KMAC

150-869 서울특별시 영등포구 여의도동12(CCMM B/D 8층)
대표전화: 02) 3786-0114, URL: http://www.kmac.co.kr

文書番號 : KMAC 2008-1066號 2008. 12. 15

受 信 : 각 언론사

發 信 : KMAC

題 目 :

2008년도 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과발표

귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

KMAC에서는 금년 4~7월에 걸쳐 「고객이 가장 추천하는 기업(KNPS : Korean Net Promoter Score)」 조사를 실시했습니다.

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.

첨부된 자료는 올해 두 번째로 실시한 고객이 가장 추천하는 기업 조사결과를 다음과 같이 요약 정리한 것으로 귀지(방송)의 수준 높은 보도에 도움이 되시길 바라며, 아울러 폭넓은 보도를 앙청 드립니다.

본 자료는 12월 16일(화) 조간(방송은 12월 15일(월) 19:00시)부터 보도될 수 있도록 협조를 요청 드립니다.

- 다 음 -

제 1부 : 2008년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요
1. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 정의
2. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 배경 및 목적
2. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 근거
3. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 측정모델 및 분석방법
4. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 현황 및 조사설계

제 2부 : 2008년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 결과
1. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 전체 특징
2. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 산업별 특징
3. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 산업별 1위 기업 특징
4. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 기업

제 3부 : 2008년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 제언
1. 조사결과 시사점 및 고객추천지수 향상을 위한 제언. 끝.

제 1부 : 2008년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 개요

※ 문의 : 이상윤 팀장(Tel: 02-3786-0541)

1. 고객이 가장 추천하는 기업(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 '순추천고객비율'을 측정하는 개념이다.

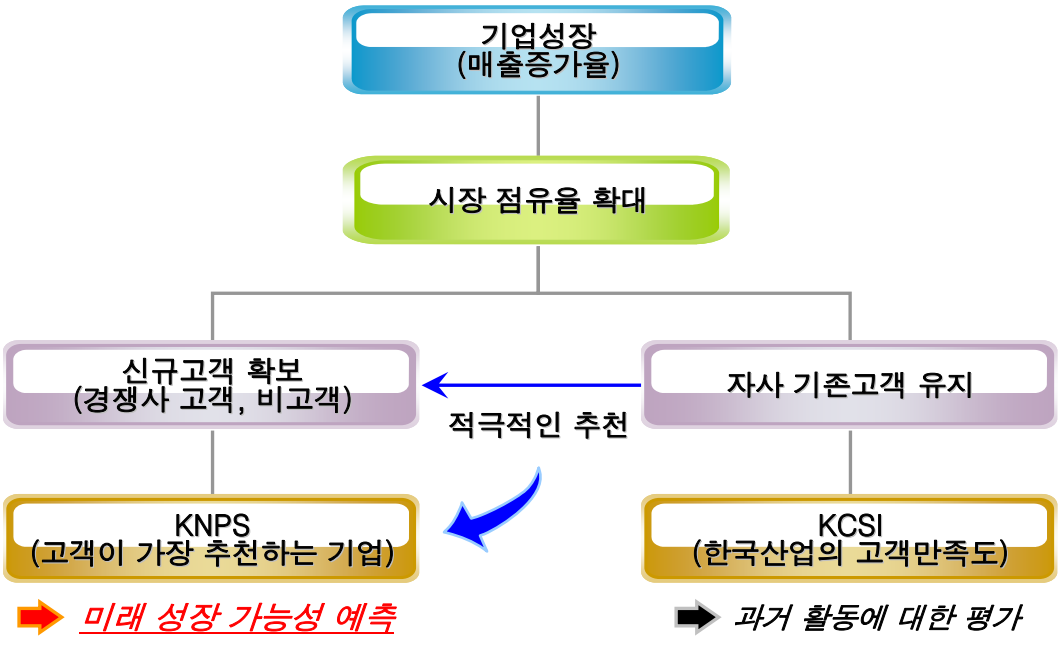
※ 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 로고 :

고객이 가장 추천하는 기업
KNPS
KOREAN NET PROMOTER SCORE

2. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 배경 및 목적

고객의 적극적인 추천 정도를 통해 신규고객 확보 및 매출증가 가능성 예측

- KNPS의 추진은 기업 관점에서 볼 때, 고객을 만족시킴으로써 기존 고객을 유지하고, 만족한 고객이 기업의 적극적인 옹호자로서 새로운 고객을 추천함으로써 신규 고객을 확보하고, 이를 통해 기업의 성장을 달성할 수 있다는 전제로부터 시작된다.
- 즉, '고객만족도(CSI)' 조사가 자사의 기존고객 유지에 초점을 두었다면 '고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)' 조사는 이러한 기존고객들의 적극적인 추천행위를 통해 경쟁사 고객 및 비고객 등 신규고객의 확보에 초점을 둔 조사라고 할 수 있다.
- KNPS 조사는 궁극적으로 기업이 본 조사결과를 통해 시장 점유율이 확대되고 매출이 증대되어 기업이 성장할 수 있는 미래 가능성을 예측함으로써 미래에 대한 대비를 가능토록 해준다는데 큰 의미가 있다.

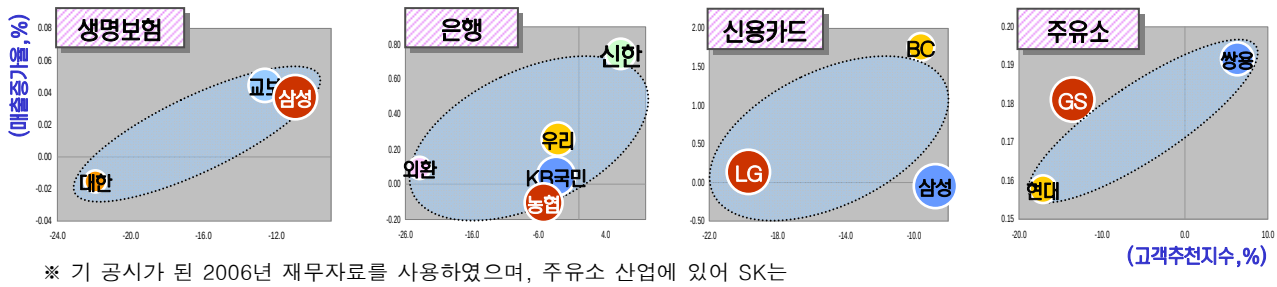


※ 문의 : 이상윤 팀장(Tel: 02-3786-0541)

3. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 근거

KNPS 지수와 기업의 매출증가율의 높은 상관관계 검증

- 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 지수는 기업의 성과 중에서 매출, 특히, 매출증가율과 가장 높은 상관관계를 보이고 있다. 기업의 성장은 원론적이긴 하지만 기존에 자사가 보유하고 있던 고객을 잘 유지해서 이탈이 발생하지 않도록 한 이후에 경쟁사의 고객을 빼앗아오거나 전혀 거래를 하지 않던 새로운 고객이 거래를 하도록 만들어 소위 신규고객을 확대시킴으로써 이루어낼 수가 있을 것이다.
- 이 때, 신규고객을 만들어 내는데 가장 효과적인 것 중의 하나가 바로 기존 고객을 통해 이루어지는 적극적인 "추천"이다. 소비자는 자신이 경험해 본 제품이나 서비스가 만족스럽다면 다른 사람에게도 이 제품이나 서비스를 이용하도록 권유함으로써 자신의 소비행위에 대한 정당성을 부여함은 물론 다른 사람과 동질감을 가지려는 성향이 있다.
- 따라서, 이러한 원리에서 KNPS 지수가 매출증가율과 상관관계를 가지는 것은 어쩌면 당연한 이치라 하겠다.



※ 기 공시가 된 2006년 재무자료를 사용하였으며, 주유소 산업에 있어 SK는 주유소 부문 매출액이 독립적으로 파악이 되지 않아 분석에서 제외하였음

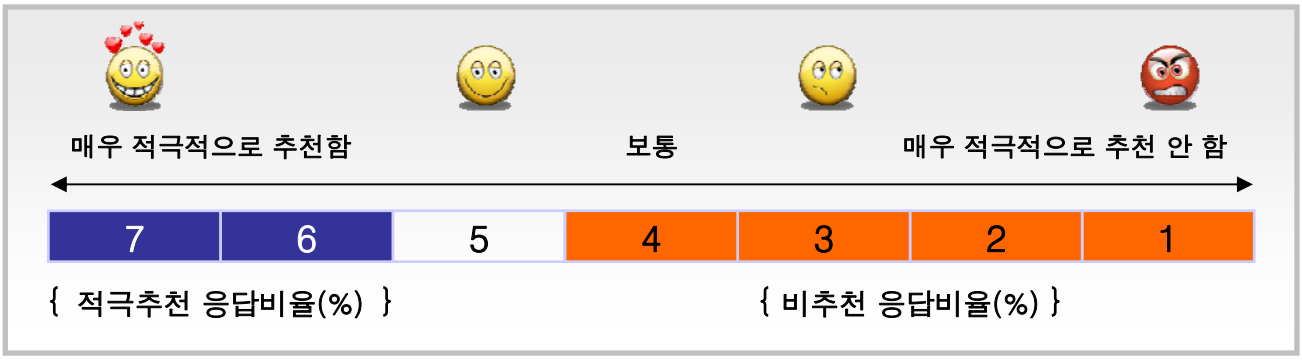
- 실제로, KMAC에서 보유하고 있는 2001년부터 2006년까지의 KNPS 조사데이터와 기업의 재무자료를 비교하여 분석한 결과로 보면 위의 그림과 같다. 이 결과는 기업 재무자료 중 금융감독원 등에 공시가 된 자료를 활용하여 분석했으며, 생명보험, 은행 등의 사례만을 나타냈는데, KNPS 값이 높을수록 매출증가율이 높게 나타나는 것을 볼 수 있다.
- 이러한 사실은 프레드 라이켈트(Frederick F. Reichheld)가 2003년 12월 하버드비즈니스리뷰에 발표한 "The One Number you need to Grow"라는 논문에서도 잘 설명이 되고 있으며, 이 논문에서 미국 내 주요 기업에 대해 상관관계를 검증한 사례를 싣고 있다.

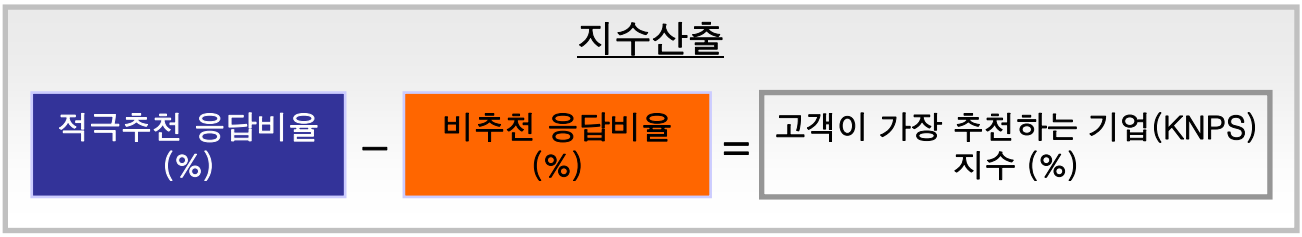
4. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 측정모델 및 분석방법

적극추천 응답 고객의 비율에서 비추천 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?





※미국에서는 11점 척도(0~10)를 사용하나 한국에서는 5점 또는 7점 척도가 보편적으로 활용되고 있음

5. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사 현황 및 조사설계

제조업 57개, 서비스업 34개 등 총 91개 산업에서 KNPS 1위 기업 선정

- 지난 2007년도 조사 첫 해 88개 산업을 대상으로 발표된 KNPS는 올해 소비재 제조업 34개, 내구재 제조업 23개, 일반서비스업 34개 등 총 91개 산업에 대해 조사를 진행하고 각 산업별 1위 기업을 선정하여 이를 발표했다.
- 특히, 올해는 GDP 기여도가 높고 국민 실생활과 연관도가 높은 여행사(해외여행), 온라인자동차보험, 장기보험, 항공서비스, MP3플레이어 등의 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) 표본크기 : 약 10,300명
3) 표본추출방법 : 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling) /지역별 인구수, 성별을 고려한 할당
4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
5) 조사지역 : 서울, 수도권 및 6대 광역시
6) 조사기간 : 2008년 4월 14일 ~ 7월 20일
7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업 등 총 91개 산업 (※아래 조사대상산업 및 기업 참조)

산업부문	산업군	조사 대상 산업
소비재 제조업 (34개)	음식료품(18개)	·간장 ·고추장 ·곡물음료 ·과실주스 ·맥주 ·비스킷 ·소주 ·스포츠/탄산음료 ·식용유 ·아이스크림 ·우유 ·유산균발효유 ·음료커피 ·전통주 ·참치캔 ·커피 ·티백녹차 ·햄/소시지
	생활용품 및 기타 소비재(16개)	·남성내의 ·남성용기초화장품 ·남성정장 ·담배 ·생리대 ·샴푸 ·섬유유연제 ·세탁세제 ·여성내의 ·여성용기초화장품 ·정장구두 ·주방세제 ·치약 ·캐주얼화 ·화장비누 ·화장지
내구재 제조업 (23개)	가전 및 사무기기 (16개)	·가스오븐레인지 ·가정용에어컨 ·가정용정수기 ·공기청정기 ·김치냉장고 ·냉장고 ·노트북PC ·데스크톱PC ·디지털카메라 ·복사기 ·세탁기 ·이동전화단말기 ·전기밥솥 ·프린터 ·MP3플레이어 ·TV
	기타 내구재(7개)	·가정용보일러 ·부엌가구 ·승용차타이어 ·일반승용차 ·침대 ·피아노 ·RV승용차
서비스업 (34개)	금융서비스(7개)	·생명보험 ·신용카드 ·은행 ·자동차보험 ·온라인자동차보험 ·장기보험 ·증권
	유통 및 엔터테인먼트(13개)	·대형마트 ·대형서점 ·백화점 ·영화관 ·인터넷쇼핑몰 ·제과/제빵점 ·커피전문점 ·패밀리레스토랑 ·패스트푸드점 ·편의점 ·피자전문점 ·학습지 ·TV홈쇼핑
	통신서비스(5개)	·검색포탈사이트 ·국제전화 ·시내/시외전화 ·이동전화 ·초고속인터넷
	기타 일반 서비스(9개)	·고속버스 ·스키장 ·여행사 ·종합레저시설 ·종합병원 ·주유소 ·콘도미니엄 ·택배 ·항공서비스

1. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 전체 특징

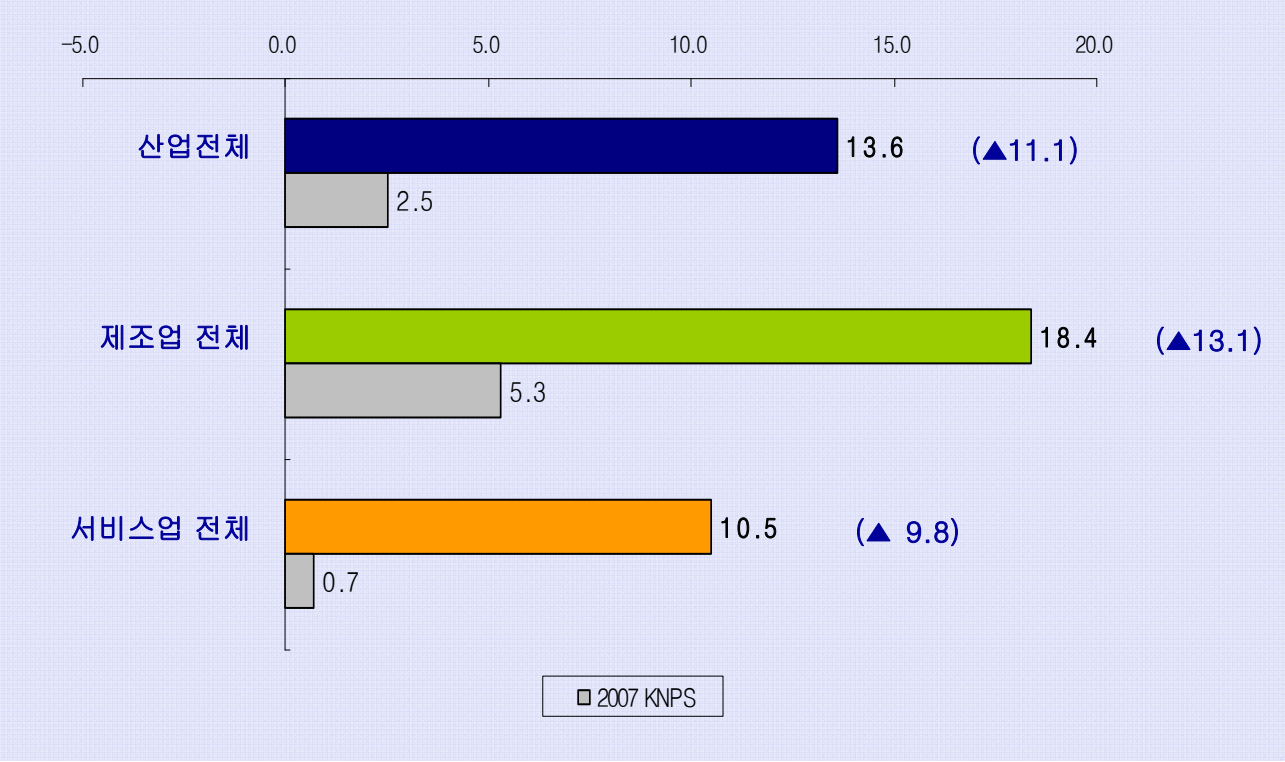
2008년도 KNPS 지수 전 산업에 걸쳐 작년 대비 전반적으로 상승

- 금년 KNPS 분석 결과, 산업전체 KNPS 지수는 전년대비 11.1점 상승한 것으로 나타났으며, 제조업 (▲13.1점)이 서비스업 (▲9.8점)보다 큰 상승폭을 나타냈다.
- 제조업에서 내구재 제조업(▲11.2점)이 소비재 제조업(▲1.9점)보다 전년대비 큰 폭으로 상승했다.
- 조사대상 총 91개 산업 중 신규 조사된 5개 산업과 지수가 하락한 음식료품 제조업 및 기타 일반 서비스업의 6개 산업을 제외한 80개 산업에서 KNPS 지수가 상승한 것으로 나타났다.

산업별 특성에 따라 고객의 적극추천의향 정도도 달라져

- 올해 KNPS 조사결과 대부분의 산업들에서 KNPS 지수가 상승한 가운데, 소비재 제조업의 곡물음료와 화장지, 내구재 제조업의 프린터, 서비스업의 증권, 인터넷쇼핑몰, 국제전화, 생명보험 산업 등은 여전히 고객의 비추천의향이 적극추천의향보다 높은 것으로 나타났다.
- 특히, 전년도 소비재 및 내구재 제조업과 서비스업 등 산업군별 상대적으로 낮은 고객추천의향을 나타냈던 산업의 경우 올해에도 여전히 고객들로부터 적극적인 추천을 얻지 못한 것으로 조사됐다.

※ 괄호()안은 '07년 KNPS 지수대비 증감차이임



1. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 전체 특징(계속)

고객만족도가 높은 기업일수록 KNPS 지수 또한 높게 나타나

- 금년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 조사에서 1위로 선정된 기업을 KCSI(한국산업의 고객만족도) 조사에서 선정된 1위 기업과 비교 분석한 결과 총 91개 산업 가운데 22개 산업을 제외한 69개 산업에서 고객만족도와 순고객추천지수 1위가 동일한 것으로 나타났다.
- 이는 고객만족도가 높은 기업이 고객추천의향 역시 높게 나타나고 있다는 것으로, 고객만족과 고객추천은 별개의 개념이 아니라 상호 유기적인 상관관계를 가지고 있다고 할 수 있다. 즉, 만족한 고객일수록 비고객 또는 잠재고객 등 신규고객들에게 기업의 상품 또는 서비스를 추천할 의향이 높다는 것이다.

음식료품 제조업과 유통 및 엔터테인먼트 서비스업의 1위 기업 전년대비 다수 변동돼

- 올해 KNPS 조사결과에 따르면 전년대비 1위 기업이 변동된 산업은 총 30개 산업으로 나타났으며, 이중 음식료품 제조업(8개 산업), 가전 및 사무기기 제조업(7개 산업), 유통 및 엔터테인먼트 서비스업(6개 산업) 등에서 1위 기업에 많은 변동을 나타냈다.
- 이것은 생활용품 및 기타 소비재 제조업(2개 산업), 가전 및 사무기기 제조업(7개 산업), 기타 내구재 제조업(3개 산업), 금융서비스업(1개 산업), 기타 일반 서비스업(3개 산업) 등에 비해 1위 기업 변동률이 상대적으로 매우 높게 나타난 것으로 산업 내 치열한 경쟁현황을 여실히 보여주고 있다.

2008년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 산업군별 1위 변동 현황

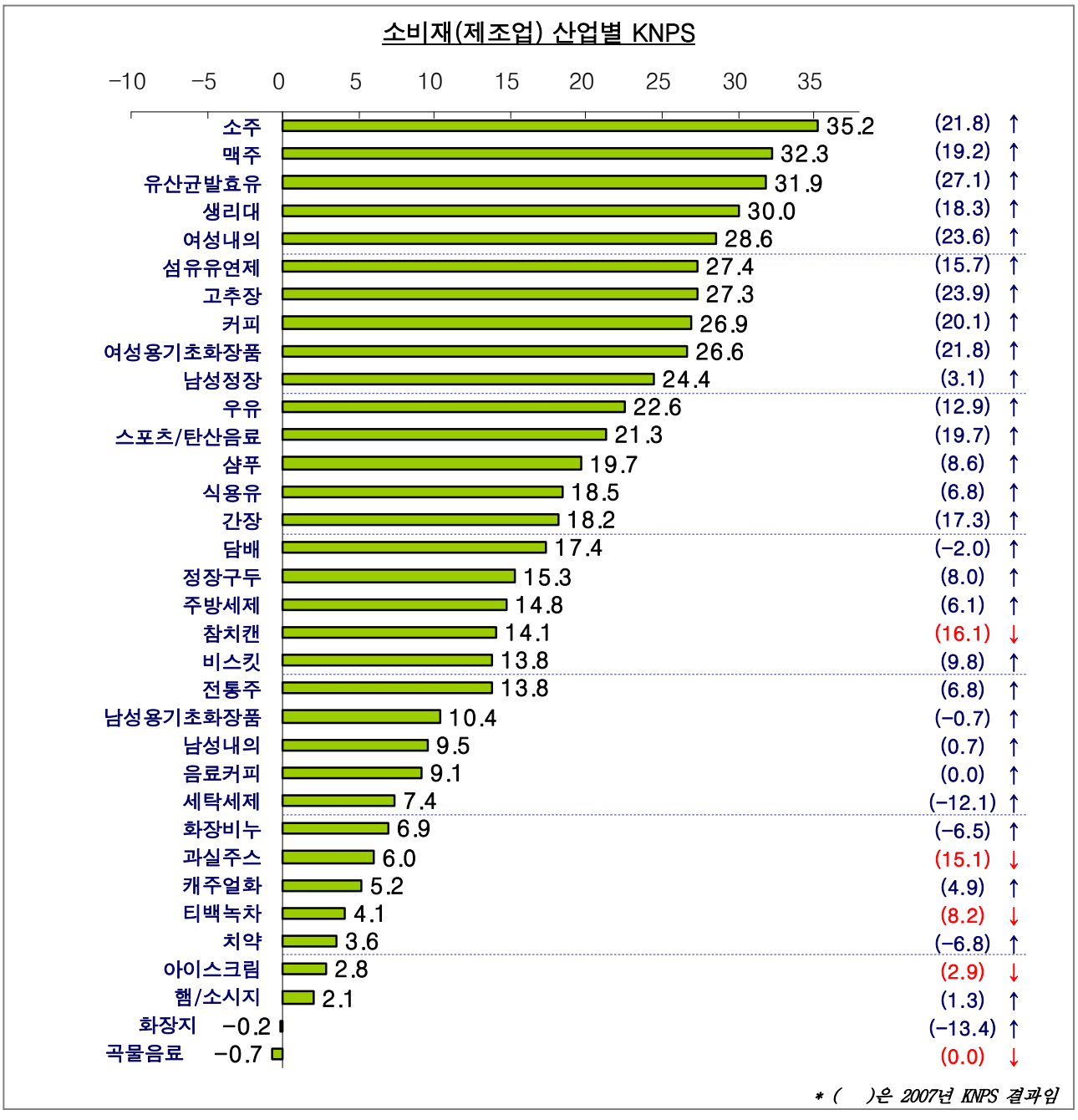
산업군		1위 변동 산업
소비재	음식료품 제조업(8개)	간장, 곡물음료, 맥주, 스포츠/탄산음료, 아이스크림, 우유, 음료커피, 전통주
	생활용품 및 기타 소비재 제조업(2개)	생리대, 섬유유연제
내구재	가전 및 사무기기 제조업(7개)	가스오븐레인지, 가정용정수기, 공기청정기, 냉장고, 디지털카메라, 세탁기, 프린터
	기타 내구재 제조업(3개)	가정용보일러, 승용차타이어, 침대
서비스	금융서비스(1개)	신용카드
	유통 및 엔터테인먼트 서비스(6개)	백화점, 영화관, 인터넷쇼핑몰, 제과/제빵점, 커피전문점, 패밀리레스토랑
	통신서비스(0개)	-
	기타 일반 서비스(3개)	스키장, 콘도미니엄, 택배

2. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 산업별 특징

1) 소비재 제조업의 KNPS 특징

전반적 상승 분위기 속에 음식료품 산업은 일부 적극추천의향 하락

- 소비재 제조업 부문에서는 소주(35.2점), 맥주(32.3점) 등 주류 산업의 KNPS 지수가 매우 높은 것으로 나타났으며, 유산균발효유가 31.9점으로 역시 높은 적극추천의향을 나타내며 그 뒤를 이었다.
- 남성정장 산업은 전년대비 21.3점의 큰 상승폭을 나타내 주목 받았으며, 19.5점 오른 세탁세제와 19.4점 오른 담배 산업 역시 전년대비 높은 상승률을 나타내 눈길을 끌었다.

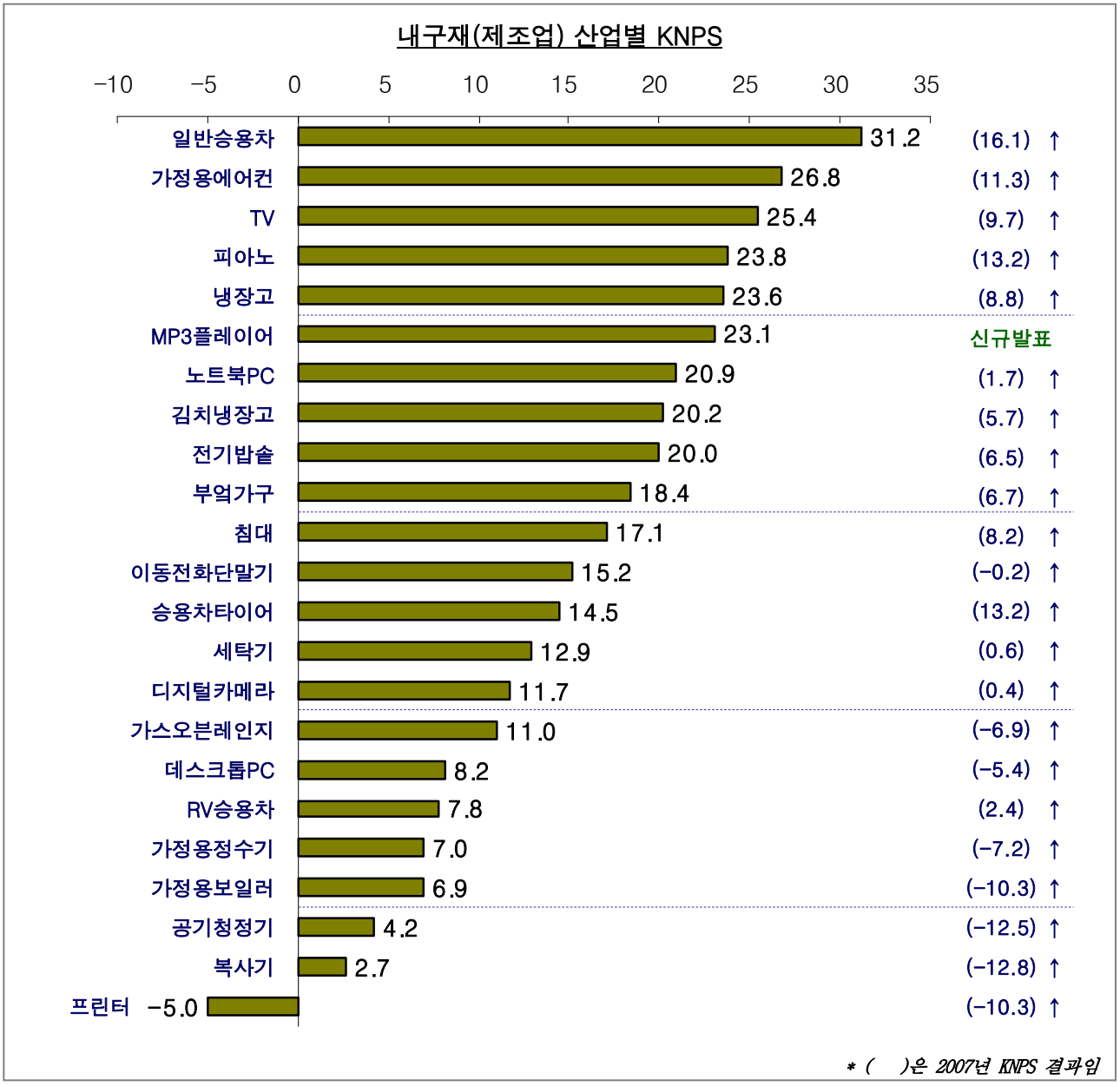


2. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 산업별 특징

2) 내구재 제조업의 KNPS 특징

전년대비 비교적 큰 폭으로 상승한 가운데 자동차, 생활가전 관련 산업의 상승 돋보여

- 2008년 내구재 제조업 부문에서 가장 높은 KNPS 지수를 나타낸 산업은 31.2점을 기록한 일반승용차 산업으로써 전년 16.1점 대비 15.1점의 큰 상승폭을 나타냈다.
- 이어 가정용에어컨(26.8점), TV(25.4점), 피아노(23.8점), 냉장고(23.6점) 등이 높은 고객 추천지수를 나타냈으며, 올해 첫 조사된 MP3플레이어 산업이 23.1점으로 그 뒤를 이었다.
- 노트북PC, 가스오븐레인지, 가정용보일러, 공기청정기, 이동전화단말기, 일반승용차 등의 산업은 2007년도 대비 15점 이상 큰 폭으로 KNPS 지수가 상승한 것으로 나타났다.

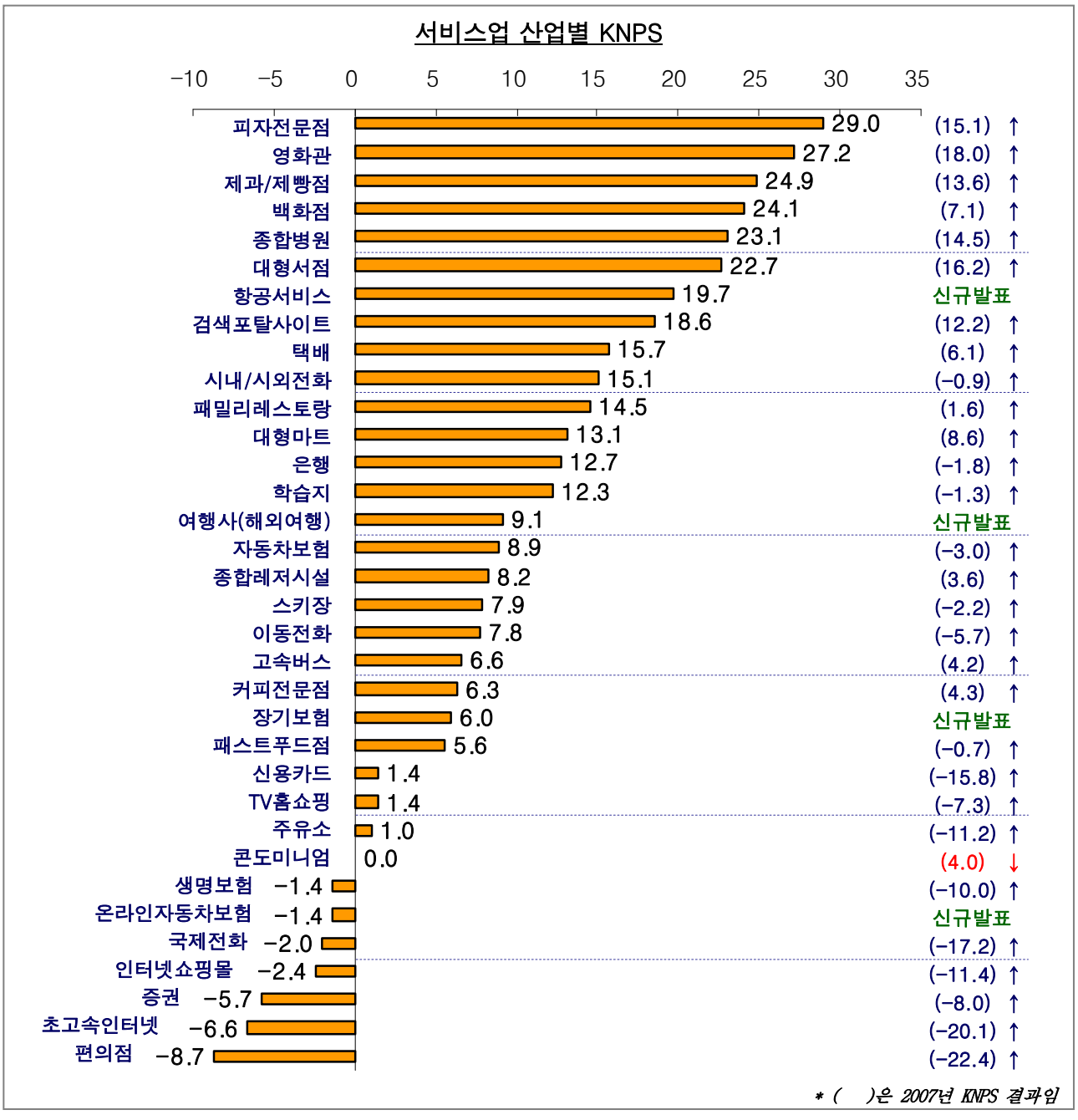


2. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 산업별 특징

3) 서비스업의 KNPS 특징

대부분의 산업에서 KNPS 지수가 상승한 가운데 일부 산업은 여전히 비추천의향이 높아

- 서비스업의 KNPS 지수가 전년대비 비교적 큰 폭으로 상승한 가운데 피자전문점이 29.0점으로 작년 15.1점에서 13.9점이 올라 가장 높은 고객추천의향을 나타냈다.
- 이어 영화관(27.2점), 제과/제빵점(24.9점), 백화점(24.1점), 종합병원(23.1점), 대형서점(22.7점) 등이 그 뒤를 이었으며, 올해 첫 조사된 항공서비스가 19.7점으로 역시 높은 고객의 적극추천의향을 나타냈다.
- 반면, 편의점 및 초고속인터넷 산업 등은 작년에 이어 올해에도 가장 낮은 수준을 보였다.



3. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 산업별 1위 기업 특징

1) 복수 산업 KNPS 1위 기업

총 11개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위 차지해

- 삼성전자는 노트북PC, 데스크톱PC, 이동전화단말기, 프린터, TV 등 5개 산업에서 KNPS 지수가 가장 높은 것으로 나타나 최다 산업에서 1위를 차지했다.
- 아모레퍼시픽(남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 티백녹차), CJ라이온(세탁세제, 주방세제, 화장비누), LG전자(가정용에어컨, 냉장고, 세탁기), KT(국제전화, 시내/시외전화, 초고속인터넷)가 그 뒤를 이어 3개 산업에서 1위를 차지했다.
- 이 외에도 금강(정장구두, 캐주얼화), 동원F&B(곡물음료, 참치캔), 롯데칠성음료(과실주스, 스포츠/탄산음료), 웅진코웨이(가정용정수기, 공기청정기), 한국P&G(샴푸, 생리대), 현대자동차(일반승용차, RV승용차) 등이 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2008년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 복수산업 1위 기업

번호	기업명	2008년 KNPS 1위 산업	비고
1	삼성전자	노트북PC, 데스크톱PC, 이동전화단말기, 프린터, TV	5개 산업 1위
2	아모레퍼시픽	남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 티백녹차	3개 산업 1위
3	CJ라이온	세탁세제, 주방세제, 화장비누	
4	LG전자	가정용에어컨, 냉장고, 세탁기	
5	KT	국제전화, 시내/시외전화, 초고속인터넷	
6	금강	정장구두, 캐주얼화	2개 산업 1위
7	동원F&B	곡물음료, 참치캔	
8	롯데칠성음료	과실주스, 스포츠/탄산음료	
9	웅진코웨이	가정용정수기, 공기청정기	
10	한국P&G	생리대, 샴푸	
11	현대자동차	일반승용차, RV승용차	

3. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 산업별 1위 기업 특징

2) 2007년 대비 KNPS 1위 변동 산업

총 30개 산업에서 2007년도 대비 KNPS 1위 기업 변동 나타나

➡ 2008년 KNPS 조사결과 소비재 및 내구재 제조업 각 10개 산업, 서비스업 10개 산업 등 총 30개 산업에서 지난 2007년 대비 KNPS 1위 기업에 변동이 있는 것으로 나타났다.

2008년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 변동 기업

산업명		2008년 KNPS 1위 기업	2007년 KNPS 1위 기업
소비재	간장	몽고식품	대상(청정원)
	곡물음료	동원 F&B	웅진식품
	맥주	하이트맥주	OB맥주
	스포츠/탄산음료	롯데칠성음료	동아오츠카
	생리대	한국P&G	유한킴벌리
	섬유유연제	피죤	옥시 레킷벤키저
	아이스크림	빙그레	롯데제과
	우유	서울우유	매일유업
	음료커피	매일유업	남양유업
	전통주	보해양조	배상면주가
내구재	가스오븐레인지	동양매직(매직)	린나이코리아(린나이)
	가정용보일러	린나이코리아	경동나비엔
	가정용정수기	웅진코웨이	청호나이스
	공기청정기	웅진코웨이	청풍
	냉장고	LG전자	삼성전자
	디지털카메라	SONY코리아	삼성테크윈
	세탁기	LG전자	삼성전자
	승용차타이어	금호타이어	한국타이어
	침대	시몬스침대	에이스침대
	프린터	삼성전자	한국HP
서비스	백화점	현대백화점	신세계백화점
	스키장	하이원리조트	용평리조트
	신용카드	현대카드	삼성카드
	영화관	롯데시네마	메가박스
	인터넷쇼핑몰	CJ몰	인터파크
	제과/제빵점	CJ 푸드빌(뚜레쥬르)	파리크라상(파리바게뜨)
	커피전문점	로즈버드	커피빈
	콘도미니엄	한화리조트	대명리조트
	택배	대한통운	우체국택배
	패밀리레스토랑	아웃백스테이크하우스 코리아(아웃백)	riseON(베니건스)

4. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 기업

1) 소비재 제조업

산 업	KNPS 1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
간장	**몽고식품**	몽고식품(23.1), 대상(청정원)(22.7), 샘표식품(15.9)	'07년 1위: 대상
고추장	**대상**	대상(청정원)(31.0), 해찬들(26.1)	2년 연속 1위
곡물음료	**동원F&B**	동원F&B(2.9), 웅진식품(-0.9), 롯데칠성음료(-3.1)	'07년 1위: 웅진식품
과실주스	**롯데칠성음료**	롯데칠성음료(9.3), 한국코카콜라(7.8), 해태음료(-0.9)	2년 연속 1위
맥주	**하이트맥주**	하이트맥주(32.7), OB맥주(카스포함)(31.7)	'07년 1위: OB맥주
비스킷	**크라운제과**	크라운제과(24.8), 해태제과(18.9), 오리온(11.1), 롯데제과(7.6)	2년 연속 1위
소주	**두산**	두산(37.1), 진로(29.5), 금복주(15.3)	2년 연속 1위
스포츠/탄산음료	**롯데칠성음료**	롯데칠성음료(26.7), 한국코카콜라(19.6), 동아오츠카(17.2)	'07년 1위: 동아오츠카
식용유	**사조해표**	사조해표(해표)(22.6), CJ제일제당(백설표)(16.1)	2년 연속 1위
아이스크림	**빙그레**	빙그레(7.0), 롯데삼강(3.4), 롯데제과(1.0), 해태제과(-2.2)	'07년 1위: 롯데제과
우유	**서울우유**	서울우유(25.1), 남양유업(16.0), 매일유업(16.0)	'07년 1위: 매일유업
유산균발효유	**한국야쿠르트**	한국야쿠르트(41.1), 남양유업(23.2), 매일유업(7.6)	2년 연속 1위
음료커피	**매일유업**	매일유업(20.5), 남양유업(16.8), 롯데칠성(14.5), 한국네슬레(1.6), 동서식품(-2.7)	'07년 1위: 남양유업
전통주	**보해양조**	보해양조(17.6), 국순당(17.0), 배상면주가(16.1)	'07년 1위: 배상면주가
참치캔	**동원F&B**	동원F&B(16.4), 사조산업(6.2), 오뚜기(-2.9)	2년 연속 1위
커피	**동서식품**	동서식품(27.4), 한국네슬레(22.9)	2년 연속 1위
티백녹차	**아모레퍼시픽**	아모레퍼시픽(설록차)(15.6), 동서식품(동서녹차)(-1.9)	2년 연속 1위
햄/소시지	**목우촌**	목우촌(13.4), CJ제일제당(9.4), 동원F&B(-0.6), 롯데햄(-9.7)	2년 연속 1위
남성내의	**좋은사람들**	좋은사람들(20.6), BYC(8.2), 트라이브랜즈(0.9)	2년 연속 1위
남성용기초화장품	**아모레퍼시픽**	아모레퍼시픽(13.3), LG 생활건강(12.5), 소망화장품(0.4)	2년 연속 1위
남성정장	**제일모직**	제일모직(33.6), 캠브리지멤버스(31.3), LG패션(23.0), 파크랜드(11.4)	2년 연속 1위
담배	**B.A.T.코리아**	B.A.T.코리아(던힐)(26.5), 필립모리스(말보로)(22.2), KT&G(13.4)	2년 연속 1위
생리대	**한국P&G**	한국P&G(33.3), 유한킴벌리(29.3)	'07년 1위: 유한킴벌리
샴푸	**한국P&G**	한국P&G(30.1), 애경산업(24.7), 유니레버코리아(17.3), 아모레퍼시픽(17.2), LG생활건강(14.6)	2년 연속 1위
섬유유연제	**피죤**	피죤(28.1), 옥시 레킷벤키저(26.4), LG생활건강(24.7)	'07년 1위: 옥시 레킷벤키저
세탁세제	**CJ라이온**	CJ라이온(7.5), LG생활건강(7.3), 애경산업(6.9)	2년 연속 1위
여성내의	**신영와코루**	신영와코루(비너스)(37.7), 남영L&F(비비안)(21.5)	2년 연속 1위
여성용기초화장품	**아모레퍼시픽**	아모레퍼시픽(31.3), 코리아나(15.6), LG생활건강(15.3)	2년 연속 1위
정장구두	**금강제화**	금강제화(22.5), 에스콰이아(2.0), 엘칸토(-11.3)	2년 연속 1위
주방세제	**CJ라이온**	CJ라이온(20.7), LG생활건강(16.1), 애경산업(3.5)	2년 연속 1위
치약	**애경산업**	애경산업(5.3), LG생활건강(5.0), 아모레퍼시픽(-4.9)	2년 연속 1위
캐주얼화	**금강제화**	금강제화(5.4), 에스콰이아(4.2)	2년 연속 1위
화장비누	**CJ라이온**	CJ라이온(21.5), 유니레버코리아(14.4), 아모레퍼시픽(10.8), 동산C&G(5.1), LG생활건강(-1.4), 애경산업(-3.2)	2년 연속 1위
화장지	**유한킴벌리**	유한킴벌리(4.8), 대한펄프(-3.0), 모나리자(-6.4)	2년 연속 1위

4. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 기업

2) 내구재 제조업

산 업	KNPS 1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
가스오븐레인지	동양매직	동양매직(매직)(13.9), 린나이코리아(린나이)(11.5), LG전자(쁘레오)(5.1)	07년 1위: 린나이코리아
가정용에어컨	LG전자	LG전자(32.7), 삼성전자(26.6), 위니아만도(23.8), 대우일렉트로닉스(2.5)	2년 연속 1위
가정용정수기	웅진코웨이	웅진코웨이(6.6), 청호나이스(-1.3)	'07년 1위: 청호나이스
공기청정기	웅진코웨이	웅진코웨이(6.5), 청풍(-0.8)	'07년 1위: 청풍
김치냉장고	위니아 만도	위니아 만도(34.0), 삼성전자(10.8), LG전자(5.4)	2년 연속 1위
냉장고	LG전자	LG전자(30.2), 삼성전자(25.2), 대우일렉트로닉스 (-0.8)	'07년 1위: 삼성전자
노트북PC	삼성전자	삼성전자(31.7), LG전자(20.2), 한국HP(4.0)	2년 연속 1위
데스크톱PC	삼성전자	삼성전자(19.1), LG전자(8.4), TG삼보컴퓨터(0.0), 주연테크(-20.8)	2년 연속 1위
디지털카메라	SONY코리아	SONY코리아(18.4), 캐논코리아(17.2), 삼성테크윈(12.9), 니콘코리아(3.8), Olympus한국(-0.3)	'07년 1위: 삼성테크윈
복사기	신도리코	신도리코(8.7), 캐논코리아비즈니스솔루션(2.4), 한국후지제록스(-5.7)	2년 연속 1위
세탁기	LG전자	LG전자(19.0), 삼성전자(11.7), 대우일렉트로닉스 (-4.3)	'07년 1위: 삼성전자
이동전화단말기	삼성전자	삼성전자(28.5), SK텔레텍(11.7), 모토로라코리아(-0.8), LG전자(-4.4), 팬택&큐리텔(-19.3)	2년 연속 1위
전기밥솥	쿠쿠홈시스	쿠쿠홈시스(쿠쿠)(26.6), 웅진쿠첸(쿠첸)(2.1), 부방테크론(리홈)(-6.5)	2년 연속 1위
프린터	삼성전자	삼성전자(1.2), 한국HP(-2.1), 엡손(-17.8)	'07년 1위: 한국HP
MP3플레이어	애플	애플(아이팟)(27.9), 레인콤(아이리버)(26.2), 코원시스템(아이오디오)(19.6), 삼성전자(옙)(18.6)	신규 발표
TV	삼성전자	삼성전자(28.7), LG전자(24.7)	2년 연속 1위
가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(12.8), 경동나비엔(12.5), 귀뚜라미보일러(4.2)	'07년 1위: 경동나비엔
부엌가구	한샘	한샘(22.3), 에넥스(13.5)	2년 연속 1위
승용차타이어	금호타이어	금호타이어(23.7), 한국타이어(8.4)	'07년 1위: 한국타이어
일반승용차	현대자동차	현대자동차(42.9), 기아자동차(20.1), GM대우(0.7)	2년 연속 1위
침대	시몬스침대	시몬스침대(20.0), 에이스침대(17.5), 대진침대(13.3)	'07년 1위: 에이스침대
피아노	영창악기	영창악기(29.3), 삼익악기(17.8)	2년 연속 1위
RV승용차	현대자동차	현대자동차(19.6), 쌍용자동차(0.0), 기아자동차(-2.8)	2년 연속 1위

4. 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 1위 기업

3) 일반 서비스업

산 업	KNPS 1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
생명보험	**삼성생명**	삼성생명(1.7), 교보생명(-1.2), 대한생명(-7.8)	2년 연속 1위
신용카드	**현대카드**	현대카드(8.5), 삼성카드(4.1), 신한카드(0.3), KB카드(-0.3), 우리카드(-0.8), BC카드(-2.0)	'07년 1위: 삼성카드
온라인자동차보험	**현대하이카다이렉트**	현대하이카다이렉트(6.6), 에르고다음다이렉트(-2.2), 교보AXA(-5.9)	신규 발표
은행	**KB국민**	KB국민(17.2), 신한(15.2), 우리(14.4), NH농협(13.6), 외환(9.6), 하나(2.7), SC제일(-9.4)	2년 연속 1위
자동차보험	**삼성화재**	삼성화재(13.9), 현대해상(8.3), 동부화재(5.7), 메리츠화재(4.6), LIG손해보험(1.6)	2년 연속 1위
장기보험	**현대해상**	현대해상(11.9), 삼성화재(9.7), 메리츠화재(9.2), LIG손해보험(0.9), 동부화재(-2.9)	신규 발표
증권	**삼성증권**	삼성증권(4.1), 미래에셋증권(-2.2), 현대증권(-5.8), 대신증권(-7.9), 우리투자증권(-10.8), 대우증권(-14.1)	2년 연속 1위
대형마트	**신세계 이마트**	신세계 이마트(18.1), 삼성홈플러스(14.6), 롯데마트(7.5)	2년 연속 1위
대형서점	**교보문고**	교보문고(27.2), 서울문고(반디앤루니스)(20.3), 영풍문고(9.6)	2년 연속 1위
백화점	**현대백화점**	현대백화점(24.7), 신세계백화점(23.6), 롯데백화점(23.3)	'07년 1위: 신세계백화점
영화관	**롯데시네마**	롯데시네마(33.3), 메가박스(25.6), CJ CGV(25.6)	'07년 1위: 메가박스
인터넷쇼핑몰	**CJ몰**	CJ몰(2.1), 인터파크(-0.7), 디앤샵(-6.9), GS이숍(-10.3)	'07년 1위: 인터파크
제과/제빵점	**CJ 푸드빌 (뚜레쥬르)**	CJ 푸드빌(뚜레쥬르)(30.0), 크라운베이커리(27.4), 파리크라상(파리바게뜨)(22.9)	07년 1위: 파리크라상
커피전문점	**로즈버드**	로즈버드(13.2), 커피빈(11.1), 스타벅스(1.9)	'07년 1위: 커피빈
패밀리레스토랑	**아웃백스테이크하우스코리아**	아웃백스테이크하우스코리아(아웃백)(15.7), CJ 푸드빌(VIPS)(15.0), 푸드스타(TGIF)(14.7), riseON(베니건스)(12.6)	'07년 1위: riseON(베니건스)
패스트푸드점	**버거킹**	버거킹(15.3), 롯데리아(5.2), 한국맥도날드(4.8), KFC(1.9)	2년 연속 1위
편의점	**GS리테일(GS25)**	GS리테일(GS25)(-2.0), 미니스톱(-6.3), 세븐일레븐(-7.9), 훼미리마트(-13.7), 바이더웨이(-30.0)	2년 연속 1위
피자전문점	**미스터피자**	미스터피자(38.8), 피자헛(26.3), 도미노피자(24.0)	2년 연속 1위
학습지	**교원**	교원(공문교육연구원)(18.3), 웅진씽크빅(14.2), 재능교육(10.3), 대교(7.3)	2년 연속 1위
TV홈쇼핑	**현대홈쇼핑**	현대홈쇼핑(4.5), CJ홈쇼핑(3.9), GS홈쇼핑(1.0), 롯데홈쇼핑(-3.5), 농수산홈쇼핑(-14.0)	2년 연속 1위
검색포탈사이트	NHN	NHN(네이버)(21.7), 야후코리아(야후)(12.9), 다음커뮤니케이션(다음)(11.3)	2년 연속 1위
국제전화	KT	KT(001)(1.5), 데이콤(002)(-10.2)	2년 연속 1위
시내/시외전화	KT	KT(20.0), 하나로통신(-18.2)	2년 연속 1위
이동전화	**SK텔레콤**	SK텔레콤(16.9), KTF(KT제외)(1.4), LG텔레콤(-4.9)	2년 연속 1위
초고속인터넷	KT	KT(매가패스)(1.7), LG파워콤(엑스피드)(-4.5), 하나로통신(하나포스)(-19.5)	2년 연속 1위
고속버스	**금호고속**	금호고속(15.0), 동양고속(1.8), 천일고속(-2.3), 중앙고속(-2.5), 동부고속(-3.9)	2년 연속 1위
스키장	**하이원리조트**	하이원리조트(16.3), 무주리조트(15.9), 용평리조트(8.0), 보광휘닉스파크(7.1), 대명비발디파크(2.1)	'07년 1위: 용평리조트
여행사(해외여행)	**롯데관광**	롯데관광(16.7), 하나투어(12.2), 모두투어(4.6)	신규 발표
종합레저시설	**삼성에버랜드**	삼성에버랜드(28.6), 롯데월드(-4.0), 서울랜드(-17.7)	2년 연속 1위
종합병원	**삼성서울병원**	삼성서울병원(33.8), 서울대병원(32.8), 서울아산병원(26.1), 세브란스병원(14.5), 강남성모병원(-1.7)	2년 연속 1위
주유소	**SK에너지**	SK에너지(SK주유소)(6.1), 에쓰오일(S-Oil)(0.0), GS칼텍스(GS-Caltex)(-2.0), 현대오일뱅크(Oilbank)(-12.9)	2년 연속 1위
콘도미니엄	**한화리조트**	한화리조트(2.7), 대명리조트(-2.3)	'07년 1위: 대명리조트
택배	**대한통운**	대한통운(22.0), 우체국택배(20.7), CJ GLS(13.3), 현대물류(9.6), 한진택배(1.8)	'07년 1위: 우체국택배
항공서비스	**아시아나항공**	아시아나항공(25.6), 대한항공(24.1)	신규 발표

제 3부 : 2008년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 시사점 및 제언

1. 조사결과 시사점 및 고객추천지수 향상을 위한 제언

불황일수록 매출증대와 직결되는 고객추천 이끌어내야

- 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)은 한 기업이 경쟁사의 고객 또는 전혀 거래가 없던 새로운 고객을 자사의 신규고객으로 이끎에 있어 가장 효과적인 "추천"이라는 개념이 도입되어 개발된 지수이다. 추천은 소비자가 상품 또는 서비스를 경험하고 이에 만족하였을 때 지인 등 자신의 주변인을 비롯한 타인에게 그것을 소개하고 권유하는 보다 적극적인 행위이기 때문에 기업의 매출증가율과 높은 상관관계를 가지고 있다.

- 이러한 고객의 추천은 잠재소비자가 상품 구매 또는 서비스 이용 이전의 단계에서 선택 가능한 다양한 기회들 중 일정한 기업의 상품 또는 서비스를 선택하도록 하는데 있어 의사결정 속도를 가속화시키는 결정적인 역할을 한다. 최근 급속도로 악화된 경제불황의 위기 속에서 기업이 고객추천에 대해 더욱 관심을 갖고 그 중요성을 인식해야 하는 이유도 바로 여기에 있다.

- 최근 시장을 선도하고 있는 일부 기업에서는 이미 고객추천지수를 KPI(Key Performance Indicator) 등 내부성과지표로 반영하여 그 중요성을 강조하고 있으며, 자사의 고객들로 하여금 매출증대를 위한 기여역할이 보다 적극적으로 이루어질 수 있도록 유인하는 다양하고 효과적인 전략 및 실행기반 마련에 역량을 집중하고 있다. 지난 IMF 이후 최대의 위기상황에 직면해 있는 최근의 경영환경에서 기업의 유일한 돌파구는 원가절감 이전에 매출증대이며 이는 곧 고객들의 적극적인 추천에서 이어질 수 있음을 명심해야겠다.

서비스 아이덴티티 정립을 통해 자사의 가치와 차별성 강조 필수

- 최근 한국산업이 고도화를 이루는 과정에서 갈수록 상품의 품질 또는 서비스의 수준이 비슷해지고 정보교류 속도 또한 인터넷 등 다양한 수단을 통해 가속화되면서 동종산업 내 각 기업별 상품 또는 서비스에 대한 차별성이 떨어지고 있는 것이 현실이다.

- 이러한 경영환경에서 타사대비 월등한 수준의 고객만족을 이루어 냄으로써 고객추천을 유도해 낸다는 것은 기업이 생존하기 위한 당면 과제이기도 하지만 한편 이를 해결하기란 무척 어려운 문제이기도 하다. 서비스 아이덴티티는 이러한 문제들에 대해 해답을 줄 수 있는 가장 효과적인 솔루션으로써 최근 많은 기업들의 관심을 받으며 거론되고 있다.

- 서비스 아이덴티티(SI: Service Identity)는 기업이 고객에게 제공하는 서비스에 대해 고객에게 심어주고 싶은 서비스 가치와 의미로써 전사적인 서비스 체질을 변경하고 서비스 체계를 개선하며 이를 고객에게 효과적으로 전달하는 것을 의미한다.

- SI는 기업이 보유하고 있는 대고객 커뮤니케이션 채널에서 고객에게 제공되는 기능을 통합된 개념으로 전개하여 고객입장에서 차별화된 인지가치를 갖도록 하고, 타사와 차별화된 독특한 서비스 제공을 통하여 고객에게 새로운 가치를 제안(Value Proposition)함으로써 지속적인 경쟁우위를 유지하고 고객선호도 및 충성도를 제고할 수 있다는 점에서 그 중요성이 기업들에게 강조되고 있다.

1. 조사결과 시사점 및 고객추천지수 향상을 위한 제언(계속)

고객의 추천경로를 철저히 파악하고 이의 적극적 관리 필요

- 치열한 경쟁적 비즈니스 환경에서 고객추천은 그 어떤 광고 또는 마케팅 수단보다도 매출로 연결될 확률이 높아 적극 관리하고 전략적으로 활용할 필요성이 높아지고 있다. 이러한 고객추천을 높이기 위해서는 기존의 단순 만족 또는 중립적 위치에 있는 고객들은 고객만족과 충성도를 뛰어넘어 적극적인 추천행위로 이어질 수 있도록 만들고, 불만족 고객들은 최소한 현재의 상품 또는 서비스에 대해 만족할 수 있도록 의향을 전환시키려는 노력이 필요하다.

- 고객의 소리(VOC: Voice of Customer)를 비롯한 기업이 고객과 만나는 접점에 대한 사전 진단 및 개선을 비롯하여 서비스품질지표(SQI: Service Quality Indicator)를 개발하여 적극적으로 관리하는 등의 노력은 불만고객의 발생을 사전 방지하고 기존고객의 만족도를 높임으로써 추천의향을 높이는 효과를 볼 수 있다.

- 한편, 단순 기업과 고객의 접점채널뿐만 아니라 고객의 추천경로, 즉 고객과 고객들간에 접점이 형성될 수 있는 채널까지 확대하여 관심을 갖고 관리하는 것 또한 매우 중요하다. 최근에는 입소문(Word-of-Mouth) 외에도 인터넷 동호회 및 커뮤니티사이트 등을 통해 기업의 상품 또는 서비스에 대한 평가와 의견이 고객간 상호 실시간으로 공유되며 신규 또는 잠재고객들의 실제 구매(이용)행위에 큰 영향을 끼치고 있다. 이러한 고객들의 사전 정보공유 활동들은 불황기 일수록 증가하는 특징이 있어 이에 대한 적극적인 관리와 대응이 요구되고 있다.

고객으로 하여금 단순 상품 또는 서비스가 아닌 기업의 가치를 추천하도록 해야

- 타 산업대비 경쟁이 특히 치열한 산업에 속한 기업들의 경우 고객의 추천의향을 높이는데 있어 더욱 많은 노력이 요구된다. 이러한 산업에 속한 기업들은 단순 자사관점에서의 상품 또는 서비스에 대한 만족이 아니라 동종산업 내 경쟁사와 비교하여 상대적 우위의 더 나은 만족 이상을 고객이 체감할 수 있도록 해야 한다. 이는 대부분의 기업에서 고객만족도가 높은 경우 고객추천지수 역시 높게 나타나고 있으나 그렇지 않은 기업들도 분명 존재한다는 점에서 간과하지 말아야 할 부분이다.

- 또한, 고객만족 및 고객충성도 강화를 위해 보다 자사만의 차별화된 서비스를 제공해야 하며, 경쟁사를 고려한 고객 세분화를 통해 타깃마케팅 등 고객특성별 더욱 강력하고 적극적인 충성도 강화 전략의 수립과 추진이 요구된다.

- 특히, 이러한 기업들은 고객들로 하여금 단순히 상품 또는 서비스 자체에 대해 타인에게 추천토록 하기 보다는 이러한 추천과정에서 자사만의 독특하고 차별화된 가치가 전달될 수 있도록 하는 것이 중요하다. 예를 들면, 휴대폰을 판매함에 있어 단순 제품의 성능과 디자인에 대한 전달이 아니라 그 휴대폰을 소유함으로써 본인만이 경험할 수 있거나, 또는 같은 휴대폰을 소유한 사람들만이 공유할 수 있는 특별한 가치를 전달하는 것이다. 이러한 고객가치전략은 기존고객들에게 동기유발을 통해 보다 적극적으로 추천을 유도시키고 신규(잠재)고객들에게는 실제 구매(이용)행위로 연결되도록 하는 하나의 효과적인 방안이 될 수 있다.