

NPS의 서비스 품질이 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향

김상국*

*한국과학기술정보연구원
 skkim@kisti.re.kr, bs.yoon@kisti.re.kr

The Effect of Net Promoter Score Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty

Sang-kuk Kim*

*Dept. of Policy, Korea Institute of Science and Technology Information

요 약

한국과학기술정보연구원(이하 KISTI)은 지난 13년 간 전사적으로 품질제고전략, 서비스만족전략, 이미지 제고전략 등 3대 고객만족 추진전략을 수립하여 체계적인 “고객만족경영시스템(CSM : Customer Satisfaction Management)”을 구축하고 이를 강화하기 위한 노력을 기울여 왔다. 본 연구의 목적은 순고객추천지수(Net Promoter Score:NPS)를 활용하여 과학기술지식인프라(ScienceON) 정보서비스를 경험한 500명의 의사결정자를 대상으로 과학기술정보서비스에 대한 고객 만족 및 고객충성도를 측정하였다. 특히 연구결과는 정량적인 측정모델(KCSI-ST)을 보완하고 고객만족도 수준에 따라 비추천 고객, 중립 고객, 추천 고객 등을 예측할 수 있는 모델이다. 이와 같은 고객의 긍정적이거나 부정적인 구전으로 급속도로 노출되는 환경에서 고객의 만족도를 분석함으로써 기관의 주요 서비스별 고객을 확보하는데 사전 예측자료로 활용될 수 있다고 본다.

1. 서론

지난 10여 년간 한국과학기술정보연구원(이하 : KISTI)은 과학기술분야 고객만족도조사(KCSI-ST)와 함께 순고객추천지수(Net Promoter Score : NPS)를 활용하여 고객의 서비스에 대한 만족도 및 충성도를 측정하는 지표로 활용되고 있다. 고객추천지수가 조직의 성과와 밀접한 연관이 있는 것으로 나타나면서 고객추천지수에 영향을 미치는 요인들에 대한 연구가 분야별로 활발히 진행되고 있다. 본 연구는 과학기술정보 서비스를 이용하는 고객군을 대상으로 타인에게 추천 영향을 미치는 다양한 요인 중 고객의 의견을 수렴하여 서비스 개선과제를 도출하여 반영하고 그 결과를 고객에게 공유하는, 서비스 제공 조직의 ‘피드백 활동’의 영향정도를 알아보 고자 한다. [1, 4]

2. 순고객추천지수(NPS)의 필요성

기존의 고객만족도 조사 체계가 공공기관의 성과 평가를 위한 체계로는 적절하나, 고객만족도를 개선하기 위해 개선방향 도출에는 적합한 구조를 가지고

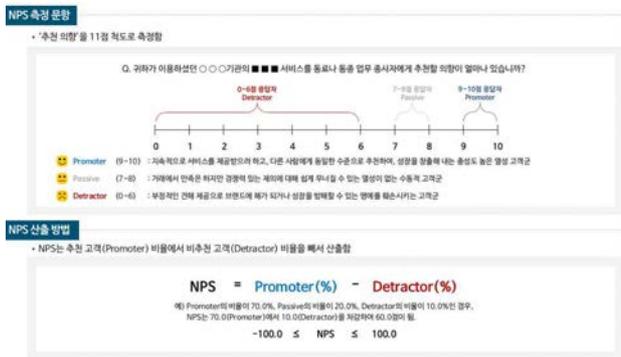
있지 않다. 고객만족도 조사는 구조화된 설문지를 사용하여 결과의 빠른 산출이 가능하다는 장점과 연구자가 알고 싶은 내용에 대해 선별적으로 접근 가능하다는 장점이 있다. 다만 알고 싶은 내용이 많아 질수록 문항수가 증가하여 설문 피로도를 높일 수 있다는 단점과 함께 여전히 핵심 내용에서 비껴 나갈 수 있다는 단점을 가지고 있다. NPS (Net Promoter Score : 순고객추천지수)설문 조사는 사업의 성장을 위한 고객 로열티를 매우 심플하게 측정할 수 있다는 장점이 있다. 또한 VOC Probing 과정과 함께 진행하여 실제 고객의 핵심 Needs에 보다 집중할 수 있다는 장점이 있다. [2]

서비스 만족도 지속 상승 및 확장성 제고



(그림 1) NPS 조사의 목적 및 필요성

과학기술지식인프라(ScienceON) 정보서비스는 최근 1년 이내 서비스를 이용한 고객 3,987명을 대상으로 분석 표본 500명을 조사 대상으로 하였다. 조사 방법은 구조화된 설문지에 의한 전화조사로 하고 전수 조사를 실시하였다. 실사 진행은 2주 정도 걸렸으며 VOC 세 분류를 위한 코딩 분석을 서비스 담당자와 컨설턴트가 2주 정도 참여하여 정리하였다. NPS는 11점 척도로 측정된 추천 의향을 Promoter, Passive, Detractor로 구분하여 Promoter의 비율에서 Detractor의 비율을 차감하여 산출하는 방식이다. 산출되는 범위는 -100.0점부터 +100.0점까지로 구성된다. [3]



(그림 2) NPS 산출 방법

2. 순고개추천지수(NPS) 조사 분석

과학기술 지식인프라 ScienceON은 과학기술정보, 연구데이터, 정보분석서비스 및 연구인프라를 연계·융합하여 연구자가 필요로 하는 지식인프라를 한곳에서 제공하는 서비스이다. 금번 조사는 24.6점으로 전년 12.6점 대비 12점 상승하였다. 대부분의 고객이 “국내 논문”을 주로 이용하였으며, “통합검색 서비스”가 주로 이용하였다. 전반적으로 ‘검색 편리성’, ‘콘텐츠 활용성’에서 강점이 유지되었으나 설명 메뉴얼과 UI 등 서비스 운영에 관련된 고객의 불만을 해소할 개선 방안이 필요했다.



(그림 3) NPS 조사 결과

학력별로 박사의 경우 40~50대 이상의 이용자 비중이 높고, 전공별로는 ‘공학’ 전공 고객이 55% 비율로 많이 이용하고 있다.. 통합 검색은 주로 국내 논문(77%), 해외 논문(50%), 보고서(45%)순으로 나타났다. 과학기술정보에서 서비스 및 기타 항목의 중요도는 상대적으로 떨어지나 점진적인 만족도 증대 활동이 필요하다.

4. 결론

본 조사를 통해 과학기술 지식인프라 ScienceON를 검증해 본 결과, 24.6점으로 다른 NPS 조사와 비교 시 보통 수준이다. 또한 적극적인 추천의향자 보다는 비적극적 추천 및 비추천의향자가 다수 있으므로 비추천의향자의 부정적 구전을 알기 위해서라도 Passive 및 Detractor 평가자들을 적극 추천자로 전환하는 활동이 필요한 상황이다. 이용자들이 체감하는 과학기술 지식인프라(ScienceON) 서비스에 있어 중요도가 높은 항목은 검색 및 콘텐츠이다. 검색과 콘텐츠는 둘 중 하나라도 서비스의 수준이 떨어지면 고객들은 서비스 실패를 경험할 수밖에 없는 불가분의 구조이다. 따라서 주제별로 분류하여 핵심 요인을 도출하여 매년 개선 할 수 있도록 실행방안을 수립하고 있다.

본 연구는(2021년도) 한국과학기술정보연구원(KISTI) 주요사업 과제로 수행한 것입니다

참고문헌

[1] Kim Jun-Ho, 'Customer Satisfaction Management', Trade Management Publishing Co. 2010

[2] Sang-kuk Kim, 'A Study on Voice of Customers for Science and Technology Information Services using Net Promote Score', KISTI R&D Report, KISTI, 2013.

[3] Sang-kuk Kim, "A Study on the Customer Satisfaction Strategies of information Service Using VOC", The Ninth International Conference on Emerging Networks and Systems Intelligence EMERGING 2017

[4] 김상국, 윤병성, “과학기술분야 정부출연연구기관의 수요기반 R&D 활성화 방안”, KISTI ISSUE REPORT, 2021. 5.