NPS의 고객만족 및 서비스 품질에 관한 연구 - NDSL 사례를 중심으로

김상국*, 최선희*, 허주연**
*한국과학기술정보연구원, **연세대학교
e-mail : skkim@kisti.re.kr, sunny.choi@kisti.re.kr, blueparis@yonsei.ac.kr

A Study on Customer Satisfaction and Service Quality of Net Promoter Score- A Case Study NDSL

Sang-kuk Kim*, Seon-heui Choi*, Joo-yeun Huh**
*Korea Institute of Science and Technology Information, **University of Yonsei

요 약

본 논문에서는 고객추천지수(NPS : Net Promoter Score)를 이용하여 2019년도 이용 고객의 서비스 만족 및 품질에 대하여 모니터링하고 기관의 고객만족 개선 활동에 대한 고객의 의견을 분석하기 위함이다. 한국과학기술정보연구원의 국가과학기술정보통합서비스(NDSL : National Digital Science Library)는 산학연 연구자들에게 고품질 정보를 제공하여 국가 과학기술 혁신에 기여하고자 개발된 과학기술정보 서비스 플랫폼으로, 논문·특허·보고서·동향·저널/프로시딩·연구자·연구기관 등 약 1억건 이상의 콘텐츠에 대한 검색 및 콘텐츠 유형별 전문검색 서비스를 제공합니다. NDSL은 과학기술 연구자를 위한 고품질 정보서비스를 지향합니다. 또한, 쉽게보는 검색결과, 오픈서비스 등을 제공함으로써 과학지식의 발견과 확장을 지원하고 있습니다. 이를 위해 서비스를 경험한 500여 명의 의사결정자를 대상으로 국가과학기술정보통합서비스에 대한 고객충성도를 분석하였다. 이와 같은 연구결과는 인터넷 등 정보의 발달로 고객의 긍정적 또는 부정적인 구전이 급속도로 노출되는 환경에서 고객의 만족도를 관리함으로써 핵심고객을 확보하는데 사전 예측자료로 활용될 수 있다.

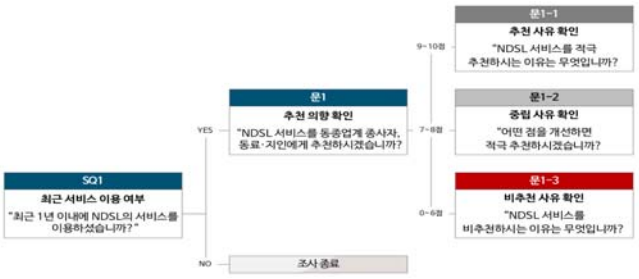
1. 서론

많은 기업들이 성공적인 기업요건으로 "고객은 왕이다." 또는 "고객이 없으면 기업은 없다.(No customer, no business)"라는 슬로건을 흔히 사용하고 있다. 이것은 구매자들의 가격민감도를 낮출 수 있는 방안을 확보하는 것이 기업 생존 및 성장 경쟁력을 좌우하는 최우선 요인으로 부각되고 있음을 반영하는 것으로써 고객만족경영(CSM : Customer Satisfaction Management)은 바로 이러한 것을 가능케 하는 경영기법이라 할 수 있다. 그리고 성공적인 기업은 흔히 일류기업 또는 우량기업과 유사한 의미로 쓰여 지는데, 일류기업이 되기 위해서는 우선 경쟁기업 보다 우수한 제품 및 서비스를 고객에게 제공할 수 있는 고객중심 경영이 기본이라고 할 수 있다.

기존의 고객만족도 조사 체계가 공공기관의 성과를 정량적으로 평가하기 위한 체계로는 적절하나, 고객만족도를 개선하기 위한 정성적인 개선과제 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 많아질수록 문항수가 증가하여 설문 피로도를 높일 수 있다는 단점과 함께 여전히 핵심 내용에서 비켜 나갈 수 있다는 단점을 가지고 있다. NPS(Net Promoter Score : 순추천고객지수) 설문조사는 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.[1]

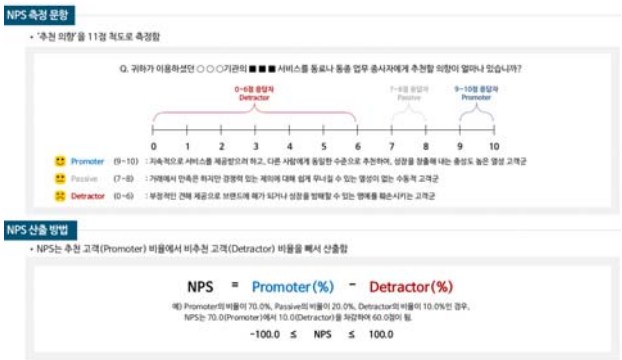
2. NPS 조사 분석

국가과학기술정보통합서비스는 2019년 NPS 참여 고객 3,000명 중 2019년 개인 정보 활용을 동의한 고객 497명을 조사 대상으로 하였다. 조사방법은 구조화된 설문지에 의한 전화조사로 하고 전수 조사를 실시하였다. 실사 진행은 1주 정도 걸렸으며 VOC 세 분류를 위한 분석을 서비스 담당자와 컨설턴트가 2주 정도 참여하여 정리하였다.



(그림 1) NPS 조사 진행 프로세스

최근 1년이내에 NDSL 서비스에 참여한 고객을 대상으로 현재 서비스 추천 의향, 추천/중립/비추천 사유, 추천도 사유를 조사함. 순추천고객지수(NPS)는 11점 척도로 측정된 추천 의향을 Promoter, Passive, Detractor로 구분하여 Promoter의 비율에서 Detractor의 비율을 차감하여 산출한다. 산출되는 순추천고객지수의 범위는 -100.0점부터 +100.0점까지로 구성된다. Promoter(9-10점)는 지속적으로 서비스를 제공받으려 하고, 다른 사람에게 동일한 수준으로 추천하여, 성장을 창출해 내는 충성도 높은 열성 고객군을 말한다. Passive(7-8점)는 이용시 만족은 하지만 경쟁력 있는 제의에 대해 쉽게 무너질 수 있는 열성이 없는 수동적 고객군을 말한다. Detractor(0-6점)은 부정적인 견해 제공으로 브랜드에 해가 되거나 성장을 방해할 수 있는 명예를 훼손시키는 고객군을 말한다.[2]



(그림 2) NPS 산출 방법

3. 분석 결과

NDSL은 2019년 NPS조사 참여가능 고객 3,000명 중 497명을 대상으로 서비스 만족 조사를 완료되었다. NPS는 34.0점으로 양호한 수준이였다. Promoter가 48.7%, Passive가 36.6%, Detractor가 14.7%로 나타났으며, 적극 추천(10점)으로 응답한 고객이 188명으로 가장 많았다. 성별로는 '남성(358명)' 고객의 NPS가 42.1점으로 '여성(139명)'고객의 NPS 13.0점보다 높게 나타났다. 연령별로는 '20대(93명)'가 17.2점, '60세 이상(49명)'가 67.3점으로 연령이 높아짐에 따라 NPS도 상승하는 경향을 보였다. 최종 학력별로도 '학사(158명)'가 25.9점, '석사(174명)'가 31.7점, '박사(151명)'가 47.0점으로 학력이 높아질수록 NPS도 상승하였다. 사이트 이용자료별로는 '이슈&NDSL(68명)', '과학향기(56명)'를 이용한 고객의 NPS가 57.3점, 57.2점으로 가장 높았다.

<표 1> VOC 분석 분류 기준표(대/중/소분류)

대분류	중분류	분류 내용
검색	용이성	통합 검색 활용 시 느끼는 편리함/불편함, 검색 기능의 쉬움/어려움 등
	접근성	검색 후 출력된 정보에 접근하기 쉬움/어려움
	정확성	검색 결과의 정확성
	속도	검색 시 정보가 출력되는 시간의 빠름/지연
콘텐츠	정보의 양	자료 및 정보의 양이 많음
	정보의 다양성	사이트 내 자료 및 정보의 다양성
	원하는 정보 유무	원하는 정보가 있음/없음
	활용성	정보의 활용성이 높음/낮음, 정보가 유용함.
	대상 정보의 질적 수준	제공되는 정보 및 자료의 질이나 수준이 좋음/나쁨
	정보가공수준	정보 및 자료의 분류 체계, 제공 되는 정보의 최신성
	전자원문이용	전자 원문 자료 열람 시 자료 열람의 편리함/불편함, 전자 원문 이용에 대한 고객 의견, 라이선스, 무료/유료 관련
DDS	전반적 만족 수준	원문 제공 서비스에 대한 전반적인 만족, 불만족
	요금 수준	원문 제공 서비스 가격의 저렴함/비쌈
	결제 절차 및 방식	원문제공 서비스 신청에서 제공 받는 기간 및 신청 절차, 결제 방식 등
서비스 운영	사이트_UI/신뢰성	사이트 UI(디자인, 인터페이스 직관성, 메뉴 구성 등), 로그인(회원가입), 사이트의 신뢰성
	고객 접점 운영	홍보 부족, 사용자 편익 고려, 고객 증대, 사이트 이용 방법 제공
기타	기타(타사이트)	타 사이트 언급 내용
	기타	기타

검색의 용이성, 정보의 양에 대한 긍정적 언급이 주로 나타났다. 대부분의 고객이 '검색의 용이성(113건)'과 '정보의 양(89건)'에 대해 언급하고, 해당 내용을 언급한 고객의 NPS가 각각 58.4점, 48.3점으로 높은 수준이다. '검색의 용이성'에 대한 추천 VOC를 살펴보면 "키워드나 저널명 검색 시 검색이 쉽다", "여러 가지 검색이 잘 된다. 키워드 하나 치면 관련 정보가 나오니까 좋은 것 같다" 등의 내용이 주로 나타났다. '정보의 양'에 대한 추천 VOC를 살펴보면 "모든 전문 저널 잡지 대부분의 정보가 있음", "연구 개발자 인데 참고자료나 요즘 이슈, 동향 찾아볼 때 정보가 많아요" 등의 내용이 주로 나타났다. 전자원문이용에 대해 언급한 고객과 타 사이트에 대해 언급한 고객의 NPS가 낮게 나타났다. 특히 '전자원문이용'에 대한 중립 및 비추천 VOC를 살펴보면 "비공개 논문이 많아 불편", "논문을 유료로 신청해야 하는 건이 많음", "외부에서 인터넷 접속 시 자료 열람이 제한적이다" 등의 내용이 주로 나타났다. 과반 이상의 고객이 NDSL 서비스 종료될 경우 대체 불가능하다고 응답하였다. 전체 497명 중 270명(54.3%)의 고객이 NDSL 서비스가 종료될 경우 대체 불가능하다고 응답하였다. 응답자 특성별로 살펴보면 '50대'와 '60세 이상' 고연령층에서 대체 불가능하다고 응답한 비율이 높았고, 학력별로는 '학사 미만'과 '박사'에서 대체 불가능 응답 비율이 높았다. 대부분의 고객이 국내 논문, 해외 논문을 이용하고 있으나 NPS는 그 외 자료 이용 고객보다 낮았다. 사이트에서 이용자는 자료를 모두 중복응답으로 받은 결과 '국내 논문(352명)', '해외 논문(318명)'을 이용한다고 응답한 건이 가장 많이 나타났고 해당 고객의 NPS가 각각 35.8점, 38.4점으로 나타나 양호한 수준이다.

4. 제언

전체 응답자중 70.8%가 국내 논문을 이용하고 해외 논문을 이용하는 고객도 64.0% 높게 나타나 NDSL의 주된 콘텐츠는 논문인 것으로 판단된다. 그러나 국내 및 해외 논문 이용하는 고객의 NPS가 35.8점. 38.4점으로 특허정보, 보고서, 동향정보 등 다른 콘텐츠를 이용하는 고객보다 낮게 나타나고, 논문 자료 외 콘텐츠를 이용하는 고객에서 NDSL이 대체 불가능하다고 응답하는 비율이 과반 이상으로 나타났다. 고객이 NDSL에서 주로 이용하는 콘텐츠가 논문이고, 논문 자료의 양이나 검색 편의성에 대해 긍정적으로 평가하는 내용도 많이 나타났으나 NDSL만의 차별화된 콘텐츠에 집중할 필요가 있다고 본다

감사의 글

본 연구는 한국과학기술정보연구원(KISTI)의「과학기술정책 연구(K-18-L16-C01-S01)」사업으로부터 지원을 받아 수행된 연구임.

참고문헌

[1] 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

[2] Sang-kuk. Kim, "A Study on the Effect of Feedback Activity on VOC on NPS Improvement.", ICCC , 2018