



컨택트승용차 등 7개 부문 1위 현대자동차 정유석 국내사업본부장



현대자동차 정유석

이동 수단 판매 역할 넘어 혁신적 모빌리티 경험 제공

“모빌리티의 역할이 확장되고 있습니다. 현대자동차는 이동 수단을 판매하는 역할을 넘어 혁신적인 고객 경험을 제공하기 위해 계속 노력하고 있습니다.”

정유석(사진) 현대자동차 국내사업본부장(부사장)은 “고객을 모든 가치의 최우선에 두고 다양한 프로그램과 서비스 개발을 멈추지 않고 있다”며 이같이 밝혔다. 2025년 국가고객만족도(NCSI) 조사 결과, 현대자동차는 컨택트승용차, 중형승용차, 준대형승용차, 대형승용차, 컴팩트RV, 대형RV, 전기자동차 등 일곱 부문에 걸쳐 모두 1위를 차지했다.

정 본부장은 “현대자동차는 전기차와 함께 하는 고객의 모든 순간을 케어하는 전기차 생애 주기 맞춤형 통합 케어 프로그램 ‘2025 EV 에브리케어’를 출시했다”며 “고객이 전기차를 안심하고 구매할 수 있도록 혜택과 보장을 강화했다”고 했다. 지난 1월 출시한 2025 EV 에브리케어는 전기차 구매·운행·중고 판매 등 차량의 전 생애 주기에 걸쳐 혜택을 담은 서비스다. 비싼 가격과 충전 불편 등을 이유로 국내 전기차 수요가 주춤한 상태에서 고객들이 전기차에 더 쉽게 다가갈 수 있도록 하는 데 초점을 맞췄다.

2025 EV 에브리케어에는 전기차 구매 시 전기차 전용 타이어 제공, 전기차 화재가 차량의 자동차보험 대금 보상 한도액을 초과하는 피해를 낼 경우 최대 100여원을 지원하는 내용 등이 포함돼 있다. 전기차가 출고 후 2년 내 전술된 경우, 손실액뿐 아니라 신차로 특별비도 지원받을 수 있다. 전기차 출고 후 2~3년 안에 중고차로 매각하고자 다시 현대차 차량을 사들여 사면, 기존 전기차 구매 가격의 최대 55%를 잔존 가치로 보장해주는 서비스도 제공한다.

현대자동차는 구매 고객을 위한 맞춤형 서

비스를 제공하는 것뿐 아니라, 더 나은 정비 서비스를 제공하기 위해 프로그램을 운영하고 있다. 엔지니어의 기술력을 인증하는 제도 HMCPC(Hyundai Master Certification Program)가 대표적이다. 정비 서비스 협력사 블루핸즈의 엔지니어를 육성하고 체계적인 수리 서비스를 제공하기 위한 것이다. 총 4단계로 구성되며 레벨 3 이상 자격증을 지닌 엔지니어를 보유한 블루핸즈는 ‘기술력 인증’ 유형으로 분류된다. 레벨 3는 국가 자격증 ‘자동차 기능장’ 급에 해당한다. 객관적인 평가 기준을 충족한 인원만 상위 단계로 승급할 수 있다.

정 본부장은 “CS 인증제 역시 더 나은 정비 서비스를 제공하려는 노력의 일환”이라고 했다. 정비를 받은 고객 대상으로 만족도 조사를 실시로 진행. 해당 결과를 기반으로 ‘CS 우수 블루핸즈’를 선정한다. ‘기술력 인증’과 ‘CS 우수’ 블루핸즈 선정 결과는 매년 경신되며, 현대자동차 공식 홈페이지에서 확인할 수 있다.

정 본부장은 “다양한 이종 산업 플랫폼과 제휴를 통해 고객 혜택을 제공하고 있다”며 “2023년부터 현대자동차 캐스퍼는 올리브영, 파리바게뜨 등 14개 이종 산업 플랫폼과 제휴 프로모션을 17회 진행해 차별화된 고객 경험을 확대 추진하고 있다”고 했다. 당장 자동차 구매를 앞둔 이들에게 상품을 알리는 것뿐만 아니라, 잠재적인 고객들을 대상으로 브랜드 홍보를 강화하는 것이다.

정 본부장은 “경형 SUV(스포츠크로이티티) 캐스퍼를 활용한 마케팅이 대표적”이라며 “현대자동차는 캐스퍼의 주 고객층인 2030세대를 겨냥해 다양한 ‘굿즈’를 선보이고 있다”고 말했다.

이영관 기자

2025년 1분기 NCSI 업종별 전체 순위

*공통 항목 전년도 순위

순위	기업명	점수	향상률
■ 이동전화서비스			
1(1)	SK텔레콤	81	1.3%
2(3)	LG유플러스	80	2.6%
3(2)	KT	79	0.0%
■ 알뜰폰서비스			
1(1)	SK텔레콤(SK세븐모바일)	80	2.6%
2(2)	KB리브넷	79	2.6%
2(2)	미디어그룹(U+유모바일)	79	2.6%
4(2)	KT M모바일	78	1.3%
■ 국제전화			
1(1)	SK텔레콤	79	0.0%
2(2)	KT	78	0.0%
2(2)	LG유플러스	78	0.0%
■ 초고속인터넷			
1(1)	SK브로드밴드	79	1.3%
2(2)	KT	78	1.3%
2(2)	LG유플러스	78	1.3%
■ IPTV			
1(1)	LG유플러스	80	1.3%
1(1)	SK브로드밴드	80	1.3%
3(3)	KT	79	1.3%
■ 원단경비보안			
1(1)	에스원	79	0.0%
2(2)	ADT캡스	78	0.0%
2(3)	KT텔레캅	78	1.3%
■ 택배/소포			
1(1)	우정사업본부	80	0.0%
2(2)	CJ대한통운	78	-1.3%
3(2)	롯데글로벌로지스	77	-2.5%
3(2)	한진	77	-2.5%
■ 컨택트승용차			
1(1)	현대자동차	80	0.0%
2(2)	기아	78	0.0%
■ 중형승용차			
1(1)	기아	79	0.0%
1(1)	현대자동차	79	0.0%
3(4)	르노코리아자동차	76	0.0%
■ 준대형승용차			
1(1)	현대자동차	81	0.0%
2(2)	기아	79	0.0%
■ 대형승용차			
1(1)	현대자동차	81	0.0%
2(2)	기아	79	0.0%
■ 컴팩트RV			
1(1)	기아	78	0.0%
1(1)	현대자동차	78	0.0%
3(3)	KG모빌리티	77	0.0%
4(4)	한국GM	76	0.0%
■ 대형RV			
1(1)	기아	80	1.3%
1(1)	현대자동차	80	1.3%
3(3)	KG모빌리티	77	0.0%
■ 전기자동차			
1(1)	기아	78	1.3%
1(1)	현대자동차	78	1.3%
3(3)	테슬라	77	1.3%
■ 수입자동차(컴팩트)			
1(1)	비엔디탈유코리아	82	1.2%
2(1)	메르세데스벤츠코리아	81	0.0%
■ 수입자동차(준대형)			
1(1)	메르세데스벤츠코리아	83	2.5%
2(1)	비엔디탈유코리아	82	1.2%
3(3)	아우디코리아	80	0.0%

이동전화서비스 부문 1위 SK텔레콤 유영상 대표



SK텔레콤 유영상

국내외 테크 파트너십 강화… ‘한국형 AI 생태계’ 구축할 것

“2025년 SK텔레콤이 AI(인공지능)를 통해 실질적인 생산성 향상을 이룰 시점입니다. SK텔레콤은 AI의 공급자이자 수요자로서 두 가지 측면 모두를 고려한 전략을 실행하고 있습니다. AI의 수요자로서 내부적으로 AI 생산성 혁신을 추진함과 동시에, AI 공급자로서 외부 변화에 신속하게 적응하는 것도 필수적입니다. 에이닷(A.)과 에스터(Aster) 같은 B2C AI 사업과 AI DC(데이터센터) 및 AIX 기반의 B2B 사업을 외부 변화에 맞게 빠르게 파바하며 고객들에게 진정한 가치를 제공하겠습니다.”

유영상(사진) SK텔레콤 대표는 올해 국가고객만족도(NCSI) 이동전화서비스 부문 28년 연속 1위를 달성하고 밝힌 소감에서, AI 사업을 통한 실질적 성과 창출과 한국형 AI 생태계 조성 기여에 대해 이같이 말했다. NCSI 조사가 시작된 1998년 이후 28년간 연속 1위는 SK텔레콤이 유일하다.

유영상 대표는 “지난 40여 년간 SK텔레콤은 대한민국 이동통신과 ICT 발전 역사의 중심에 서 있었다”고 강조했다. 한국이동통신 시절인 1984년, 차량 전화 서비스를 국내에 처음 도입한 데 이어 1996년 CDMA 상용화부터 2013년 LTE-A, 2019년 5G까지 세계 최초 역사를 이어오며 대한민국을 물론 전세계 이동통신 산업 발전을 이끌어 왔다. 또 이니상을 인수해 세계적인 반도체 기업으로 성장시키며 대한민국이 세계 최고의 반도체 강국으로 우뚝 서는 데도 이바지했다.

유 대표는 “SK텔레콤은 차별화된 상품·서비스 경쟁력으로 이동통신 분야에서 압도적 지위를 유지하고 있다”고도 강조했다. SK텔레콤은 지난해 10월 기존 통화 플랫폼 ‘T전화’를 AI 전화 기능을 강화한 ‘에이닷 전화’로 바꾸고, 서비스 명칭과 아이콘 등을 변경

했다. 에이닷 전화는 스피어·피싱을 탐지하거나 통화에서 언급된 일정을 상기시키고, 전화 통화를 관리하는 AI 개인 비서 서비스를 경험하게 해준다. 또한 2018년 말 출시된 SK텔레콤의 바로통화는 출시 이후 누적 이용자가 1900만명에 달할 정도로 폭발적인 인기를 끌고 있다. 로밍 요금제 이용자가 에이닷 전화를 쓰면 한국과 원지로 가는 통화, 걸려온 모든 통화를 무료로 이용할 수 있다.

최근 유영상 대표는 기존 AI 파라마이트 전략에서 ‘선택과 집중’을 통해 실질적인 AI 성과 창출에 최적화된 ‘AI파라미드 2.0’ 전략을 대내외에 소개했다. 유 대표는 “SK텔레콤의 AI 파라마이트는 AI 기술을 고도화하고 AI 서비스를 만들어 고객과 관계를 밀접하게 만드는 ‘자강(自強)’과 AI 얼라이언스 중심의 ‘협력’ 모델을 파라마이트 형태로 단계별로 묶어낸 전략”이라며 “SK텔레콤은 SK그룹 전체의 AI 역량을 결집하는 한편, 국내외 AI 파트너십을 강화해 AI 테크를 지속적으로 고도화하는 등 한국형 AI 생태계 구축에 기여할 방침”이라고 밝혔다.

또한 SK텔레콤은 도이치텔레콤, 이엔그릴(e&g), 신텔텔, 소프트뱅크 등 ‘글로벌 벨코 AI 얼라이언스(Global Telco AI Alliance)’를 비롯해 엔트로픽, 퍼플렉시티, 락다, 펄핀 솔루션스 등 글로벌 AI 기업들과의 글로벌 파트너십을 강화하고 있다. 또한 대한민국 대표 AI 동맹인 ‘K-AI 얼라이언스’의 사업 및 기술 공동 개발에 나서 국내외를 아우르는 ‘협력’ 체제도 강화해 예정이다.

유영상 대표는 “SK텔레콤은 AI 사업 고도화를 통해 새로운 수익을 창출하고 AI 역량 확보를 위한 ‘자강’과 ‘협력’ 체제를 지속 고도화해 한국형 AI 생태계 조성에 앞장설 것”이라고 밝혔다.

조재희 기자

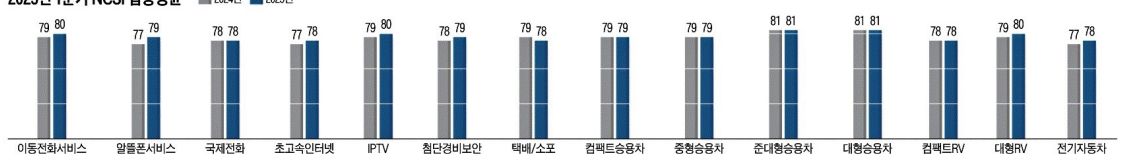
2025년도 1분기 NCSI...

14개 업종 47개 기업·기관
1만3066명에게 직접 조사

2025년 1분기 NCSI(National Customer Satisfaction Index-국가고객만족도) 조사는 지난 2~3월, 고객 1만3066명에게 직접 물어보는 방식으로 진행됐다. 이동전화 등 통신 서비스와 자동차, 택배·소포 등 14개 업종 47개 기업·기관이 대상이다. 모든 조사는 해당 기업·기관의 제품 또는 서비스를 직접 구매하거나 이용한 경험이 있는 20세 이상 60세 미만 고객을 대상으로 했다. 대상 기업은

2025년 1분기 NCSI 업종평균

2024년 2025년



이동전화서비스·알뜰폰서비스·초고속인터넷·IPTV 업종의 경우 17세 이상~70세 미만 고객으로 범위를 확대했다. 기업·기관별 조사 대상은 278명씩이다. 올 1분기 조사 대상 14개 업종 중 7개 업종은 전년 1분기보다 평균 점수가 올랐다.

6개 업종은 보합, 1개 업종은 하락했다. 알뜰폰서비스(2점)의 상승 폭이 가장 컸고, 이동전화서비스·초고속인터넷·IPTV·원단경비보안·대형RV·전기차는 각 1점씩 올랐다. 국제전화·컴팩트승용차·중형승용차·준대형승용차·대형승용차·컴팩트

RV 업종의 평균 점수는 작년 동기과 같았다. 택배·소포 업종은 1점 내려갔다. 작년 조사까지 ‘무인경비보안’으로 지칭한 업종명은 올해 조사부터 ‘원단경비보안’으로 타이틀을 바꿨다. 다만 참여 기업은 에스원, ADT캡스, KT텔레캅

로 이전과 같다. NCSI는 미국 미시간대 산하 국가품질연구센터가 개발한 미국고객만족지수(ACSI)에 토대를 둔 글로벌 지수로, 일본·싱가포르·유럽 등 30여 국이 도입하고 있다. 1998년 8부터, 39점, 176기업

을 대상으로 조사를 시작해, 올해도 28년째를 맞았다. 올해는 총 15부문, 87업종, 334기업의 만족도를 조사한다. NCSI 조사 대상 업종이 국가 전체 GDP(국내총생산)에서 차지하는 비율은 약 79%다. 최근 2기

놀이공원·카페... T멤버십 혜택 확대

이동전화서비스 1위 SK텔레콤

이동전화 서비스 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 SK텔레콤이 전년보다 1점 오른 81점을 받아, 28년 연속 1위를 차지했다. 만족도는 2018년 이후 정체해 다. 지난해에 이어 올해까지 2년 연속 상승했다. LG유플러스는 전년보다 2점 상승한 80점을 기록, 이 부문 조사를 시작한 1998년 이후 처음으로 2위에 올랐다. KT는 전년과 같은 79점으로 3위였다.

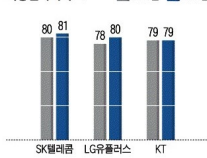
SK텔레콤의 28년 연속 1위는 경기가 어려운 가운데 고객에게 실질적인 혜택을 주는 데 주력한 결과로 꼽힌다. SK텔레콤은 'T멤버십'의 혜택 범위를 확대해 에버랜드·캐리비안베이 등 최대 40%, 메가MGC커피는 최대 20% 할인해 준다. 또 지난 연말부터 3월까지 진행된 '첫 만남 데이터 4배' 이벤트 등을 통해 해외 여행을 떠난 고객에게 각종 할인·편의 서비스를 제공했다. 또 AI와 이동통신 접목에도 앞장서, AI 기반 전화 '에이닷' 서비스 강화에도 힘쓰고 있다. 올 상반기엔 기업용 AI 비서인 '에이닷 비즈' 출시도 예정 중이다.

올해 처음으로 2위에 오른 LG유플러스 역시 멤버십 서비스 확대에 적극적이다. 작년 중반 개편해 선보인 '유플투블' 멤버십은 매달 새로운 혜택을 제공하며, 1년 만에 사용자가 234만명을 넘어섰다.



SK텔레콤은 지난해 10월부터 기존 통화 플랫폼 '진화'를 AI 기반 '에이닷 전화'로 개편했다. 통화 중 언급된 내용을 요약·정리해주는 등 유용한 기능을 제공한다.

이동전화서비스



통신의 디지털화에도 힘쓴다. 지난해 11월 출시한 AI 통화 비서 서비스 익시오(IXIO)는 전화 대신 받기, 실시간 보이스 피싱 감지, 통화 녹음 및 요약 등을 해준

다. 올 3월 구글과 협력해 익시오 기능 강화 계획을 발표하기도 했다.

KT는 가계 통신비 부담을 줄이기 위해 올 3월 20만명까지 가격대를 낮춘 스마트폰 '모토G34'를 단독 출시했다. 요금제와 결합할 경우 실구매가는 0원까지 내려간다. 또 올해 새로 '파로 살아도 가족 결합' 제도를 출시, 파로 사는 가족들의 인터넷·TV 회선을 최대 5화선까지 결합해 할인 혜택을 받을 수 있도록 했다. 멤버십과 제휴 상품 확대에도 공들이고 있다. 특히 반려동물용 정제 서비스 '우리 펫샵' 제휴 상품들을 올 2월 출시, 호응을 얻었다.

최은경 기자

“국제 특송과 국제전화 할인을 동시에”

국제전화 1위 SK텔레콤

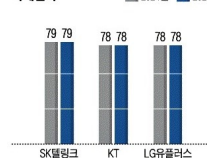
2025년 국제전화 서비스 부문 국가고객만족도(NCSI)에서 SK텔레콤이 작년과 같은 79점을 기록해 12년 연속 1위를 차지했다. 최근 6개월 동안 2회 이상 국제전화 서비스를 이용한 고객을 대상으로 한 조사다. KT와 LG유플러스는 작년과 같은 78점을 받아 공동 2위에 올랐다. 국제전화 서비스인 전체 고객만족도 역시 작년과 같은 78점으로 나타났다.

SK텔레콤은 새로운 요금제와 서비스를 내놓으며 고객 수요에 기민하게 반응한 점이 1위 수성에 주효했다. 작년 6월 국제 특송 기입 DHL과 협력해 'DHL X 국제전화 00700' 제휴 요금제'를 출시했다. SK텔레콤의 국제전화 서비스인 '00700'을 이용하는 고객에게 특송 서비스 등 DHL 할인 쿠폰을 제공하는 구독형 요금제다. 또 작년 8월엔 하나의 유선으로 국내 번호와 중국 번호를 동시에 이용할 수 있는 'CMLink' 서비스를 출시했다. 그간 중국과 국가에 거주하는 사람들은 중국 내 금융 서비스를 이용하려면 현지 유선을 넣은 별도의 단말기를 이용하거나 유선을 교체해야 해 번거로움이었는데, 이를 해결한 것이다. SK텔레콤은 고객·대수준과 고객만족지수(모두 전년 대비 1점 상승하며 각각 85점과 80점을 기록했다).



SK텔레콤의 '00700'은 미국(맨 왼쪽)과 프랑스(맨 오른쪽) 등 해외로의 통화를 위한 국제 전화 서비스다. 1998년 출시 이후 고객 수요에 맞는 새로운 요금제 등을 지속 출시해 왔다.

국제전화



'국제전화 002' 서비스를 운영하는 LG유플러스는 품질 관리는 물론 저렴한 요금제에 주력하고 있다. 휴대전화 통신사와 상관없이 저렴한 요금제를 누구나 이

용할 수 있게 했고, LG유플러스 고객을 대상으로는 기존 모바일 요금제의 남은 음성 통화 시간을 국제전화 002로 전환해 이용할 수 있는 요금제를 제공하고 있다. KT는 번호(001)를 눌러 국제 통화를 할 수 있는 국제전화 서비스를 1983년 최초로 도입한 기업으로, 안정적인 품질의 국제전화 서비스를 제공하면서 시장 변화에 맞춘 상품도 내놓고 있다. 작년 4월 외국인 전용 요금제 혜택으로 선보인 '001 Free' 부가 서비스가 대표적이다. 국내 음성 통화 기본 제공량 내에서 '001 국제전화'를 이용할 수 있는 무료 서비스에, 국내 거주 외국인이 늘어나는 상황을 감안해 출시했다.

이영관 기자

최고 함량* 비타민C 40% 강력한 항산화 토닝 효과

VITAMIN C EXPERT
40% MASK CONCENTRATE
IOPE

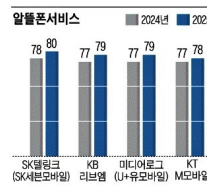
비타민C 40% 컨센트레이트
IOPE

‘5G 초저가 요금구간’ 신설… 주문하면 2시간내 유심 배송

알뜰폰서비스 1위 SK텔레콤

올해 알뜰폰서비스 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 SK텔레콤(SK세븐모바일)이 80점으로 3년 연속 고객 만족도 1위를 기록했다. KB리브넷과 미디어포스트(U+유모바일)는 79점으로 공동 2위, KT M모바일은 78점으로 4위를 나타냈다.

SK텔레콤은 5G 요금제 데이터 제공량을 1.5·7.9GB로 나눈 '초저가 요금구간'을 신설했다. 음성은 1GB에 500분, 나머지 상품은 동일하게 1000분씩 제공한다. 작년 11월부터는 5G 무량정 중간 요금제를 도입해 고객의 선택권을 넓히기도 했다. 제휴 서비스도 확대했다. 이달부터 CU, GS25, 교보문고, 롯데시네마 등과 제휴한 서비스 상품을 확대하는 한편, 중고나라와 반계정다에서 구할 수 있는 요금 상품도 기획해 운영하고 있다. 셀프 개통을 활성화하기 위해 2시간 안에 배송해주는 '유심 바로 배송' 서비스



도 올해부터 시작했다. KB리브넷은 은행과 연계한 서비스를 확대했다. KB스타뱅킹과 연계해 KB국민카드 사용 금액에 따라 적립되는 '카드 포인트'를, KB금융그룹 VVIP-VIP 고객에게 적립되는 '스타클럽 포인트' 등으로 통신비를 결제할 수 있게 했다. 지난 1월부터는 공무원 대상 3종 요금제를 신설, KB국민은행으로 급여를 이체한 실적이 있거나 적립식 예금, 정기예금을 보유한 고객에게 월 2200원씩 할인해

주고 있다. 미디어포스트는 이달 통신비와 교통비를 동시에 절감하는 '이동의 즐거움 K-패스' 요금제를 출시했다. K-패스 기존 환급액에 추가로 20% 환급 혜택이 추가된다. 환급 혜택은 최대 73%까지 늘어나게 된다. 알뜰폰 업계 최초로 아이폰 맞춤형 요금제 '아이팟 요금제'도 선보였다. '아이팟 라이트'는 당월 사용량이 50%보다 낮을 때 다음 달에 남은 데이터를 최대 20GB씩 2년간 보상받을 수 있다. '아이팟 맥스'는 같은 혜택에 당월 보상 금액이 추가로 제공된다. KT M모바일은 늘어나는 셀프 개통 수요에 발맞춰 3월부터 이선(eSIM) 개통에 AI 자동 개통 서비스를 적용했다. 기존 유선뿐 아니라 이선까지 대상을 확대해 신분증 전위 확인이나 정보 검증 등을 자동화한 것이다. 또 부처 사용 태스크포스 조직을 신설, 부처 기업이 의심되는 회선에 대해 AI가 직접 본인 여부를 검증하는 시스템을 운영하고 있다.

조재현 기자

기고

“고객만족 최적화 위한 맞춤형 AI 전략은 필수”

인공지능(AI) 기술의 발전은 모든 산업에 걸쳐 혁신을 촉진하며 고객 만족(CS) 전략을 재정의하고 있다. AI는 방대한 데이터를 활용해 고객 요구를 정교하게 분석하고 개인화된 경험을 제공하는 데 핵심적인 역할을 한다. 이러한 기술은 고객 경험을 극대화하고 실시간 대응 체계를 구축함으로써 기업의 경쟁력을 강화하고 궁극적으로 고객의 요구에 즉응성을 증대할 기회를 만들 수 있다.

이처럼 AI가 성공적인 고객 만족 실행을 위한 핵심 요인으로 자리 잡으면서 AI 기반 고객 서비스 혁신이나 AI를 활용한 성공적인 마케팅 사례는 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 스타벅스의 AI 음성 인식 시스템인 '마이 스타벅스 바리스타', AI 기기의 맞춤형 콘텐츠 제작 서비스 '나 이키 바이 유' 등이다. AI 기술은 고객 journey에서도 중요한 역할을 한다. 이마트 프라임 비디오는 AI 기반 콘텐츠 추천 시스템을 통해 고객 선호도를 학습하고 맞춤형 콘텐츠를 제공해 구독 유지율을 극대화하고 있다. 이 외에도 AI 기술은 단순한 서비스를 넘어서 사전적 문제 예방과 예측 솔루션 제시에 이르기까지 다양한 방식으로 활용되고 있다. 고객들은 이전에 없던 경험을 감명하며 AI는 이러한 기대를 충족시키는 데 필수적인 역할을 수행한다.

AI 기술을 성공적으로 활용해 고객 만족도를 향상하기 위해서는 기술의 도입을 넘어 AI 중심의 전략적 접근이 필수적이다. AI 기반 자동화 기술을 활용해 고객 응대 및 서비스 프로세스를 최적화하는 한편, 고객 이탈 예측에도 AI를 활용해야 한다. 이와 함께 기존의 정형화된 데이터만으로는 알 수 없는 시장 동향을 다차원적으로 빠르게 파악하고 숫자나 문자 이면의 고객의 감정 분석을 통해 보다 세심하게 대응할 수 있어야 한다. 마지막으로, 알고리즘의 편향성을 방지하

고 AI의 의사 결정이 공정하게 이루어질 수 있도록 모니터링하며 AI 도입과 운영 과정에서 윤리적 문제를 고려하고 AI의 투명성과 공정성을 유지하는 것이 중요하다. 이 모든 전략이 결합될 때 기업은 고객의 만족도를 높이고 충성도까지 강화할 수 있다.

머지않아 AI는 더욱 인간적인 서비스 경험을 제공하는 에이전트 또는 로봇과 결합한 물리적 형상으로 진화할 것으로 보인다. 기업들은 AI를 적극적으로 활용해 고객 기대치를 뛰어넘는 혁신적인 서비스를 개발하고 지속적인 학습과 개선을 통해 AI 기술을 최적화해야 한다. AI를 전략적으로 활용하는 기업이 고객의 신뢰를 확보하고 장기적인 경쟁력을 갖춘 시장 선도 기업으로 확고한 리더십을 구축할 수 있다. 박성중 한국생산성본부 회장



박성중 한국생산성본부 회장

LG유플러스 다양한 OTT 볼 수 있는 결합상품 출시 SK브로드밴드 셋톱박스·콘텐츠 등의 품질 전반 개선



1 LG유플러스는 넷플릭스, 디즈니플러스 등 다양한 플랫폼과 결합한 할인 요금제를 출시했다. SK브로드밴드는 AI(인공지능) 대화형 에이전트인 에이 및 서비스를 적용한 'AI Btv'를 선보이고 있다.



2 SK브로드밴드는 AI(인공지능) 대화형 에이전트인 에이 및 서비스를 적용한 'AI Btv'를 선보이고 있다.

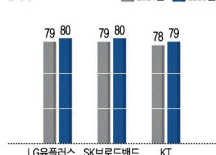
IPTV 공동 1위

LG유플러스·SK브로드밴드

IPTV(인터넷TV) 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에선 LG유플러스와 SK브로드밴드가 지난해보다 1점 오른 80점을 나란히 받으며, 공동 1위에 올랐다. LG유플러스는 2022년 공동 1위에 오른 이후 4년 연속 같은 자리를 유지했고, SK브로드밴드는 IPTV 업종 조사 이래 15년 연속 1위에 올랐다. KT도 작년보다 1점 오른 79점으로 3위를 나타냈다.

LG유플러스는 다양한 OTT 및 동영상 서비스 플랫폼과 묶는 등의 제휴를 맺는 행보를 이어갔다. 넷플릭스는 물론 디즈니플러스, 쿠팡플레이, 유튜브 프리미엄 등 다양한 OTT 구독권을 활용한 요금

IPTV



제와 결합 상품을 출시하고 있다. LG유플러스는 유튜브 프리미엄과 넷플릭스 구독권 2종을 월 1만원대로 제공하는 '디널스 트리밍 연간권' 상품으로 IPTV 외에도 플랫폼을 통한 미디어 시청이 활발한 고객들을 위한 상품을 출시하기도 했다. 공동 1위를 기록한 SK브로드밴드는 전

사단위 고객 경험 회의를 통해 고객 불편 해소와 편의성 개선을 위한 과제들을 도출하고 있다. 2024년 한 해 동안 서비스 품질, 셋톱박스·공유기 등 디바이스, 콘텐츠·UI/UX, 가입·상담·기동·AS 등 고객 접점 서비스 전반에 걸쳐 개선 과제 총 25개를 도출하고 시행했다. 이와 함께 매일 고객 약 5000명의 피드백을 실시간으로 수집해 서비스 전반에 반영하고 있으며, 2014년부터 운영해온 고객 자문단 'B프렌즈'의 목소리는 신규 상품 및 서비스 개발 과정에 적극적으로 반영하고 있다.

KT도 온라인 전용 요금제를 통해 저렴한 가격에도 OTT 및 KT 멤버십 VIP 등급 혜택을 제공하면서 광범위한 고객층에게 혜택을 제공하기 위해 노력했다. KT도 온라인 전용 요금제를 통해 저렴한 가격에도 OTT 및 KT 멤버십 VIP 등급 혜택을 제공하면서 광범위한 고객층에게 혜택을 제공하기 위해 노력했다. KT도 온라인 전용 요금제를 통해 저렴한 가격에도 OTT 및 KT 멤버십 VIP 등급 혜택을 제공하면서 광범위한 고객층에게 혜택을 제공하기 위해 노력했다.

최혜경 기자

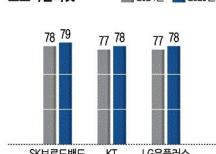
앱·웹페이지 없이 '챗봇'만으로 요금 납부·결제 OK

초고속인터넷 1위 SK브로드밴드

올해 국가고객만족도(NCSI) 초고속인터넷 부문 조사에서는 SK브로드밴드가 79점으로 15년 연속 1위를 차지했다. KT와 LG유플러스는 78점으로 공동 2위를 기록했다.

SK브로드밴드는 작년 9월 차세대 광(光)전송 기술이 활용된 800Gbps 전국 유선망을 도입, 서울-부산 상용망에서 시험 개통했다. 작년 11월에는 자사 홈페이지 'Bworld(비월드)'와 앱의 챗봇 서비스 '챗비'를 2.0 버전으로 업데이트했다. 새로 업데이트된 '챗비 2.0'은 고객 유선망 상황에 따라 개인화된 메시지와 대화 외에 노출해 고객 편의성을 높인 점이 특징이다. 기존 서비스와 달리 별도 앱이나 웹페이지를 통하지 않고 챗봇만으로도 요금 납부나 결제, 본인 인증을 거칠 수 있도록 했다. 또 챗봇과 함께 AI(인공지능) 기반의 디지털 상담을 받을 수 있는 'AI 플래너'도 함께 도입했

초고속인터넷



다. 고객이 원하는 상품과 요금 정보, 유용한 팁이나 불편 해결 방법 등을 짧은 동영상으로 제공하는 상담 시스템이다. KT도 전송망 인프라를 개선하기 위해 노력했다. 작년 6월 전국 270개 통신 거점을 있는 전송망을 100Gbps 수준으로 개선했다. AI와 클라우드 등 신기술 발전과 글로벌 콘텐츠 수요 증가에 맞춰 네트워크 성능을 개선했다는 평가를 받는다. 전송 속도는 10배 빨라졌고 전송 장비의 용량은 기존 대비 6배 커졌다. 이

와 더불어 국내 통신사 중 최초로 서울-부산·전남을 잇는 망에 테라급(Tbps) 속도의 전송망을 시범 적용했다. 서울-부산 구간은 1.2Tbps, 서울-전남은 1.6Tbps 속도로 데이터가 송수신된다. 이외에도 올 상반기 안에 테라급 중장거리 전송망을 적용할 계획이다.

LG유플러스는 작년 12월부터 서울-인천·경기-부산 등 주요 지역에 대규모로 인터넷망을 교체했다. 기존 '광동축 혼합망(HFC)' 대비 전력 소모량이 적고 업로드 속도가 최대 4배 빠른 '핑가입자 망(FTTH)'으로 설비를 교체한 것이다. 내년까지 전국 인터넷망을 100% 광케이블로 교체한다는 계획이다. 또 작년 8월에는 단기간 인터넷 사용이 필요한 이용자들이 상품을 해지하는 데 번거로움이 없도록 '선택 인터넷' 상품을 출시했다. 6개월 또는 12개월 요금을 선납하면 최대 43%를 감면받을 수 있다. 기간이 만료되면 자동으로 해지된다.

최혜경 기자

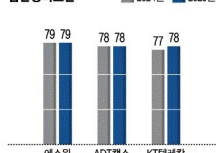
CCTV 상태 실시간 확인... 이상 발생 땐 고객에 즉시 알람

첨단경비보안 1위 에스원

첨단경비보안 서비스업 고객만족도(NCSI) 조사에서는 에스원이 전년과 같은 79점으로 1위를 차지했다. 이 업종에서 조사를 시작한 2021년 이후 5년 연속 1위를 기록 중이다. ADT켄스는 작년과 같은 78점, KT텔레캅은 전년보다 1점 오른 78점을 기록해 공동 2위를 나타냈다.

에스원은 경비 공백을 효율적으로 최소화하는 데 앞장선 점이 5년 연속 1위를 달성한 원동력으로 분석됐다. 에스원은 지난해 말 CCTV가 고장 난 상태로 방치돼 사각지대가 발생하지 않도록 하는 '영상 기기 이상 모니터링 서비스'를 출시했다. 각 기기의 상태를 실시간으로 확인하고 이상이 발생하면, 고객에게 즉시 알람을 보내고 원격 조치를 취할 수 있도록 하는 기능이다. 또 아파트 주요 설비에 센서를 부착하고 CCTV와 연동한 '블루스캔 서비스'도 고도화하고 있다. 화재가 발생하

첨단경비보안



먼 스프링클러 작동 상태 및 현장 상황을 감지해 빠르게 소방서에 신고하고, 실시간 모니터링을 스마트폰 앱 서비스로 제공한다. 이에 더해 AI 서비스 확장에 따라 늘어나는 데이터 센터를 위한 전용 종합 안전관리 솔루션도 출시했다.

공동 2위를 차지한 ADT켄스는 지난해 말 전기차 배터리 전문 기업 파엠그룹과 업무 협약을 맺고 전기차 화재 예방 시스템을 구축하기로 했다. 실시간으로 전기차 배터리 안전 진단 정보를 전송하고,

이에 따라 주차장 진입 허용 여부를 시스템이 자동으로 결정하는 서비스다. 우선 ADT켄스 전기차·사육 등에 시범 적용한 뒤 이후 본격적으로 사업화에 착수할 계획이다. 또 늘어나는 1인 가구 수요에 맞춰, 1인 가구가 주로 사는 공용 주거 시설에 특화된 AI CCTV 기반 보안 서비스도 출시했다.

KT텔레캅은 전기차 충전소 화재 우려가 커지는 사회 분위기를 고려해 최근 'EV-세이프'라는 AI 보안 솔루션을 선보였다. AI 열화상 CCTV가 전기차 충전소 내 열과 연기를 감지해 화재 발생 시 즉각 관계 센터를 통해 119 등에 신고하고, 보안 요원을 현장에 출동시키는 서비스다. 또 올 2월부터 클라우드 그룹웨어 서비스 '비즈오피스(BizOffice)'와 협력해, KT텔레캅의 출입 통제 시스템에 기록한 직원들의 출입 정보를 근대 정보로 자동 등록하는 업무 관리 서비스도 제공하고 있다.

최혜경 기자

“2000원으로 2kg 이하 물건 전국 배송”

택배/소포 1위

우정사업본부

올해 택배/소포 서비스 부문 고객만족도(NCSI) 조사에선 우정사업본부의 우체국 소포가 지난해와 같은 80점으로 단독 1위를 차지했다. 택배/소포 서비스를 3개월 이내에 한 번이라도 이용한 고객을 대상으로 조사한 결과다. 우정사업본부는 이 부문 조사를 시작한 2007년 이후 19년 연속으로 1위에 올랐다. CJ 대한통운은 78점으로 2위를 나타냈고, 롯데글로벌로지스와 한진은 나란히 77점으로 평가돼 공동 3위였다.

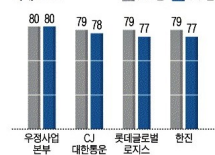
우정사업본부가 19년간 1위를 수성한 요인으로서는 다양한 고객 편의의 서비스 발굴이 꼽힌다. 올 2월 시작한 '중동기 선남 분무' 서비스가 대표적이다. 늘어나는 개인 간 소형 소포 거래 수요에 발맞춰, 중동기 번호가 미리 부여된 가로 21cm·세로 14cm 봉투를 2000원에 판매하는 서비스다. 이 봉투에 2kg 이하 물품을 넣어 우체통에 넣으면, 우체국 방문 없이 소포를 보낼 수 있다. 소포 내용물을 사진으로 미리 확인할 수 있는 서비스, 물류 취약 지역에 민간 택배사 물량을 전하는 공동 배송 시범 사업도 했다.

2월에 오른 CJ 대한통운은 한국중소벤처기업위원회의 '2025년 소상공인



우정사업본부는 '중동기 선남 분무' 등 고객 접근성과 편의성을 제고하기 위한 방안을 꾸준히 마련하고 있다. 지난해 말엔 우체국 소포 상자에 정부와 일·육아 지원 등을 홍보하는 내용을 넣은 합작물 고품도봉투를 냈고 있다.

택배/소포



스마트 물류 지원 사업'에 참여, 소상공인의 판매 확대 및 물류비 경감 서비스를 제공한다. 또 주 7일 배송 서비스를 도입, 고객과 판매자에서 호응을 얻고 있다. 특히 식품 판매자 반응이 뜨겁다. CJ 대한통운의 지난 1~2월 신규 유

치 고객 분석 결과, 식품 판매자가 전년 동기 대비 24.7% 늘었다.

공동 3위인 롯데글로벌로지스는 주요 쇼핑물·유통 업체에 '롯데택배 약속 배송 서비스'를 지난 연말 출시, 고객사 소비자들에게 새벽(1~7시), 오전(7~12시), 오후(12~6시), 야간(6~12시) 등 배송 시간대를 선택할 수 있게 했다. 글로벌 배송에도 힘쓰는 한진은 유망 고객사와 알라바바·틱톡 등 글로벌 커머스 플랫폼의 정보 교류 행사 '한진 원클릭 커넥트'를 올 3월 개최했다. 한진은 K브랜드와 해외 소비자들 있는 이 같은 이벤트를 정기적으로 개최하며 유망 브랜드의 해외 진출을 지원할 방침이다.

최은경 기자

대한민국 No.1답게 새로움을 담다

김치의 또 다른 이름

종가 JONGGA

대한민국 No.1답게 새로움을 담다

김치의 또 다른 이름

종가 JONGGA

대한민국 No.1답게 새로움을 담다

김치의 또 다른 이름

종가 JONGGA

엠블럼부터 내장재까지 ‘블랙’... 제네시스 최상위 라인업 강화

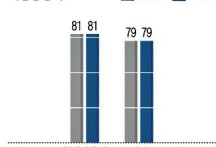
대형승용차 1위 현대자동차

올해 대형승용차 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서는 현대자동차가 작년과 같은 81점으로 14년 연속 1위를 수성했다. 기아는 전년과 같은 79점으로 2위를 나타냈다.

현대자동차는 고객기대수준은 87점, 고객인지품질은 80점, 고객인지가치는 79점을 받으며 전체 81점으로 1위에 올랐다. 현대자동차 고급 브랜드 제네시스의 고급화 전략이 영향을 미쳤다는 분석이다. 제네시스는 작년 대형 세단 G90을 시작으로 준대형 세단 G80, 준대형 SUV(스포츠크로티카) GV80 등 차량에 최상위 라인업으로 ‘블랙 모델’을 속속 내놓고 있다. 블랙 모델은 라디에이터 그릴(흑기구), 전면 엠블럼과 내장재는 물론 볼트·스위치 등 거의 모든 부품을 검은색으로 칠한 차량이다. 벽의 농담 차이로 원근감을 보여주는 동양화에서 착안, 단조로움을 피하기 위해 다양한 농도의 검은색을 사용했다.

제네시스 고객들의 편의를 위해 출시한 ‘선제 케어 서비스’도 현대자동차의

대형승용차



1위 수성에 주효했다. 실시간 원격 진단 기술을 활용해 차량 운행 중 발생하는 고장과 이상 현상 등을 선제적으로 파악하고 고객에게 안내하는 서비스로, 차량 고장을 감지하는 ‘안심 케어’와 고장 외 단순 운행 관련 이상 상황을 감지하는 ‘스마트 케어’로 구성되어 있다. ‘MY GENESIS’ 앱 오픈은 문자로 차량 상태를 전달받고, 원한다면 안내 전화와 함께 긴급 출동과 견인 등 후속 조치 서비스도 받을 수 있다.

기아는 2위를 나타냈다. 플래그십 세단 K9이 2021년 6월 부분 변경 모델 출시 이후 4년 동안 연식 변경을 통해 편의 사양을 바꾸는 등 작은 수준의 변화만 있



지난 3월 출시된 대형 세단 G90의 최상위 트림(세부 모델) ‘G90 토틀백’은 블랙·거의 모든 내외장재가 검은색인 차량이다. 단조로움을 피하기 위해 다양한 농도의 검은색을 사용했다.

었기 때문에 고객만족도 등 지표가 작년과 비슷한 수준을 기록했다. 기아는 작년 8월 강원도 최초의 ‘플래그십 스토어’를 원주에 열며 고객과 접점을 확대했다. 플래그십 스토어는 차량

관람부터 시승, 구매, 정비, 브랜드 체험까지 가능한 복합 공간이다. 서울 강서, 인천, 부천, 광주에 이어 원주에 다섯 번째로 개관했다. 원주 플래그십 스토어는 전기차 이용 고객들의 편의를 위해 충전

장비 인프라를 갖췄다. 고전압 배터리 전용 공간, 패배터리 보관 시설 등을 갖춰 전기차 이용 고객들에게 보다 안전한 정비 서비스를 제공할 수 있게 됐다. 신차 출고 고객에게 차량을 인도하는 공간인

‘기아 픽업 라운지’도 새롭게 구성됐다. 차량 검수 및 품질 설명 과정을 포함해 고객에게 직접 차량을 전달함으로써 고객마다 맞춤형 구매 경험을 제공할 수 있게 됐다. 이영관 기자

기아 다섯 쌍둥이 가정에 ‘카니발 9인승’ 선물

현대차 더 크고 잘 달린다, ‘디 올 뉴 팰리세이드’

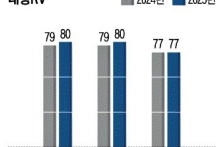
대형RV 공동 1위

기아·현대자동차

최근 3년 내 RV(레저용 차량)를 구입해 6개월 이상 사용해본 고객을 대상으로 조사한 대형RV 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 기아와 현대차가 80점으로 3년 연속 공동 1위를 기록했다. KG모빌리티는 작년과 같은 77점으로 3위를 나타냈다.

기아는 자연 입선으로 다섯 쌍둥이를 출산한 부부에게 ‘The 2025 카니발’ 9인승 차량을 증정했다. 이 부부가 거주하는 경기 동두천시에는 지역 내 다자녀 가정을 위한 차량 관련 용품과 육아 물품 지원 사업에 활용하도록 성금도 전달했다. 저출생 문제에 대응하고 사회적 책임을 이행하는 사업의 일환이다. 한편 넉넉한 실내 공간과 다양한 편의·안전 사양을 갖춘 카니발, 스티어링 휠(운전대) 전동 경고 ‘햅틱’ 기능과 섀시에서 LED 조명이 전 트림에 적용된 쉐도트모두 높은 만족도를 보였다. 쉐도트는 스마트 파워테일라이트 옵션이 기본 기능으로 탑재돼 사용 편의성을 개선한 것으로 분석됐다.

대형RV



현대차는 지난 1월 프리미엄 플래그십 대형RV로 사전 계약부터 높은 주목을 받아온 ‘디 올 뉴 팰리세이드’를 선보였다. 5m 넘는 전장을 활용한 넉넉한 공간, 쾌적한 이동 경험을 제공하는 여러 편의 사양, 차량 인도 후에도 원하는 디지털 사양을 추가할 수 있는 ‘블루링크 스토어’ 기능 등이 높은 평가를 받았다. 출시 직후 현대백화점 판교점 열린광장에 전시 공간을 마련하고 다양한 색상과 소재를 경험해볼 수 있도록 컬러칩과 내장재를 전시하는 이벤트도 열었다. 이 행사에는 전문 카마스터와 상담할 수 있는 라운지도 함께 마련됐다.



①기아는 최근 10월 다섯 쌍둥이를 출산한 부부에게 ‘The 2025 카니발’ 9인승 차량을 증정했다. 왼쪽부터 정원정 기아 부사장, 김준영·사공해란 부부, 박형덕 동두천시장. ②현대차가 지난 1월 출시한 프리미엄 플래그십 대형RV(레저용 차량) ‘디 올 뉴 팰리세이드’.

KG모빌리티는 지난날 자사 최초의 하이브리드 모델 ‘토레스 하이브리드’를 출시했다. 직렬형 듀얼 모터 기반의 ‘듀얼 테크 하이브리드 시스템’을 적용해 복합 연비가 18인치 휠 기준으로 리

터(L)당 15.7km를 나타냈다. 도심 주행할 때는 EV 모드 비율이 94%에 달해 전기차에 버금가는 정속성과 효율성이 고객 만족도를 높였다는 반응이다. 1.83 kWh(킬로와트시) 대용량 배터리를 130



kW 전기 모터, 흡출열 타이어, 한층 강화된 쇼크 업소버(충격 흡수 장치) 등으로 주행 성능과 승차감이 개선됐다는 평가도 받았다. KG모빌리티는 토레스 외에도 렉스턴 스포츠 등 주력 모델을 중심으로 고객의 기대 수준과 인지도도 높인 것으로 나타났다. 앞으로는 토레스를 시작으로 여러 하이브리드 모델을 차례로 선보인다는 계획이다. 조재현 기자

기아 화재시 최대 100억원 지원... 전기차 불안 줄여

현대차 차량 주기 전체 책임지는 ‘에브리케어’ 선보여

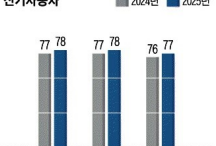
전기자동차 공동 1위

기아·현대자동차

전기자동차 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 기아와 현대차가 작년보다 1점씩 오른 78점으로, 2년 연속 공동 1위에 올랐다. 현대차는 이 부문 자리가 처음 시작된 2023년부터 계속 1위 자리를 지켰다. 테슬라도 작년보다 1점 오른 77점으로 3위를 나타냈다. 조사는 최근 3년 전기차를 구입해 6개월 이상 사용한 고객 834명을 대상으로 진행됐다. 이들이 이용한 전기차는 현대차 6종(아이오닉 EV 등), 테슬라 4종(모델S 등), 기아 4종(에이 EV 등)이다.

기아는 주력 모델인 EV6가 호평을 받은 가운데, 고객 관리 서비스 ‘e-리얼 패키지’도 인기를 얻었다. 올해 패키지엔 공동주력 충전 컨설턴트 ‘스마트 제이 충전기’를 적용하고, EV 화재로 인한

전기자동차



피해에 최대 100억원을 지원하는 내용을 포함했다. 스마트 제이 충전기는 차량 상태를 실시간으로 파악해 충전 속도 및 배터리 상태를 최적화하는 기능을 한다. 안심 점검 혜택도 8년 8회에서 10년 10회로 늘었다.

현대차는 주력 모델인 아이오닉 시리즈의 품질과 ‘EV 에브리케어’로 대표되는 관리 서비스가 조화를 이루며 만족도를 끌어올렸다는 평가다. ‘2025 EV 에

브리케어’로 고객의 구매 시 80만 충전 크레디트로 EV 전용 타이어, 휴 충전기와 설치 공사비 중 하나를 선택할 수 있다. 평소엔 점검 및 EV 보증 연장, 화재 안심 프로그램 등을 활용하고, 팔 때엔 최소 구입가의 55%도 보장받는다. 현대차는 지난 2월 플래그십 전동차 대형 RV 아이오닉9를 출시했다. 동급 최대 충전 거리에 고급 소재까지 더해 여유롭고 고급스러운 실내 공간이 특징이다.

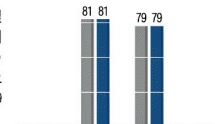
테슬라는 지난 4월 ‘뉴 모델’을 국내에 선보였다. 한 번 충전하면 통째로 지 모델 기준 주행 가능 거리는 최대 476km, 전비는 5.4kWh(킬로와트시)다. 특히 앞좌석에 통풍 시트를 설치해 소비자 만족도를 높였고, 서스펜션을 재조정한 승차감도 끌어올렸다. 또 이전엔 별도로 구매하도록 한 운전 자를 주행(FSD) 소프트웨어에 이번엔 기본으로 탑재했다. 최은경 기자

준대형승용차 1위 현대자동차

최근 3년 내 자동차를 구입해 6개월 이상 사용해본 고객을 대상으로 한 준대형승용차 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 현대차가 작년과 같은 81점으로 14년 연속 1위를 기록했다. 기아는 79점으로 2위를 이었다.

현대차는 지난 1월 제네시스 브랜드 첫 모델 G80의 고급화 차종인 ‘G80 블랙’과 연식 변경 모델 ‘2025 G80’ 판매를 시작했다. G80 블랙은 내·외장에 모두 블랙 컬러를 도입해 더욱 고급스럽게 한 것이 특징이다. 외관에는 전용 블랙 컬러 그릴과 물림, 20인치 휠이 적용됐고 실내에는 버튼과 시트 가죽, 디스플레이 그래픽 모두 블랙 컬러로 꾸선했다. 2025 G80은 고재 선호도가 높은 헤드업 디스플레이(HUD)가 기본으로 적용됐고 접근 시 도어 앞에 제네시스 로고가 점등되는 퍼플렉스 기능이

준대형승용차



한층 개선됐다. 현대차의 대표 차종 중 하나인 그랜저는 ‘차로 유지 보조(LFA) 2’와 ‘스티어링 휠 그림 감지’ 사양을 모든 트림에 기본 기능으로 적용하면서 높은 고객 만족도를 끌어내기도 했다.

기아는 작년엔 ‘더 뉴 K8’을 출고한 고객을 대상으로 한 맞춤형 금융 프로

그램 ‘Triple Value Care(트리플 밸류 케어)’를 현대캐피탈과 함께 마련했다. 구매 가치, 보유 가치, 잔존 가치 등 차량 생애 주기에 따라 다른 혜택을 제공한다. ‘구매 가치 케어’는 36개월 3.5%, 48개월 4.0% 등 등급 내연간 자동차보다 최대 1.9%포인트 낮은 금리의 할부 혜택을 적용한다. ‘보유 가치 케어’는 차량 관리에 필요한 프리미엄 서비스를 무상으로 받을 수 있도록 했다. 엔진오일과 에어컨 필터 교환, 무상 견인·정비 혜택도 포함된 ‘K-딜리버리 서비스’도 3년간 제공된다. ‘잔존 가치 케어’는 36개월 안에 기아 차량을 재구매하면 더 뉴 K8의 잔존 가치를 차량가의 최대 70%까지 보장한다. 한편 기아의 주력 모델인 K8은 고급화된 디자인과 기본 적용된 첨단 운전자 보조 시스템(ADAS)으로 상품성이 개선됐다는 평가를 받았다. 조재현 기자

기아 'The 2025 K5' 편의성 대폭 강화 현대차 쏘나타 디엡지, 최상위 트림 가격 인하

중형승용차 공동 1위

기아·현대자동차

올해 중형승용차 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서는 기아와 현대차가 공동 1위를 차지했다. 기아는 전년과 같은 79점으로 6년 연속 1위를, 현대차 역시 작년 점수를 유지하며 12년 연속 1위를 기록했다. 르노코리아는 작년과 같은 76점을 기록, 3위에 올랐다.

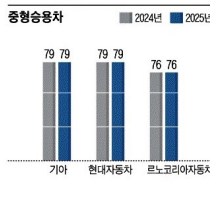
기아는 지난해 11월 안전·편의 사양을 대폭 강화한 'The 2025 K5'를 출시했다. 이 모델은 전제 트림에 선바이자·글로벌 박스 LDD 조명과 실내 소파기 등을 장착하고, 상위 트림인 '노블레스'에는 운전 자제 데모로 시스템과 뒷좌석 열선 시트, 뒷좌석 수동 산책론 등 고급 편의 사양을 기본 탑재한 게 특징이다. 여기에 '2.0가



솔라' 라인에 신규 엔트리 트림 '스마트 셀렉션' (276만 원)을 추가, 더 합리적인 가격으로 고사양 중형 세단을 이용할 수 있도록 해 고객 만족도를 한층 높였다.



공동 1위에 오른 현대차는 지난해 10월 '2025 쏘나타 디엡지'를 출시하며 사용자 편의성을 대폭 강화해 높은 평가를 받았다. 이 모델은 실내 지문 인증 위



차를 동승자도 사용할 수 있는 중앙 콘솔로 옮겼고, 열선·풍동 기능을 고단계에서 저단계로 작동하게 바꿨다. 그런데도 최상위 트림 '인스퍼레이션'의 가격은 20만원 인하했다. 현대차는 정비 네

트워크 '블루핸즈'의 평가·인증 시스템을 통해 두터운 신뢰를 얻고 있다. 특히 현대차는 'HMCP(Hyundai Master Certification Program)'을 통해 블루핸즈 엔지니어의 기술력을 4등급으로 나누고, 자격 심사를 통해 인증·승급한다. 정비 서비스를 받은 고객에겐 상시 만족도 조사도 실시한다.

3위를 기록한 르노코리아는 지난해부터 단종 수순을 밟던 중형 세단 모델 SM6 단종을 올 3월 공식 발표했지만, 중형 승용차 부문 고객 만족도는 예년 수준을 유지하는 저력을 보였다. 르노코리아는 중형 세단 모델 생산을 중단하는 대신, 지난해 9월 출시된 국내 시장에 물품을 일으킨 중형 SUV '그라 힐레오스' 등 중대형 모델에 대한 고객 수요에 대응한다는 방침이다.

기아 내·외장 디자인 변경 '더 뉴 스포티지', 특화 주행 기술 적용 현대차 주력 차량 '투싼', 모든 트림에 소화기 탑재해 안전성 높여

컴팩트RV 공동 1위

기아·현대자동차

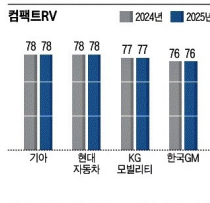
최근 3년 내 RV(레저용 차량)를 구입해 6개월 이상 사용해본 고객을 대상으로 조사한 컴팩트RV 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서는 기아와 현대차가 작년과 같은 78점으로 3년 연속 공동 1위를 차지했다. KG모빌리티는 77점으로 3위, 한국GM은 76점으로 4위를 기록했다.

기아는 주력 모델인 스포티지 내·외

장 디자인을 변경했고 주행 성능과 인포테인먼트, 안전·편의 사양을 모두 강화한 점에서 높은 평가를 받았다. 작년 11월 출시한 '더 뉴 스포티지'는 1.6 가솔린 터보 모델에 8단 자동변속기를 탑재하고 하이브리드 모델에 특화 주행 기술을 적용했다. SDV(소프트웨어 중심 차량) 기반의 인포테인먼트 사양을 탑재하고 스티어링 휠 그립 감지(HoD)와 진동 경고 기능 등 기본으로 적용했다. 전용 구매 프로그램인 '스포티지 더블케어 프로그램'을 이용하면 할부 또는 트

레이드 인 혜택을 받을 수 있다. 현대차는 주력 차량인 투싼이 모든 트림에 실내 소화기를 새로 적용했고, 프리미엄 트림에는 기본 적용되는 고급 편의 사양을 강화했다. 또 올해부터는 전역 예정 장병을 대상으로 채용 지원과정을 3배 운영하고 있고, 고용노동부·교육부와 협력해 기존의 친환경차 정비 인력 육성 제도를 개편해 인력 확보 체계를 구축하고 있다.

KG모빌리티는 대표 차종인 토레스와 렉스턴 스포츠를 중심으로 고객 기대와



인지도가 높아진 것으로 나타났다. 서비스 면에서는 전국 4개 거점 서비스센터에서 전 차종에 대해 '봄맞이 차량 점검 서비스'를 지난 1일부터 14일까지 진행했다. 배터리 상태와 냉각수·엔진오일 누유 여부, 브레이크 패드 마모 상태와 공기압 등을 점검하는 서비스다. 황사 시즌을 고려해 에어컨 필터 교환 비용을

50% 할인했고, 정품 와이퍼 블레이드와 공기청정기 등 정품 액세서리 90여 종도 할인 판매했다. 정비 방문이 어려운 고객에게는 차량 픽업과 딜리버리 방식을 채택한 '홈 딜리버리 서비스'도 병행 운영했다.

한국GM은 '2025 봄맞이 오너 케어 서비스'를 6월 말까지 시행한다. 전국 셀브레·GMC 서비스센터에서 엔진오일과 브레이크액, 배터리 등 8개 항목을 무상으로 점검하는 서비스를 제공한다. 에어필러와 와이퍼 블레이드, 에어컨 필터 등도 20% 할인해 신차 구매 고객의 부담을 줄이고 기존 고객의 만족도를 높이겠다는 취지다. 다만 트레일블레이저와 트랙스의 신차 효과가 전년 대비 줄어 만족도가 정체된 것으로 분석됐다.

'캐스퍼'를 사람 모습으로 형상화한 굿즈, 2030서 호평

컴팩트승용차 1위 현대자동차

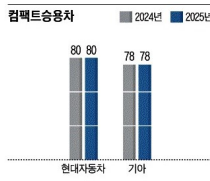
올해 컴팩트승용차 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 현대자동차가 작년과 같은 80점으로 2년 연속 1위를 차지했다. 기아도 작년과 동일한 78점으로 2위를 차지했다. 컴팩트승용차 부문은 지난해 경험승차와 준중형승용차를 통합해 진행했다.

현대자동차는 고객 기대수준은 85점, 고객인지품질은 78점, 고객인지가치는

78점을 받으며 전체 80점으로 1위를 차지했다. 현대자동차는 작년 소형 전기 SUV(스포르츠유틸리티차) 캐스퍼 일렉트릭, 경형 SUV 더 뉴 캐스퍼 등 신차를 출시했다. 이와 관련된 굿즈를 만들어 2030 고객과 접점을 늘린 것이 1위 수성에 주효했다. 오는 사람의 모습을 형상화한 캐스퍼 일렉트릭 전용 컵터 '디지털페이스' 등을 활용한 차량 용품과 굿즈를 출시해 고객에게 증명하는 행사가 열렸다. 또 현대자동차는 작년 준중형 세단 아

반베의 연식 변경 모델 '2025 아반떼'를 출시하며 고객들이 선호하는 사양을 확대 적용했다. 모든 트림(세부 모델)에 전자식 룸미러를 기본 적용했고, 중위 트림인 '모던'에는 하이패스와 운전석 사이드 피드 워드 등을 추가했다. 운전석 좌측에 있는 '탈라스터 사이드 패널'에 자석을 활용해 각종 커스터마이징 용품을 장착할 수 있게 하며 공간 활용성을 높인 점이 높은 만족도를 이끌어 냈다.

기아는 지난해와 같이 78점으로 2위



를 차지했다. 고객 기대수준은 84점, 고객인지품질은 76점, 고객인지가치는 77점을 기록했다. 경차 모닝과 레이는 현대자동차의 캐스퍼와 비슷한 수준의 만족도를 기록했다. 하지만 준중형 세단

K3가 지난해 단종되면서 만족도에 부정적인 영향을 미친 것으로 보인다.

기아는 최근 온라인 커뮤니티 커머스 '기아샵(Kia Shop)'을 통해 고객 만족도 향상을 꾀하고 있다. 기아샵은 지난 2월 기아가 기존 온라인 쇼핑몰 '카렌다 이프'를 개편해 선보였다. 기아 차량에 맞게 맞춤 제작하는 순정 액세서리 '기아 제누인 액세서리', 인기 브랜드와 협업해 개발한 자동차 액세서리와 굿즈인 '기아 컬렉션' 등을 내놓았다. 기아는 상품 판매에만 그치지 않고 기아샵을 통해 고객 제한단 운영, 상품별 작성 및 공유, 크라우드 펀딩 등 고객 접점을 확대할 계획이다.

임직원 사내이벤트 · 거래처 · 고객들에 대한 감사의 마음을 전하세요!

조선일보 모바일 쿠폰 서비스

C-CON 관련 문의 및 사업제휴, 이벤트 & 프로모션 제안을 기다립니다.

- ▶ B2B당담 02-724-5889
- ▶ 이메일 cconb2b@chosuncon.com
- ▶ 홈페이지 www.chosuncon.com

C-CON은 오프라인에서 실물상품으로 교환 가능한 바코드 형태의 모바일쿠폰입니다. 최적의 B2B/B2B2C 모바일쿠폰 서비스로 기업 프로모션, 이벤트 및 마케팅 등 다양하게 활용하실 수 있습니다.