

고객피드백을 위한 설문시스템에 관한 연구

강민식* · 송은지**

*남서울대학교 산업경영공학과

**남서울대학교 컴퓨터학과

A Study on Survey System for Customer Feedback

Min-Sik Kang* · Eun-je Song**

*Dept. of Industry Management Engineering, Namseoul University

**Dept. of Computer Science, Namseoul University

E-mail : sej@nsu.ac.kr

요 약

우리나라는 서비스 관련 기업이 매우 많음에도 불구하고 고객의견의 수집 및 분석 기술이 미흡하다. 따라서 고객의 의견을 실시간으로 모니터링하고 문제가 발생하였을 때 이를 알리고 적절한 대안을 지원하는 시스템이 필요하다. 본 연구에서는 기존 고객의 피드백 측정을 위해 오프라인에서 설문지를 작성하던 방법을 온라인상에서 작성하고 결과를 분석할 수 있도록 하는 시스템을 제안한다.

이 시스템은 온라인 시스템으로 설문작업이 이루어지므로 실시간으로 데이터를 분석할 수 있으며 상품별로 설문지를 작성할 수 있도록 하여 다양한 서비스에서 사용할 수 있다. 향후 언어별로 설문지를 작성하여 외국인도 사용 가능하고 스마트 폰 시대에 손쉽게 설문에 응할 수 있도록 모바일에서도 설문에 응할 수 있는 시스템을 개발 예정이다.

키워드

Service Industry, Customer Feedback, Online , Survey System

I. 서 론

최근에 시장이 소비자 주도로 바뀌었고, 소비자의 니즈는 시시각각 변화하고 있으며, 기업간의 경쟁은 날로 심화되고 있다. 기업들은 이제 제품의 품질과 가격을 선전하는 것보다는 그 제품과 관련된 서비스로 승부하는 서비스 경제가 도래하였다. 이러한 서비스 경제에서는 고객에 대한 데이터가 산업혁명의 기계와 같으며 고객에 대한 마케팅 정보가 서비스 경제의 원동력이 된 것이다. 기업들은 마케팅 지식을 이용하여 고객을 세분화하여 타겟팅(targeting)하고 고객의 다양한 니즈를 충족할 수 있는 상품을 개발하고 고객의 성향을 해석하고 예측하여 마케팅 자원을 배분하고 있다. 이를 위해 기업들은 고객과 관련한 보다 많은 양의 데이터를 생성하고 축적하려고 노력하고 있다. 상품이나 서비스에 관해 고객들의 반응을 알아보고자 하는 일반적인 방법은 오프라인 설문

조사이다. 그러나 이 방법은 자료수집과 분석하는데 시간과 비용이 많이 들고 종이로 이루어져서 분실할 우려도 있다. 본 논문에서는 기존 고객의 피드백 측정을 위해 오프라인에서 설문지를 작성하던 방법을 온라인상에서 작성하고 결과를 분석할 수 있도록 하는 시스템을 제안한다. 이 시스템은 온라인 시스템으로 설문작업이 이루어지므로 비용과 시간이 절약되고 실시간으로 데이터를 분석할 수 있으며 상품별로 설문지를 작성할 수 있도록 하여 다양한 서비스에서 사용할 수 있다.

II. 설문 시스템 구성

설문지 전체구성과 구성영역별 설문구성은 다음과 같이 한다.

1. 상품별 설문지 작성

1) 설문기초정보: 상품별 설문방법(공개/비공개)

과 설문 대상 언어를 선택한다.

- 2) 설문구성정보: 설문지의 구성정보를 입력한다. (설문제목/설문개요/자유설문 영역/ 설문꼬리말)
- 3) 응답자정보영역 작성: 설문지의 응답자 정보영역을 구성한다.
- 4)서비스설문영역 작성: 설문지의 서비스 설문영역을 구성한다. 또한 실제 상품/서비스 설문내용은 상품/서비스 설문Pool에서 가져와 구성한다.
- 5) 설문 작성 완료

2. 언어별 설문지 작성

- 1) 응답자 정보 구성: 설문지의 응답자 정보 영역의 내역을 언어별로 구성한다.
- 2) 서비스 설문 구성: 설문지의 서비스 설문 영역의 설문 항목을 언어별로 구성한다.
- 3) 서비스별 머리말 작성: 설문지의 서비스 설문영역에 사용될 서비스명 및 서비스별 머리말을 언어별로 입력한다.

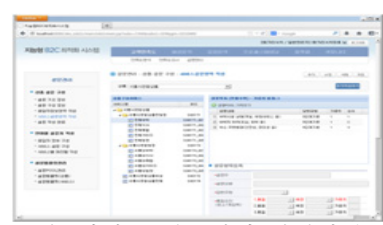


그림 4는 상품/서비스 설문영역을 구성 내역을 등록하는 화면이다..

그림4.서비스 설문영역 작성화면

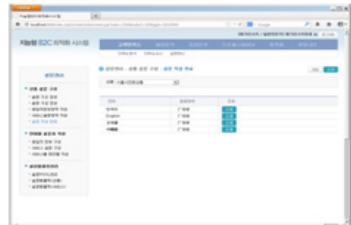


그림5는 설문구성내역을 조회확인하고 완료여부를 등록하는 화면이다.

그림5.설문작성 완료 화면

III. 설문지 시스템 구현

구성에 따라 그림1-5와같이 시스템을 구현하였다.

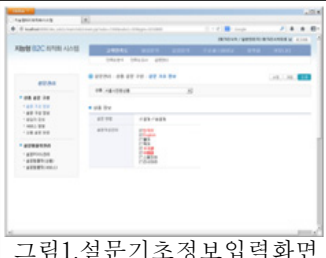


그림1은 상품별 설문방법과 설문대상 언어를 선택하는 화면이다.

그림1.설문기초정보입력화면

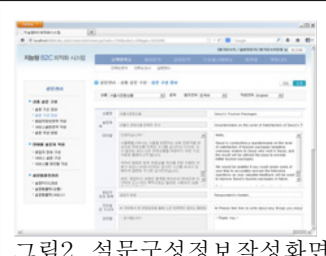


그림2는 설문구성정보를 언어별로 작성하는 화면이다.

그림2. 설문구성정보작성화면

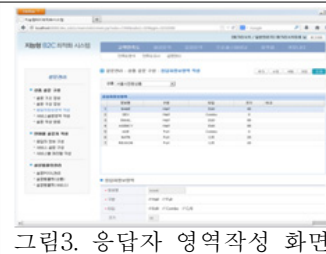


그림3은 응답자 정보영역 구성내역을 등록하는 화면이다.

그림3. 응답자 영역작성 화면

IV.결 론 및 향후과제

국내에는 B2C서비스 산업이 매우 많음에도 불구하고 서비스 관련 고객의견의 수집 및 분석 기술이 미흡하고 인적자원의 고비용, 저효율의 특성 때문에 관련기업의 서비스 체계개선에 어려움을 겪고 있다. 본 연구에서는 고객의 피드백 측정을 위해 기존에 오프라인에서 설문지를 작성하던 방법을 온라인상에서 작성하고 결과를 분석할 수 있도록 하는 시스템을 제안하였다. 이 시스템은 의료, 관광, 유통, 공공 등 다양한 서비스 분야에 적용 가능하며 온라인으로 이루어져 실시간으로 고객피드백 분석이 가능하여 우선순위에 따른 서비스 수준을 관리할 수 있다. 향후 언어별로 설문지를 작성하여 외국인도 사용 가능하고 스마트폰 시대에 손쉽게 설문에 응할 수 있도록 모바일에서도 설문에 응할 수 있는 시스템을 개발할 예정이다.

참고문헌

[1] 송은지 외, "온라인상에서 고객평판에 관한 연구" 한국정보통신학회 2012 춘계학술대회 논문집, pp. 771-774, 2012.

[2]남궁평, "인터넷을 이용한 설문조사와 고객만족도조사 시스템구현", 한국통계학회논문지 응용통계연구 제18호,제3권 pp.713-727,2005.

[3]Parasuraman, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality and Its Implication for Future Research", Journal of Retailing 64,pp12-40, 1988.