

B2C서비스를 위한 스코어링 고객피드백 시스템에 관한 연구

강민식*, 송은지**

*남서울대학교 산업경영공학과

**남서울대학교 컴퓨터학과

A Study on the Scoring Customer Feedback System for B2C Service

Min-Sik Kang* , Eun-Jee Song**

*Dept. of Industrial and Management Engineering , Namseoul University

**Dept. of Computer Science , Namseoul University

mskang@nsu.ac.kr, sej@nsu.ac.kr

요 약

우리나라는 B2C서비스 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 고객의 피드백을 정량적으로 평가할 수 있는 시스템을 제안한다. 이 시스템은 서비스 품질요인별로 측정요인을 설정하고 이를 통한 체계적인 설문 조사가 가능하도록 구성되어 있다. 특히, 스코어링 시스템을 도입하여 서비스 및 단위서비스에 대한 품질 수준을 정량적으로 평가하고, 이들 평가결과를 기업의 성과지표에 미치는 영향도 분석을 통해 우선순위에 따라 서비스 수준을 향상시킬 수 있어 서비스 수준을 높이고 직접적으로 성과로 이어질 수 있도록 정보를 제공한다.

키워드

B2C(Business to Customer) , Customer Feedback, Scoring System

I. 서 론

서비스 산업의 경쟁력을 높이기 위해서는 고객 중심의 피드백 분석 및 프로세스 개선 및 평가 서비스 체계로의 전환이 필요하며 고객의 의견을 실시간으로 모니터링하고 문제가 발생하였을 때 이를 알리고 적절한 대안을 지원하는 시스템이 필요하다. 즉, 다양한 방법으로 고객 피드백 정보를 수집 및 분석하고, 실시간 피드백 분석을 통해 파악된 고객의 만족 정도와 요구사항을 바탕으로 고객이 원하는 서비스를 시스템적으로 통합 추론하여 개인에게 맞춤형 서비스를 제공하고 지원하는 시스템이 필요하다.

본 논문에서는 특히 고객의 피드백을 정량적으로 평가할 수 있는 스코어링 시스템을 제안한다. 이것은 서비스 품질요인별로 측정요인을 설정하고 이를 통한 체계적인 설문 조사가 가능하도록 구성되어 있다. 또한 서비스 및 단위서비스에 대

한 품질 수준을 정량적으로 평가하고, 이들 평가 결과를 기업의 성과지표에 미치는 영향도 분석을 통해 우선순위에 따라 서비스 수준을 향상시킬 수 있어 서비스 수준을 향상이 직접적으로 성과로 이어질 수 있도록 정보를 제공한다.

II. 고객만족도 조사 및 분석 모형

Survey 분석은 모바일을 이용한 실시간 고객 만족도 조사, 웹을 이용한 사후 만족도 조사 및 만족도 분석 정보를 제공하고, 이 분석 정보를 고객 피드백 정보로 제공한다.

만족도 조사 모형은 서비스를 서비스상품, 서비스, 서비스 프로세스로 세분화라고 각 대상별 핵심 평가요소를 선정하여 만족도를 조사함으로써 핵심 평가요소에 대한 만족도를 효과적인 개선을 통해 B2C 서비스 품질을 체계적으로 개선할 수

있도록 한다. 만족도 분석 모형은 만족도 조사 결과를 체계적으로 분석할 수 있는 분석 틀(분석 frame)에 대한 개발을 진행하였다.

만족도 조사 모형은 측정항목(조사결과)을 관련된 측정요인 별로 Scoring하고, 측정요인은 품질요인 별로 Scoring하며, 이들은 종합하여 상품별 만족도를 평가할 수 있도록 함으로써 서비스 종합 분석, 품질요인에 따른 분석, 측정요인에 따른 분석 정보를 제공할 수 있는 모형이다[그림1].

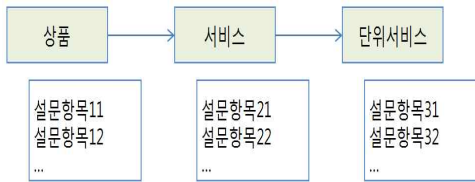


그림1. 고객만족도 조사모형

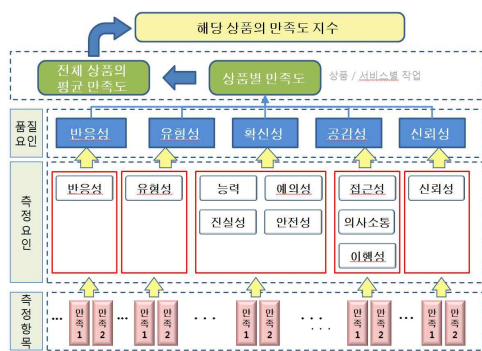


그림2. SERVQUAL 품질요인 및 측정요인

품질요인 및 측정요인은 해당 서비스의 수준 평가 및 서비스들 간의 서비스 수준을 비교 평가가 가능하도록 하기 위해 정형화(표준화)되어야 하며, 이를 위해 서비스 수준 평가에 가장 보편적으로 적용되고 있는 그림2와 같이 SERVQUAL에 의해 표준 품질요인과 측정요인을 적용하였다[1].

III. 고객만족도 스코어링 시스템

제안하고자 하는 스코어링 시스템은 만족도 수준을 수치화함으로써 보다 명확하게 만족도 수준을 평가하고, IPA(Importance Performance Analysis) 분석, 추이분석, 상관분석 등 다양한 분석 기법을 적용하여 개선 대상 서비스를 도출하여 개선할 수 있는 기회를 제공할 수 있다. Scoring은 상품, 서비스, 단위서비스 등 단위 만족도와 측정요인, 품질요인 등 분석 모형에 근거한 종합 만족도를 수치화하여 제공한다. 분석 기법으로서는 IPA(Importance Performance Analysis) 분석, 추이분석, 상관분석 등 다양한 분석 기법을 적용하여 개선 대상 서비스를 도출하여 개선할 수 있는 기회를 제공한다.

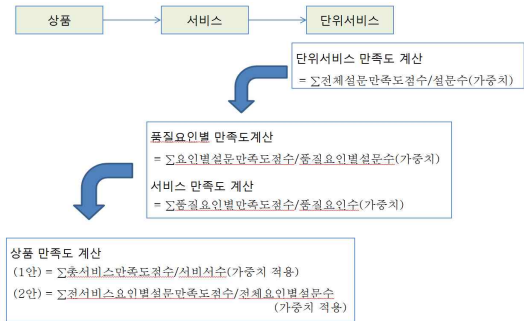


그림3. 고객만족도 분석 모형

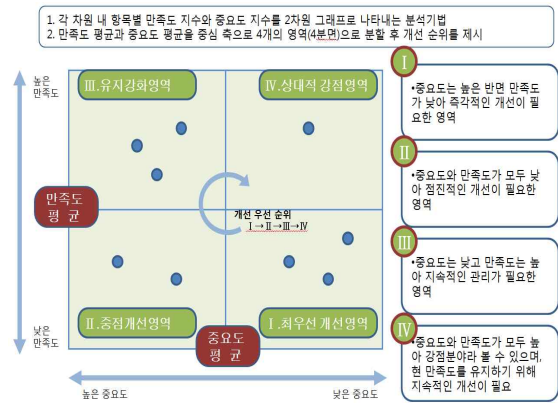


그림4. IPA 분석 예시

IV. 결론 및 향후과제

본 연구에서는 고객의 피드백을 정량적으로 평가할 수 있는 시스템을 제안하였다. 이것은 상품(서비스 포함)별로 품질요인에 따른 설문을 생성하고, 계약(예약)내역 및 일정 관리 하고, 서비스 진행 중 모바일을 통한 실시간 설문 조사와 사후 온라인을 통한 설문 조사를 실시하고, 이를 집계/분석, 스코어링 및 만족도 분석, IPA분석, 상관요인분석 등을 통해 만족도를 상품별, 서비스별로 분석할 수 있다. 향후, 실제 이 시스템을 통한 사례를 연구할 계획이다.

참고문헌

- [1] Parasuraman, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality and Its Implication for Future Research" *Journal of retailing* 64 (1) Spring. 12-40, 1988.
- [2] 이유재, "고객만족의 영향에 관한 연구", 한국소비자 학회 학술대회 논문지, 1995.