§ 고객만족도 관리

■ 도입배경

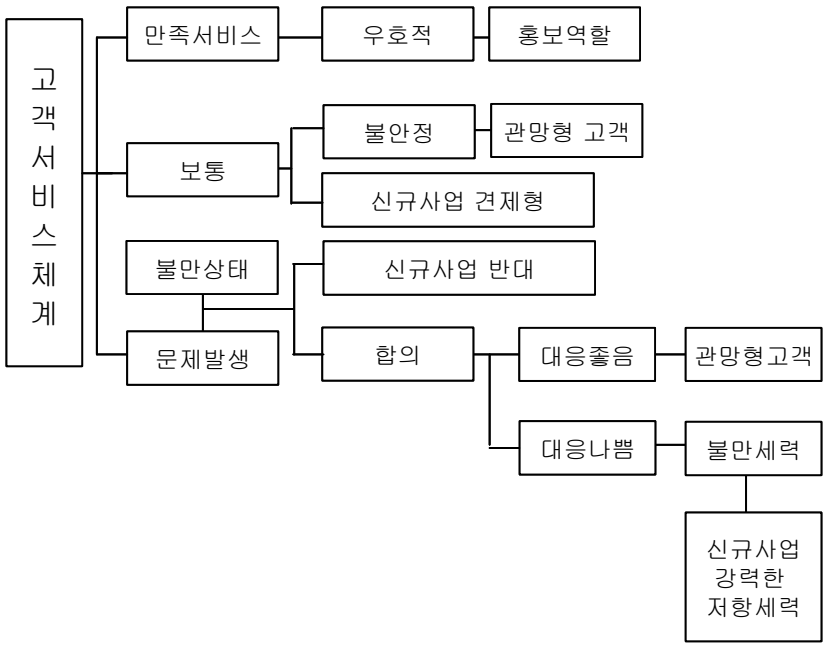
○ 고객요구 파악을 통해 고객 지향적 업무체계 구축

○ 고객만족 지원체계 구축에 의한 서비스기능 효율화

○ 전사적 고객서비스 기능의 다원화·차별화를 통해 사업성과 향상 및 만족도 증대로 기업사업 홍보역할 기대

- 서비스 만족 시 우호적 세력을 형성하여 신규 사업 적극적 지지
- 서비스 불만족 고객은 저항세력으로 분류되어 신규 사업 방해역할

고객서비스 관리체계



■ 추진방안

○ 고객만족도 및 요구도 조사를 반기별(전·후반기) 실시

- 서비스 내용별, 지역별, 대상별 특성 분석
- 서비스 수행역할의 적정성 분석(적시성, 적절성, 방법타당성)

○ 고객기대 만족도 향상

○ 고객접점 서비스 기능 강화

○ 고객심사제도 운영

- 서비스 수혜자로 하여금 고객관리 담당자를 평가토록 하는 방법으로서 서비스 수준을 평가
- 평가항목 : 접근성, 안내성, 친절도, 사무소 문화/분위기, 업무태도, 업무자질, 신속성, 결과피드백 등
- 평가결과는 인사고과에 반영토록 제도화

○ 관리내용별 고객서비스만족도 측정에 의한 개선내용 분류

○ 고객만족도 조사내용구성

- 조사영역 : 상품내용, 서비스 내용, 기업 이미지
- 조사분야 : 기업운용관리기능, 급여기준, 서비스 수준
- 조사내용
  - 사업성과로 인한 기대감, 미래가치, 지원체계의 적정성
  - 기업의 이미지에 대한 조사내용으로 사업성과 역할 타당도와 사회 역할, 신뢰성

○ 기업의 이미지 강화에 의한 서비스 신뢰도 구축

■ 기대효과

○ 고객요구 파악에 의한 다양한 서비스 개발과 제공으로 고객에게 선

택권 부여 가능

○ 고객서비스를 지향하는 경영시스템 구축을 통하여 고객만족 관리체계 구축

■ 추진일정

시행년도	중점추진전략	실천과제
단기	○ 고객관리기준 설정	○ 고객서비스 요구도 조사 - 지역별, 연령계층별 ○ 고객만족도 관리내용 설정
중기	○ 고객만족도관리	○ 고객만족도 평가 및 심사제도 운영 ○ 고객접점기능 강화