

KISA

혁신  
시리즈

# “고객을 만족시켜라. 맨 처음에도, 맨 나중에도, 그리고 항상”

: 고객만족경영을 위한 FGI 조사

신대규 | 혁신기획팀 팀장 ikshin@kisa.or.kr

고객의 요구수준이 높아지고, 공공기관의 고객 만족이 중요해짐에 따라 과거 단편적이고 경직된 형태에서 벗어나 기관의 특성을 살린 다양한 고객만족 활동들이 등장하고 있다. 이런 변화에 발맞춰 KISA 역시 고객소리함 및 참여형 정책포털 운영, 홈페이지 경영공시를 통한 정보공유, 고객현장 및 서비스 이행표준 운영을 통한 표준화된 서비스 제공 등 참여경영 활동을 통한 고객만족 구현을 위해 다각도의 노력을 기울이고 있다.

고객 서비스 품질을 개선하기 위해서는 고객이 원하는 수요 및 고객이 기대하는 서비스의 수준을 파악하기 위한 노력이 필요하다. 고객이 기대하는 서비스의 수준을 이해하고 파악하기 위한 자료 수집 과정으로 온/오프라인 VOC(Voice of Customer) 수집 시스템이나 정기적으로 이루어지는 고객만족도 조사가 있다 하지만, 기존의 VOC 수집 방법으로는 단편적이고 계량화된 고객의 목소리만 들을 수 있을 뿐 세부적인 분석에는 한계가 있었다.

KISA는 이런 문제점을 극복하기 위해 2007년부터 기존의 정량적인 고객만족도 조사에서 벗어나 다양하고 심도있는 고객의 의견을 수렴하기 위해 FGI(Focus Group Interview) 조사 제도를 도입했다. FGI 조사는 유사한 고객군을 모아놓고, 자유로운 토론 및 협의 등을 통해 정보를 수집하는 조사방법으로, KISA에서는 고객만족도 지수가 타 서비스에 비해 상대적으로 낮거나, 환경변화에 따라 심층적인 VOC 분석이 필요한 사업 고객군을 대상으로 FGI 조사를 시행하고 있다. 도입 첫 해에는 민원서비스 등 총 5개 사업의 고객군을 대상으로 FGI 조사를 실시했으며, 조사 결과를 바탕으로 17개의 CS(Customer Satisfaction) 중점 개선과제를 추진했다. 특히 중점 개선과제 추진 결과, FGI 조사를 시행하기 전과 비교해 고객만족도 점수가 11.4점이나 상승하는 뚜렷한 성과를 거둘 수 있었다. 또한 올해에는 지난 7월 개인정보보호 업무 등 총 4개 사업의 고객군을 대상으로 FGI 조사를 실시, 그 결과를 해당 부서에 전달했으며 이후 부서별로 CS 개선과제를 발굴해 추진할 예정이다.

한편, 지난 9월부터는 사업고객 대상 FGI 조사뿐만 아니라, 내부직원들을 대상으로 지원 부서에 대한 불만사항이나, 서비스 수준 개선방향을 직접 듣기 위해 내부 FGI를 확대 실시하기도 했다. 지난 9월 11일 이뤄진 첫 번째 내부 FGI 조사에서는 4개 지원부서의 업무 담당자들이 참여해 불만사항이나 프로세스 개선에 대한 의견을 제안했다. 내부직원 FGI 조사에서 제시된 제안은 각 팀에게 전달됐으며, 각 팀에서는 개선방향을 작성해 해당 직원들에게 다시 피드백하는 과정을 거쳤다. 내부고객 FGI 조사는 향후에도 매월 정기적으로 진행될 예정이며, 그 결과도 지속적으로 공개할 예정이다.

외부고객 FGI나, 내부 FGI 조사결과를 통해 관행적이고 행정 편의적인 서비스 프로세스 절차를 다시 한번 되돌아보는 계기가 됐으며, 품질수준 개선을 통해 한 단계 발전된 서비스를 제공하는 기반이 되길 기대해 본다. **S**