.

SK에너지는 하루 84만 배럴의 원유 정제 능력을 보유한 울산 Complex에서 생산된 석유 제품을 국내 공급 및 해외 수출한다. SK주유소 방문 고객이 브랜드를 체험하고 만족을 느낄 수 있도록 머핀(Muffin) 멤버십 서비스, 3천·5천 포인트 특권 등 다양한 이벤트와 높은 혜택을 제공하는 제휴할인카드 출시 등 다양한 마케팅 활동을 시행하고 있다.



SK에너지는 23년간 운영해온 엔크린 멤버십을 ‘머핀 멤버십’으로 변경했다.

SK에너지는 엔크린 멤버십(엔크린보너스카드)을 ‘머핀 멤버십’으로 변경해 7월 26일부터 주유 고객에게 새로운 머핀 포인트를 적립해준다. 포인트는 리터당 2원으로 기존보다 30% 높은 적립률로 서비스 혜택을 높였다. 현재 오픈 베타 서비스 중인 머핀 애플리케이션은 SK에너지가 운영하는 종합 차량관리 서비

스로 SK주유소 이용 예약 및 결제가 가능하고, 제휴사를 통해 다양한 서비스를 이용할 수 있다. 또 많은 종류의 신용카드·체크카드를 발급해 다양한 주유 할인 서비스를 제공한다. 고객이 실질적 혜택을 받도록 주유 할인 카드의 이용조건을 최소화했다. 김승수 중앙일보M&P 기자 kim.seungsoo@joongang.co.kr

## 금융소비자보호 오피서·옴부즈맨 운용

### 은행 부문



신한은행



신한은행(은행장 진옥동·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 은행 부문 1위에 올랐다.

신한은행은 국내 금융권 최초로 ‘고객만족경영’을 도입하고 차별적 서비스를 제공해왔다. 올해도 디지털 혁신과 고객 보호를 강화하며 ‘함께하는 성장’에 힘을 쏟는다. 특히 신한금융그룹의 3대 ESG전략인 ▶친환경 ▶상생 ▶신뢰와 5대 임팩



신한은행은 디지털 채널 기반의 비대면 영업점 ‘디지털영업부’를 신설했다.

트 과제인 ▶제로 카본 드라이브(Zero Carbon drive) ▶트리플-K 프로젝트(혁신금융) ▶Hope Together SFG(희망사회) ▶사회 다양성 추구 ▶금융 소비자 보호를 통해 ESG경영을 선도하고 있다.

신한은행은 각종 제도와 시스템을 고객 관점에서 재설계하고 있다. 고객 보호 ‘컨트롤 타워’

역할을 하는 ‘소비자보호그룹’은 금융소비자보호법 조기정착을 위한 현장지원을 강화하고, 금융소비자보호 오피서·옴부즈맨 제도를 운용 중이다. ‘Anti-피싱 플랫폼 2.0’을 이행하고, 모니터링 시스템도 대폭 업그레이드해 보이스피싱 범죄로부터 고객의 소중한 자산을 보호하고 있다. 김재학 중앙일보M&P 기자

## 상시 모니터링으로 고객 민원 대응 강화

### 신용카드 부문



신한카드



신한카드(대표 임영진·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 신용카드 부문 1위에 올랐다.

신한카드는 소비자권의 보호를 위해 소비자의 의견을 적극적으로 수렴하고, 이를 경영 전반에 반영하여 1등 카드사만의 차별화된 상품과 서비스를 제공하고 있다. 올해는 금융소비자의 권익 보호를 위해 CCO 주관 총 21명의 임원·



신한카드는 모니터링 자동화 체계를 구축, 실시간 고객 민원을 대응한다.

부서장으로 상시 구성된 금융소비자보호 긴급 대응 협의체 ‘SIREN(Shinhancard Issue Response & Execution NetworK)’을 구축했다.

SIREN은 상시 모니터링을 통해 금융소비자의 불만을 사전 분석하며, 이슈 발생 시 즉시 가동할 수 있는 체계를 말한다. 이슈 발생 24시간 내 발생원인 및

경과를 상세 분석하고, 제도 개선안을 도출해 필요 시 선조치를 진행한다. 또한 유사 민원 재발 방지를 위해 금융소비자보호 협의체에 상정해 제도 개선 진척 관리 및 소비자 영향 추가 검증 등을 통해 소비자 보호 대응체계도 강화하고 있다.

김재학 중앙일보M&P 기자 kim.jaihak@joongang.co.kr

## 국내 최초 ‘CAR T-세포치료센터’ 오픈

### 종합병원 부문

삼성서울병원

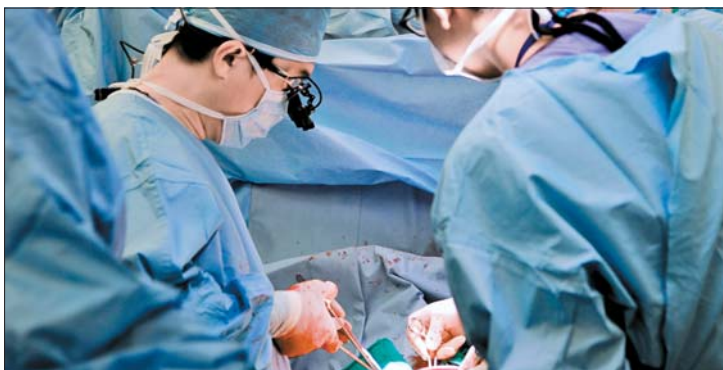


삼성서울병원(원장 박승우·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 종합병원 부문 1위에 올랐다.

대한민국 의료계에 환자 중심 가치를 처음으로 도입한 삼성서울병원은 ‘함께하는 진료, 함께하는 행복’이라는 슬로건 아래 환자의 삶의 질 향상을 위한 혁신을 지속하고 있다.

삼성서울병원은 국내 최초



삼성서울병원은 환자의 삶의 질 향상을 위해 혁신을 지속하고 있다.

로 키메라 항원 수용체 T세포(CAR T-cell) 치료를 전문으로 하는 CAR T-세포치료센터를 오픈했다. 또한 암병원 부인암센터는 아시아 최초로 유럽부인종양학회로부터 ‘진행성 난소암 수술 전문 기관’ 인증을 취득했다.

한편 삼성서울병원은 첨단 지

능형 병원으로 도약하기 위해 7대 혁신 과제를 추진하고 있다. 이 중 스마트 물류혁신 과제가 스마트병원 지원사업에 선정됐다. 특히 비대면 서비스를 확대하고, 환자 불편 감소를 위한 지속적인 혁신도 추진하고 있다.

송덕순 중앙일보M&P 기자 song.deoksoon@joongang.co.kr

## 최고의 품질 위해 100% 계약재배만 고집

### 홍삼가공식품 부문

KGC인삼공사



한국인삼공사(대표 김재수·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 홍삼가공식품 부문 1위에 올랐다.

KGC인삼공사는 국내 홍삼 시장에서 약 70%의 압도적인 시장 점유율을 유지하고 있으며, 정관장은 명실상부한 홍삼 대표 브랜드로 자리매김했다. 이처럼 KGC인삼공사가 고객들로부터 꾸준히 사랑받은 이유는 고품질



KGC인삼공사는 국내 홍삼시장에서 압도적인 점유율을 유지하고 있다.

경영에서 찾아볼 수 있다. KGC인삼공사는 높은 품질의 제품을 공급하기 위해 원료·생산·유통·판매 전 단계마다 심혈을 기울이고 있다. 최고의 품질을 위해 100% 계약재배만을 고집하며 체계적 경작관리 시스템으로 청정 원료삼을 생산하고 식품이력추적관리 등 엄격한 품

질관리시스템으로 제품의 안전성을 확보하고 있다. 세계 최대 규모의 홍삼제조 시설인 고려인삼창은 GMP와 HACCP 인증은 물론 FSSC 22000까지 획득함으로써 제품 출하까지 식품 안전에 만전을 다하고 있다.

송덕순 중앙일보M&P 기자

# 전기차·고성능 SUV·MPV ... 다양한 신차 출시로 고객 호응 얻어

〈다목적 차량〉

## 일반승용차/RV승용차 부문



현대자동차 (국내사업본부장 부사장 유원하·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산업의 고객만족도 조사에서 일반승용차 부문과 RV승용차 부문 1위를 차지했다.

현대자동차는 올해 초 ‘고객의 시간을 가치 있게’라는 새로운 CS철학을 선포하고 ‘고객 중심 경영’을 경영 추진 방향으로 정립했다. 또 코로나19 시대에 고객의 안전을 최우선으로 하면

서 고객과의 소통을 이어가기 위해 비대면 서비스를 강화하고 있다. 지난해 시도한 무인 매장(송파대로 지점)에 이어 올해 28곳의 드라이브라운지를 운영, 비대면으로 시승의 A부터 Z까지 경험할 수 있게 했다. 온라인 기반의 자동차 생활 환경을 지원하는 myhyundai(마이현대) 앱은 멤버십 서비스와 기능을 확대하고 있다. 경형 SUV ‘캐스퍼’는 온라인 판매 방식을 적용했다.

아울러 전기차와 수소전기차에 관한 정보를 차량 보유 고객부터 가망 고객에게까지 지속해서 전달하고, ‘IONIQ The Unique’ 같은 전용 멤버십 서비스를 론칭했다. 친환경차량 보급을 위한 충전 인프라도 확대하고 있다. 또 사회공헌 프로그램으로 ‘운전결심’ 앱을 통해 합



현대차는 다양한 신차를 선보여 고객의 호응을 얻고 있다. 지난 4월에는 MPV ‘스타리아’와 ‘스타리아 라운지’를 출시했다.

법적인 운전학원을 연계하고 건 강한 교통문화를 구축하기 위해 노력한다.

현대차는 다양한 신차를 출시해 호응을 얻고 있다. 전기차 전용 플랫폼(E-GMP)을 적용한 아이오닉5를 지난 4월 선보였다.

제네시스 브랜드는 전기차 ‘G80 전동화 모델’을 지난 7월 출시했다. 내연기관 모델 파생 전기차로 고급 편의사양에 뛰어난 동력성과 전기차 특화 신기술을 적용한 렉서리 대형 전기 세단이다. 또 일상과 서킷주행을 아우르

는 고성능 SUV 모델 코나 N과 고성능 세단 모델 아반떼 N을 선보였다. 코나 N은 N 브랜드 라인업에 SUV의 실용성을 갖춘 모델을 더해 고객의 선택 폭을 넓혔다. 아반떼 N은 ‘올 뉴 아반떼’의 고성능 모델로 기본차가 지닌

스포츠한 면모에 강인하고 역동적인 주행 감성을 조화롭게 갖춰냈다. 지난 4월에는 미래지향적 외관 디자인과 극대화된 개방감 및 넉넉하고 안락한 실내 공간성을 갖춘 MPV(다목적 차량) ‘스타리아’와 고급 모델 ‘스타리아 라운지’를 출시했다.

현대차는 쏘나타와 그랜저의 연식 변경 모델을 출시했다. 한층 감각적이고 역동적인 디자인을 적용한 ‘2021 쏘나타 센슈어스’는 트림 구성을 단순화하고 고객 선호 사양을 기본화해 상품성을 강화했다. ‘2021 그랜저’는 기존 가솔린, 하이브리드 모델에 신규 인테리어 컬러와 고객 선호 사양을 적용한 스페셜 트림 ‘르블랑’을 추가했다.

김승수 중앙일보M&P 기자  
kim.seungsoo@joongang.co.kr

## 상담콜 모니터링 통해 소비자보호에 앞장

### 체크카드 부문



KB국민카드 (대표 이동철·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 체크카드 부문 1위에 올랐다.

KB국민카드는 올해 금융소비자보호법 시행에 따라 소비자 고객의 작은 불만사항도 적극적으로 응대한다. 고객상담센터 상담콜에 대한 모니터링을 강화하고, 고객불만으로 분류되는 경우 상담체널과 소비자보호부와 의 핫라인 운영으로 해소한다.



KB국민카드는 모든 고객민원을 소비자보호시스템을 통해 집중적 관리하고 있다.

KB국민카드는 매월 초 모든 임직원이 참여하는 화상 경영협의회 ‘고객의 소리’ 공유 시간을 통해 소비자보호 이슈에 대한 주무부서의 자발적인 제도 개선 노력을 유도하고 있다. 매주 지 난주의 주요 VOC(금감원·인터넷·고객센터 민원)와 VOE(각종 제도 및 지식제안)를 모니터링 해 빠르게 개선점을 찾아 실행

한다. VOC는 민원 처리 담당자들이 발생 원인을 분석, 문제가 발견될 경우 해당 부서로 개선을 권고한다.

올해 정기구독 서비스 특화 ‘새로이 체크카드’, 2030세대의 골프 대중화에 따른 ‘그린 재킷 체크카드’를 출시했다.

김재학 중앙일보M&P 기자  
kim.jaihak@joongang.co.kr

### 공공서비스 부문



우정사업본부(본부장 박종석·사진)가 한국능률협회 컨설팅이 발표한 2021

한국산업의 고객만족도 조사에서 공공서비스 부문 1위에 올랐다.

우정사업본부는 전국 동일요금으로 보편적 서비스를 제공하는 공익적 성격과 자체수익으로 비용을 충당하는 기업적 성격을 동시에 보유하고 있다. 전국 3400여개 우체국 네트워크를 통해 도시는 물론, 도서 산간 지역



우정사업본부는 매월 서비스별 만족도를 측정, 업무 프로세스를 개선한다.

에도 보다 빠르고 정확한 우편·물류서비스와 편리한 예금·보험 서비스를 제공한다.

우정사업본부는 편지·택배·EMS와 같은 우편서비스와 함께 우체국쇼핑, 알뜰폰 및 골드바 판매대행, 외화 현금배달, 자율주행 이동우체국 등 시대 변화에 맞춰 다양한 우정서비스를 발굴·시행하고 있다. 올해 들

어서도 ▶선택등기서비스 도입(7월) ▶우체국쇼핑 모바일 선물하기 서비스 도입(4월) ▶우편고객센터의 채팅상담 서비스 추진(4월) ▶국제물류서비스 확대 시행(1월) ▶국제우편스마트 접수 서비스 개선(5월) 등 신규 서비스를 도입하고, 서비스 품질을 지속해서 개선하고 있다.

김재학 중앙일보M&P 기자

## 콘텐츠싱보일러로 에너지 절감과 환경보호

### 보일러 부문



경동나비엔 (마케팅본부장 김시환·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021

한국산업의 고객만족도 조사에서 보일러 부문 1위에 올랐다.

경동나비엔은 1988년 아시아 최초로 콘텐츠싱보일러를 개발하고 에너지 절감과 환경보호를 위해 콘텐츠싱보일러의 국내 보급에 앞장서었다. 콘텐츠싱보일러는 일반보일러 대비 질소산화물을 약 79% 감소시키고, 이산화탄



경동나비엔은 아시아 최초로 콘텐츠싱보일러를 개발하고 국내 보급에 앞장섰다.

소 배출량을 크게 낮춰 대기질 개선에 기여하고 있다.

경동나비엔은 프리미엄 콘텐츠싱 제품인 NCB900, NCB700 시리즈는 물론, 친환경 기술로 콘텐츠싱보일러의 표준을 제시한 NCB500 시리즈와 합리적인 가격대에 우수한 난방 성능을 자랑하는 NCB300 시리즈 등 다양

한 기능과 가격대를 갖춘 제품으로 소비자 선택의 폭을 넓혔다.

특히 경동나비엔은 보일러 업계 최초로 2011년 CCM 인증을 획득한 것을 시작으로, 6회 연속 CCM 인증을 획득하는 쾌거를 이루기도 했다.

송덕순 중앙일보M&P 기자  
song.deoksoon@joongang.co.kr

## 국내 최초 드론 배달 서비스 세종시서 실시

### 피자전문점 부문



도미노 피자 (회장 오광현·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 피자 전문점 부문 1위에 올랐다.

도미노피자는 배달 피자 개념이 전무했던 1990년 한국 시장에 최초로 진출해 피자 대중화에 앞장서 온 리더 기업이다. 2021년 8월 기준 전국에 473개 매장을 보유하고 있다.

도미노피자는 고객에게 보다



도미노피자는 국내 최초로 드론 배달 서비스를 세종시에서 실시하고 있다.

‘완벽한 한끼’를 제공하기 위해 피자 개발 시 토핑에 고급 식자재를 사용하는 것은 물론 도우·소스·엣지 등에서 새로운 시도로 고객의 니즈에 한발 앞서 피자의 트렌드를 만들어가고 있다.

도미노피자는 앞선 IT 기술을 도입해 푸드-테크 선도기업으로 나아가고 있다. 도미노피

자는 지난해 성균관대 자연과학캠퍼스에서 배달 전용 드론 ‘도미 에어’를 시범 운영했고, 지난 8월부터 국내 최초로 드론 배달 서비스를 세종시에서 실시하고 있다. 그 밖에도 도미노피자는 다양한 사회공헌활동과 후원 활동을 진행하고 있다.

송덕순 중앙일보M&P 기자

## 소비자보호실 신설 등 고객중심경영 강화

### 생명보험 부문

**삼성생명** SAMSUNG



삼성생명(대표 전영목·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산업

의 고객만족도 조사에서 생명보험 부문 1위를 차지했다.

삼성생명은 ‘보험을 넘어, 고객의 미래를 지키는 인생금융파트너’라는 비전 아래 모든 프로세스를 고객의 눈높이에 맞춰 검토하는 등 고객중심경영 강화에 노력을 기울이고 있다. 고객중심경영 강화는 ESG 경영 추진과도 연관돼 있다.



삼성생명은 고객의 관점에서 프로세스를 개선하며 고객중심경영을 강화했다.

올해 초에는 소비자보호실을 신설하고 CCO(금융소비자보호 총괄책임자)를 선임, 8개 고객센터에 ‘고객권익보호 담당’을 배치했다. 금융소비자보호법 시행에 앞서 유관 부서별로 100여 개의 제도 및 프로세스를 개선했다.

고객의 소리를 듣는 소통 창구도 강화하고 있다. 고객과 이해가 상충되는 사안에 대해 외

부 전문가의 의견을 업무에 반영하는 ‘소비자권익보호위원회’가 대표적이다.

금융거래 편의성 제고 노력도 지속하고 있다. ‘지정대리청구인 제도’를 주기적으로 안내하며, 간편결제 서비스를 도입해 보험료 납입 채널을 확대했다.

김승수 중앙일보M&P 기자  
kim.seungsoo@joongang.co.kr

## 고객 맞춤형 마케팅과 최적의 상품·서비스

### 신용카드 부문

**삼성카드** SAMSUNG



삼성카드(대표 김대환·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 신용카드 부문 1위를 차지했다.

삼성카드는 ‘A World of Trust over The Card(카드를 넘어 신뢰의 세상을 만든다)’라는 비전 아래 고객 맞춤형 마케팅과 최적의 상품·서비스를 제공한다. 또 업무 프로세스 전반에 고객의 소리를 반영하는 등 고객중심경영을 펼친다.



삼성카드는 고객의 생활에 신뢰를 더하기 위해 최적의 상품·서비스를 제공한다.

삼성카드는 매월 금융소비자 보호 내부통제위원회를 운영하며, 정기적으로 소비자보호위원회를 개최한다. 또 회사 내 주요 부서에 ‘소비자보호 담당자’를 지정했다.

ESG 관련 활동도 강화하고 있다. 지난 5월 이사회 산하 ESG 위원회를 신설했으며, ‘ISO 14001’을 획득했다. 지난 7월에는

ESG보고서를 발간했다.

또 빅데이터 기반 고객맞춤형 서비스도 선보이고 있다. ‘AI 큐레이션’서비스를 도입하고, ‘LINK 파트너’를 오픈했다.

삼성카드는 사회공헌활동을 통해 ▶청소년교육 ▶지역기여 ▶상생협력 등 세 가지 사회적 가치를 확산시키고 있다.

김승수 중앙일보M&P 기자

## 계약부터 보상까지 비대면 업무처리 확대

### 자동차보험 부문

**삼성화재** SAMSUNG



삼성화재(대표 최영무·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 자동차보험 부문 1위에 올랐다.

삼성화재는 고객의 사고 예방을 위해 교통안전문화연구소와 기업안전연구소를 두고 일상을 위협하는 위험에 대해 연구하고 있다. 또한 고객의 언택트형 소통 선호도 증가 추세에 맞춰 다양한 모바일 서비스를 제공한다. 계약에서 보상까지 대고



삼성화재는 2005년부터 손해보험 업계 최초로 고객패널 제도를 시행하고 있다.

객 업무에 태블릿과 스마트폰을 활용해 실시간으로 정보를 제공한다. 업계 최초로 모바일 웹사이트를 통한 전자서명을 실시하고, 모바일 앱으로 고객이 비대면으로 쉽게 업무처리를 할 수 있는 영역을 확대하고 있다.

삼성화재는 보험 계약 유지 및 보상 과정에서 정보 처리·확인이 편하도록 ‘스마트 Link’ 기반

서비스를 다양화해 고객이 원하는 서비스에 바로 접속할 수 있게 온라인 기반 업무 편의성을 향상했다.

또한 디지털 ARS 적용으로 고객이 상담사와 통화하기 위해 대기하지 않고도 모바일에서 정보를 확인 및 처리할 수 있는 환경을 갖췄다.

김재학 중앙일보M&P 기자

## 디지털 금융 플랫폼 구축, 원스톱 자산관리

### 증권 부문

**삼성증권** SAMSUNG



삼성증권(대표 장석훈·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 증권 부문 1위에 올랐다.

삼성증권은 지난해 12월 디지털 부문을 신설하고 산하에 디지털 전략, 서비스 및 마케팅, 비대면 자산관리 상담 및 IT시스템 조직을 편성해 ‘국내 No.1 디지털 금융 플랫폼’ 구축에 힘을 쏟고 있다. 디지털 자산관리본부는 업무 문의부터 투자 상담



삼성증권은 상품의 입안 단계부터 소비자보호센터와의 협의를 진행한다.

까지 원스톱 자산관리 컨설팅을 제공하며 양질의 리서치 보고서, 전문가 투자 전략, 유망 종목 및 상품 분석 등 정보를 모바일로 빠르게 전달해 고객이 시장 상황에 민첩하게 대응할 수 있게 돕는다.

삼성증권은 투자 경험이 부족한 MZ세대 등 신규 고객이 쉽고 재미있게 자산관리 서비스를

경험할 수 있도록 ‘오늘의 투자(O2)’ 앱을 출시했다.

O2는 고객의 투자 선호나 행동을 근거로 분석된 정보를 선별해 제공하고, 이에 맞는 상품에 쉽게 투자할 수 있도록 돕는 간편 거래 프로세스를 기반으로 한 앱이다.

김재학 중앙일보M&P 기자  
kim.jaihak@joongang.co.kr

## 화물영업력 강화 통해 역대 최대 실적 달성

### 항공 부문

**ASIANA AIRLINES**



아시아나항공(대표 정성관·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 항공 부문 1위에 올랐다.

아시아나항공은 1988년 창립 이래 ‘최고의 안전과 서비스’를 통한 고객 만족의 경영이념을 바탕으로 항공 서비스 발전에 기여하고 있다. 2020년 코로나19로 항공업계 전반에 닥친 어려움 속에서도 굳건하게 안전과 고



아시아나항공이 ‘사랑의 기내 동전 모으기 150억 달성 기념행사’를 열었다.

객만족 경영을 이어가고 있다. 아시아나항공은 화물영업력 강화를 통해 역대 최대의 화물 사업 매출 실적을 달성했다. A350 여객기 4대를 개조해 대당 23t, 총 92t의 화물 운송력을 추가로 확보했다. 또 코로나19로 인해 발길이 묶인 기업인과 해외교민의 수송을 지원하기 위해 아시아나항

공은 전세기를 확대 운영했다. 지난 7월부터 9월까지 중국발 미주행 인천 환승 노선에서 약 1만여 명의 수요를 유치해 코로나 19 이후 최대 환승 실적을 달성했다. 그 밖에도 고객의 니즈를 반영한 무착륙 관광비행 상품도 기획했다. 송덕순 중앙일보M&P 기자  
song.deoksoon@joongang.co.kr

## 온라인 화상 1:1 코칭 교육으로 서비스 질 ↑

### 콘도미니엄 부문

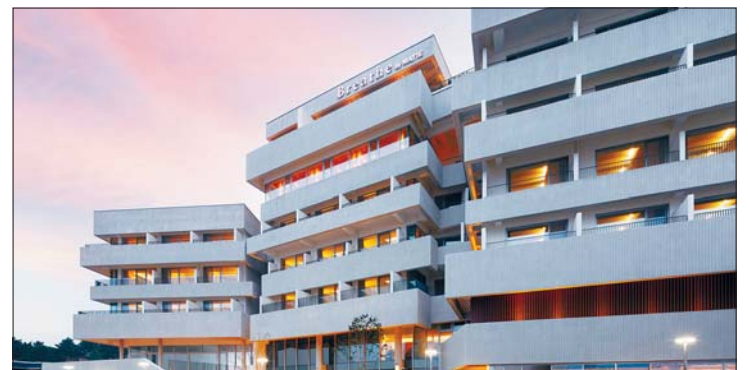
**한화호텔&리조트** Hanwha Hotels & Resorts



한화리조트(대표 김형조·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2021 한국산

업의 고객만족도 조사에서 콘도미니엄 부문 1위에 올랐다.

한화호텔앤드리조트는 코로나19 확산 이전부터 온라인 화상 1:1 코칭 교육으로 서비스 질을 높여왔다. 서비스 매뉴얼과 연계한 동영상 콘텐츠 개발, 직무별 고객 응대 스킬에 대해 개별 학습이 가능하도록 온라인 교육



한화호텔앤드리조트는 2030년까지 10개 이상 체인을 운영할 예정이다.

방식으로 전환했다.

고객의 소리(VOC) 역시 AI를 활용해 고객의 요구 사항을 자동으로 해석하고 담당자에게 즉시 전달해 처리할 수 있도록 프로세스를 개선했다. 올해부터는 ‘사업본부 레벨 업 컨설팅 프로젝트’를 진행하고 있다.

한화호텔앤드리조트는 침체

된 경제 상황 속에서도 신규 사업 및 협업 추진에 박차를 가하며 포스트 코로나 시대를 준비하고 있다. 지난 7월, 양양에 ‘브리드 호텔 바이 마티에’를 오픈했으며 동부산·평촌에 이어 오는 2030년까지 10개 이상의 체인을 운영할 예정이다.

송덕순 중앙일보M&P 기자