

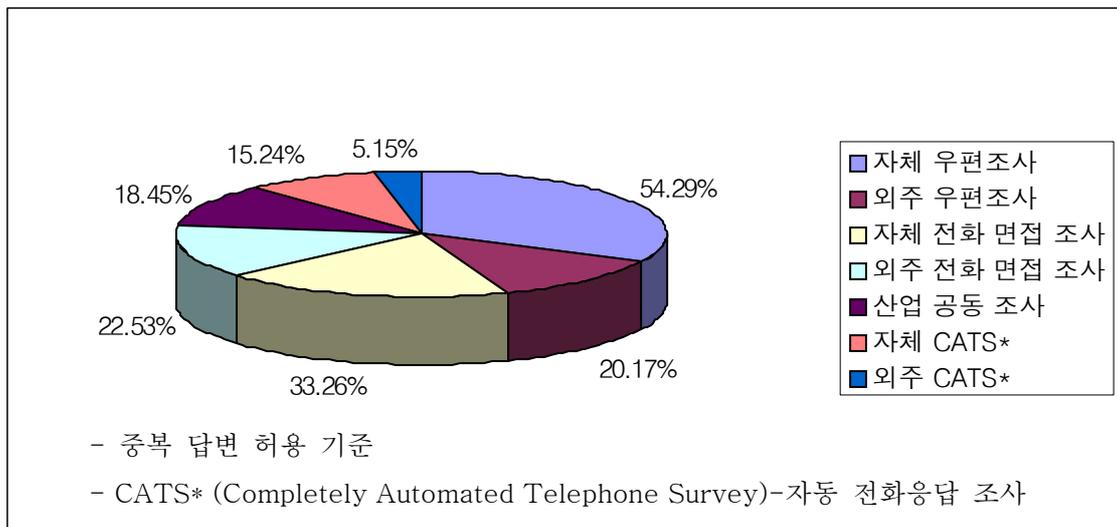
## 콜센터 통화 고객 만족도 조사에 관한 소고

박진영  
안톤컨설팅 대표이사

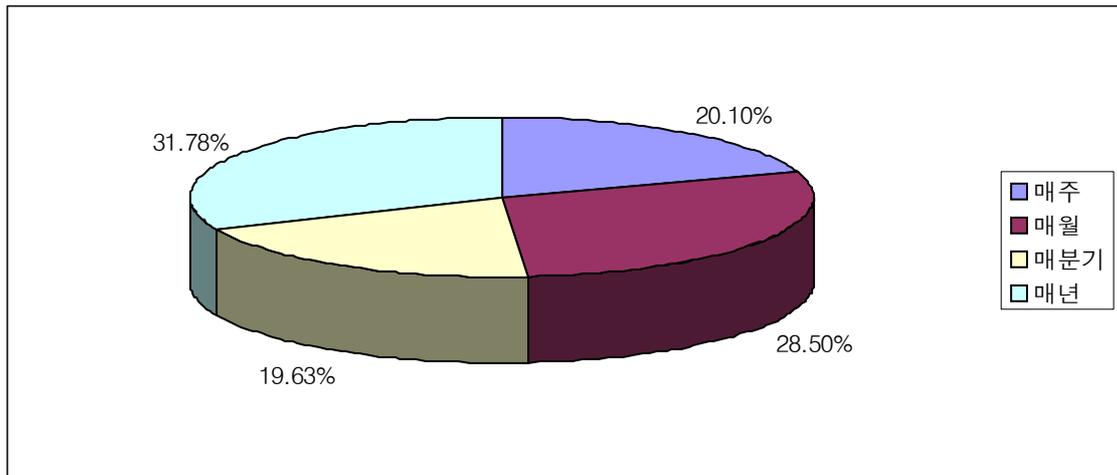
### 3. 통화 고객 만족도 조사 현황

통화 고객 만족도 조사 및 관리의 중요성에도 불구하고 기업에서 이를 정기적으로 측정, 관리하고 있는 곳은 그리 많지 않은 편이다. 콜센터를 통한 고객 서비스가 가장 발달되어 있는 미국의 경우에도 모든 기업에서 콜센터에서의 통화고객 만족도를 주기적으로 측정 관리하는 것은 아닌 것으로 보고 되고 있다.

미국의 Benchmark Portal 사 ([www.Benchmarkportal.com](http://www.Benchmarkportal.com)) 가 보관하고 있는 북미지역 5,000여개 콜센터의 데이터를 분석한 결과에 의하면, 주기적으로 콜센터에 대한 고객의 반응을 Check 하는 콜센터는 전체 콜센터의 56.2%로 이들의 조사 주기 및 조사 방법은 (그림 1)과 (그림 2) 에 정리되어 있다.



(그림 1) 미국 기업 콜센터 고객만족도 조사 방법 (Benchmark Portal 사 자료).



(그림 2) 미국 기업 콜센터 고객만족도 조사 주기 (Benchmark Portal 사 자료).

미국 기업의 소비자를 직접 상대하는 우량 기업의 경우 거의 예외 없이 통화 고객 만족도 조사를 주기적으로 한다고 보아야 하며, 그 조사량 또한 매우 엄청난 편이다. 통화고객 만족도 조사에는 비용이 들 수 밖에 없음에도 불구하고 미국 기업들이 이를 주기적으로 측정하는 것은 이를 통한 통화 품질의 관리가 회사의 미래 수익에 직결됨을 잘 알고 있기 때문이라고 볼 수 있다. 별첨에는 안톤 컨설팅에서 해외 벤치마킹을 통해 수집, 조사한 데이터를 바탕으로 정리한 미국 기업 콜센터의 고객 만족도 조사 사례 몇 가지가 정리되어 있다.

우리나라의 경우, 기업들의 콜센터 통화고객 만족도 현황에 대한 통계자료는 나와 있는 것이 없는 실정이다. 따라서, 정확한 통계를 낼수는 없으나, 콜센터 관련 분야에 종사하는 사람들의 의견을 종합해 본다면 매우 극소수의 기업만이 콜센터만의 통화 고객 만족도 조사를 주기적으로 실시하는 것으로 보인다. 그나마 통화 고객 만족도 조사를 주기적으로 하는 기업들 중 일부는 콜센터 상담원의 상담 품질에 대한 만족도 조사라기 보다는 고객을 직접 방문하여 서비스를 제공하는 서비스 요원에 대한 고객 만족도를 조사하면서, 이러한 서비스 신청을 접수한 콜센터 상담원의 상담 품질에 대한 만족도를 부수적인 항목으로 조사하고 있는 실정이다. 또한 일부 기업은 콜센터 고객만족도 조사를 기업의 전체 만족도 수준을 높이기 위한 수단으로 활용하기 보다는, 콜센터 업무를 아웃소싱으로 처리 하면서 아웃소싱 업무를 담당하고 있는 외부 기업을 평가하기 위한 평가 수단으로 활용하고 있다. 따라서, 제대로 된 의미에서 콜센터의 통화고객 만족도를 주기적으로 측정하고, 분석하며 그 결과에 따라 콜센터의 운영 방향을 수정해 나가는 기업은 거의 없는 것으로 판단된다.

우리나라 기업이 콜센터의 통화고객 만족도 조사를 제대로 하지 않는 것은 여러가지 이유가 있을 수 있겠다. 우선은 기업에서 콜센터 상담에 대한 고객만족도가 기업 전체의 고객만족도에 큰 영향을 미친다는 것에 대한 인식이 널리 퍼지지 못했기 때문에 콜센터 통화 고객 만족도 조사를 별도로 실행할 필요를 느끼지 못하고 있다는 것이 가장 큰 이유라고 할 것이다. 또한, 기업 입장에서는 통화 고객 만족도를 조사, 이를 콜센터 운영에 활용 할려고 해도 구체적인 방법을 알지 못하는 경우도 많은 것으로 판단 된다.