

<CS특강>

고객감동과 서비스제고

<환경변화/고객관리>





전문교수
김기평



변화는 나부터...!

먼저 변화해야만 변화를 요구할 수 있습니다.

변화를 싫어하는 사람일수록 변화를 요구하기만 합니다.
 자신이 변화해야만 남들도 변화할 수 있습니다.
 스스로의 지혜를 통해 가까운 곳에서부터,
 가능한 것부터 변화하는 당신이
 자랑스럽습니다.



KSA 인력관리연구소 www.hrd-egoster.com

나부터 변화(I BEST)

I

I 나부터 자율적으로 변화

- 모든 변화의 출발점은 바로 자기 자신
- 변할 사람만 변해도 된다. 변화는 자율

B

Basic 기본적인 것부터

- 기본적인 것부터, 기본이 중요하다.

E

Easy 쉬운 것부터

- 쉬운 것부터, 그러나 철저히 변화하라.

S

Small 작은 것부터

- 작은 것부터, - **Stretch Goal**

T

Today 지금부터

- 지금부터다. 미루면 안 된다.

당신의 자는 몇 센티?

25Cm의 思考

한 낚시꾼이 “우리집 프라이팬은 지름이 25cm라
큰 물고기는 볶을 수 없다” 며 큰 물고기들은 모두 버렸다.

당신의 자는 몇 cm입니까?

자신이 가진 프라이팬보다
큰 고기를 요리할 수 있는
유연한 사고가
혁신의 시작입니다.

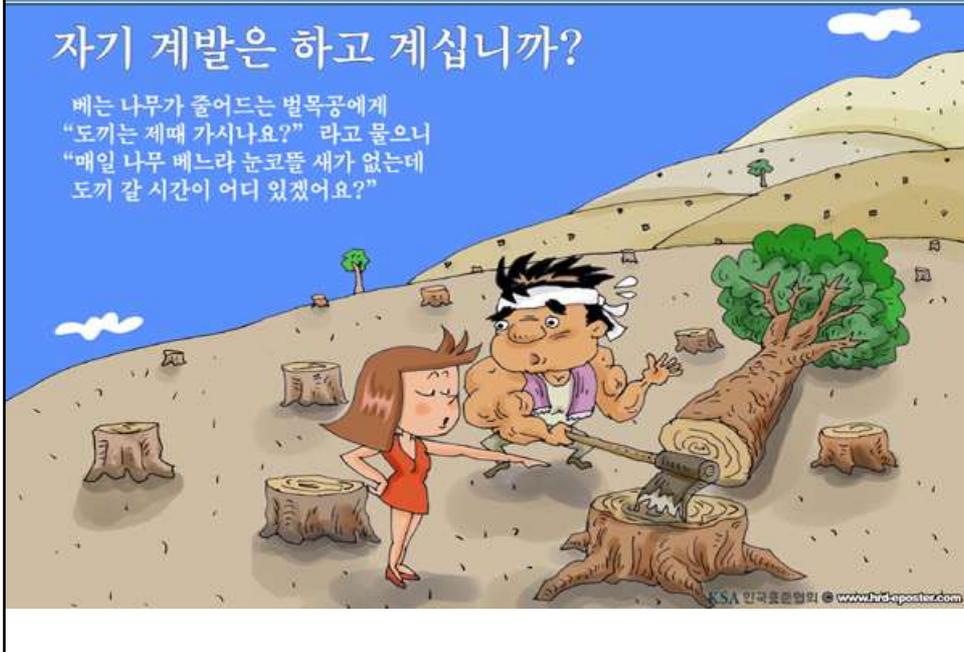


KVA 2010년 1월 1일 © www.hrd-eposter.com

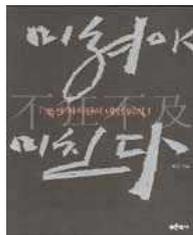
우리의 현주소

자기 계발은 하고 계십니까?

베는 나무가 줄어들며 벌목공에게
“도끼는 제때 가시나요?” 라고 물으니
“매일 나무 베느라 눈코 뜰 새가 없는데
도끼 갈 시간이 어디 있겠어요?”



미쳐야 미친다 [不狂不急]



- 조선시대 열정과 광기를 가진 지식인들을 다룬 책
- 허균, 홍대용, 박지원, 박제가, 이덕무, 정약용, 김영 등
- 뼈아픈 시련을 자기 발전의 밑바탕으로 삼아
용수철처럼 튀어 오른 삶을 살았던 사람들...

□ 당대 조선의 지식인들에게 이러한 '마니아적 성향'은 시대적 추세였다.

남이 손가락질을 하든 말든, 출세에 보탬이 되든 말든 혼자 두벅두벅 걸어가는 정신,
이리 재고 저리 재지 않고 절망 속에서도 성실과 노력으로 일관한 삶의 태도,

신분과 나이와 성별을 잊고 이름 밖에서 그 사람과 만나고자 했던 진실한 사قم,
사물의 본질을 무시하고 평범한 곳에서 비범한 일깨움을 이끌어내는 통찰력.

그러나 이들은 세상의 인정을 받기보다는 죄인으로, 역적으로, 서얼로, 혹은
천대받고 멸시받는 기생과 화가로 한 세상을 고달프게 건너갔다.
사람들의 기억 속에 잊혀진 채, 형장의 이슬로 사라지거나 심지어 굶어 죽기까지 했다.

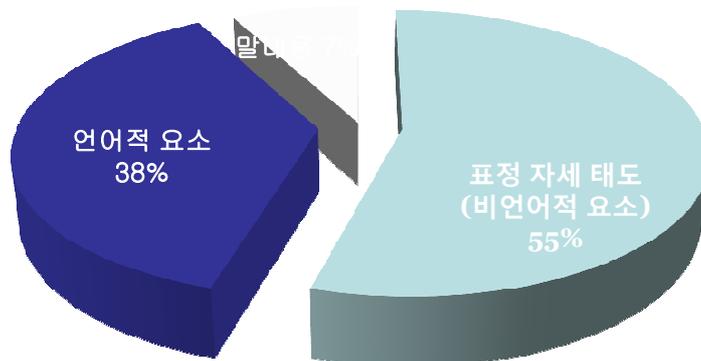
진실의 순간 15초



고객을 처음 맞이하는 짧은 순간 15秒...!

우리의 운명을 결정하는 순간...!

이미지형성요소



모라비언(Mehrablan)법칙

고객만족 공식

$$\begin{array}{r}
 100 \\
 - 1 \\
 \hline
 = 0
 \end{array}
 \qquad
 \begin{array}{r}
 100 \\
 + 1 \\
 \hline
 = 200
 \end{array}$$



고객(글자)의 의미

고객(顧客)
“돌아볼 고”

CUSTOMER
Custom + er



한번 오시는 고객
스쳐 지나가는 고객은
진정한 고객이 아님
↓
다시 돌아보는 고객이
진정한 고객임



고객의 소리 듣기

들을 '청'자의 의미로 배운다

敬聽

王+耳+十+目+一+心

聖人

임금(王)은 입(口)보다 귀(耳)를 더 우선해야...

고객만족 교훈

구맹주산(拘猛酒酸)의 교훈

어느 주막에 주인의 말을 아주 잘 듣는 개가 한 마리 있었습니다.

그 개는 낯선 사람만 보면 짖어 대고 무척 사납게 굴었지만, 주인은 그 사실을 모르고 있었습니다. 시간이 지날수록 손님은 오지 않고 파리만 날리는 날들이 이어졌습니다.

손님이 없으니 팔리지 않는 술은 월 수 밖에 없었습니다.

사나운 개 때문에 손님이 들지 않는 것은 당연한데 주인은 오지 않는 손님만 탓했습니다.

이를 '구맹주산[拘猛酒酸]'이라고 합니다.

사나운 개 때문에 술이 쓴다는 뜻입니다.

고객은 최고의 세일즈맨

고객이 세일즈맨이다.



100명의 유능한 세일즈맨보다
한번 만족시킨 고객이 바로 최고의 세일즈맨이다.

KSA 한국표준협회 © www.hrd-poster.com

고객은 최고의 스승

고객에게 배우라

회사는 장사의 프로이지만
고객은 고객으로서 프로이다.

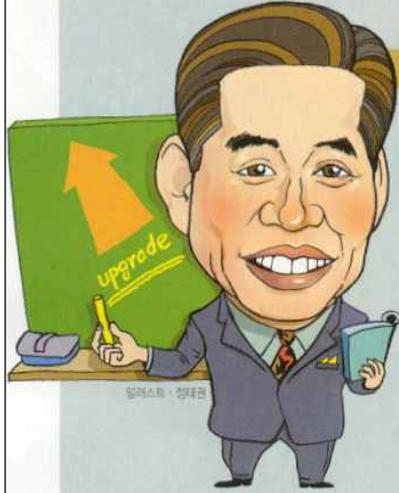


고객의 말을 경청하면
장사에 필요한 많은 것을 배울 수 있다.

KSA 한국표준협회 © www.hrd-poster.com

비즈니스타임스는 창간 1주년을 기념해 7주에 걸쳐 '인터넷 전도사' 이금룡 이니시스 사장이 말하는 온라인 성공 창업 7계명을 연재한다. 삼성물, 옥션 등 대한민국 대표 인터넷 쇼핑몰의 CEO를 역임하며 현재 온라인 마켓플레이스 온켓을 이끌고 있는 이 사장의 노하우를 실제 성공사례와 접목했다. 편집자

이금룡의 온라인 성공창업 7계명 ①

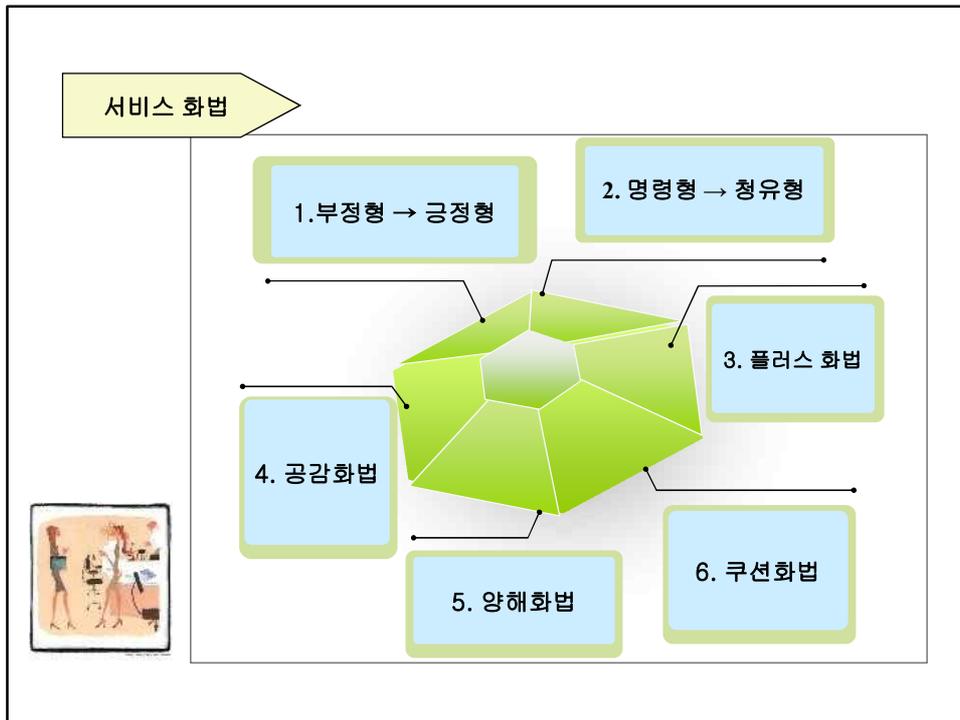


“고객을 읽고 끊임없이 변화하라”

고객응대 자세

- 1) 반갑습니다.....인화적 자세
- 2) 무엇이든 도와드리겠습니다.....적극적 태도
- 3) 잘못된 것은 즉각 고치겠습니다...겸허한 마음
- 4) 기꺼이 처리해 드리겠습니다.....헌신적 태도
- 5) 참 좋은 말씀입니다.....수용하는 자세
- 6) 대단히 고맙습니다.....감사하는 마음
- 7) 이렇게 해 드리면 어떨까요?.....협조적인 태도
- 8) 꼭 다시 들려주십시오!.....신뢰적인 가슴





- 고객의 기본적 욕구를 충족시킵시다!
- 1) 고객은 기억해 주길 바란다.
 - 2) 고객은 환영 받고 싶어한다.
 - 3) 고객은 관심 가져주길 바란다
 - 4) 고객은 중요한 사람으로 인식되길 바란다
 - 5) 고객은 편안해지고 싶어 한다
 - 6) 고객은 존경 받고 싶어 한다
 - 7) 고객은 칭찬 받고 싶어 한다
-

SALES 활동의 의미



- 1) 나 자신을 파는 일.
- 2) 상품과 서비스를 파는 일.
- 3) 기업의 좋은 이미지를 파는 일.
- 4) 고객에게 정보를 전달하고,
- 5) 고객으로부터 정보를 수집하는 일.

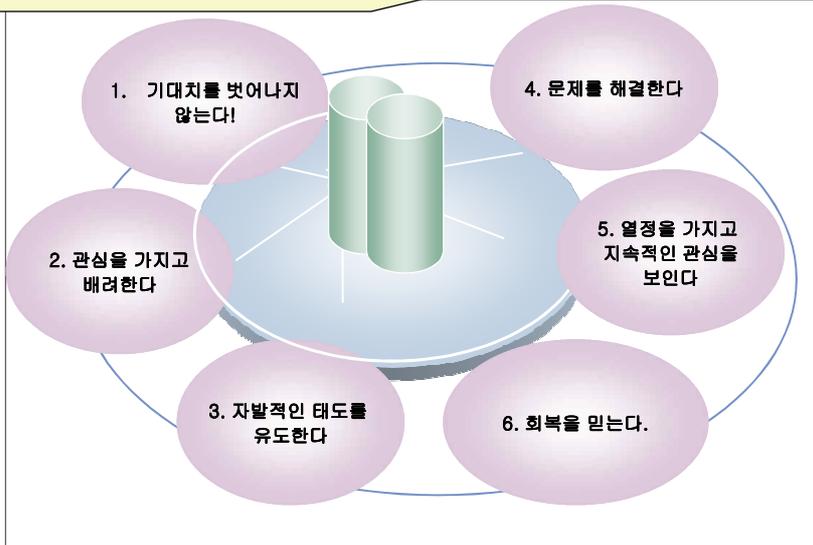
SALES 활동의 특성



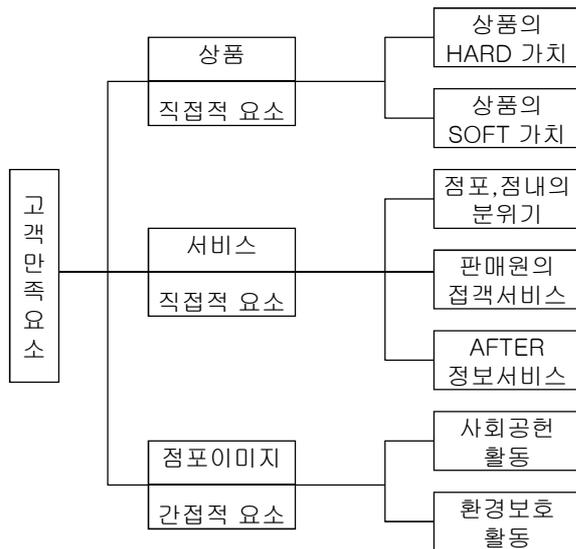
- *자기관리 (Self - Control)
- *순간적 기지와 위기관리능력
- *“No”라는 대답을 능숙하게 대처하는 능력
- *뛰어난 청취능력과 태도
- *더불어 일하는 것을 즐거워 할 때 성공
- *기술적 지적능력과 세일즈 능력을 갖추고

뛰어난 서비스의 제공!

훌륭한 서비스를 제공할 수 있는 방법



고객만족의 3요소





- 고객의 소리를 들어라
- 易地思之(고객의 입장에서 생각하라)
- 시스템을 갖추어라(Feed-Back)
- 基本에 충실하라
- 내부고객의 중요성을 인식하라
- 종업원을 만족시켜라

<< 부록 >>

고객 만족을 위한 10계명

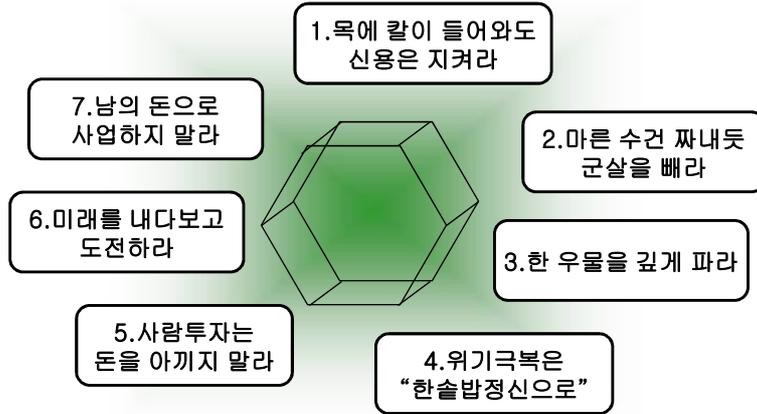
구분	자세 (태도)	CS 행동
1	사명감(자부심)을 가진다	항상 겸손 하라
2	고객의 입장에서 생각한다	상대방을 존중하라
3	원만한 성격을 가진다	존댓말과 표준말을 사용하라
4	긍정적으로 생각한다	고객의 말을 끝까지 경청하라
5	공과 사를 구분한다	언제나 먼저 인사하라
6	투철한 봉사정신을 가진다	자기자랑을 하지 말아라
7	끝까지 참고 인내한다	늘 친절 하라
8	자신감을 가진다	예절을 몸에 익혀라
9	센스있게 대처한다	용모와 복장을 단정히 하라
10	반성하고 개선한다	상대방을 비방하지 마라

<메모>

효과적 시간관리를 위한 모형

긴급도 중요도	긴급한	긴급하지 않은
중요한	1	2
중요하지 않은	3	4

개성상인의 7대 정신



상도(商道)의 정신



녹심첩 (錄心帖)

단골(고객)손님의 명부로서 고객의 가계가 족보처럼 적혀있으며 외가 처가의 가계까지 적혀 있어 상도의 임상옥은 이들의 경조사를 절대 잊는 법이 없었다.

<상도 임상옥의 인맥관리>

고객은 **사소한 기억과 정성에도 감동한다.**
 고객은 작고 사소한 기억을 해주는 점포를 애호한다.
 사소한 고객정보는 세심한 관심에서 나오기 때문이다!

우리는 기적이라 말하지 않는다



뱅크주의의 주인공!
대우전자의 해피콜!



구미 한국전지초자를
경영난에서 구출한~



사람을 보는 시각 둘
1)비용 (COST)
2)_____



사회공헌



“기업에서 얻은 이익은 그 기업을
키워준 사회에 환원하여야 한다”
- 유일한 박사 -



유일한 박사는 기업이 몸 담고 있는 사회를 통해 얻은 이익을 다시 사회에 환원하는 것을 경영방침으로 삼고 있습니다. 이러한 경영방침에 따라 유일한 박사는 1984년 이래로 우리의 미래 사회 행복을 위해 '우리강산 푸르게 푸르게' 프로그램을 운영해 왔습니다. 이에 '우리강산 푸르게 푸르게'와 그 외 사회공헌을 위한 여러 노력들을 정리함으로써 그 의미를 되새기며, 앞으로 나아갈 방향에 대해 생각해 볼 기회를 갖고자 합니다.



성공습관 5가지



세계적인
부자들의
성공습관 **5**

- ▶ <1> 다른 사람의 좋은 습관을 내 습관으로 만든다
- ▶ <2> 일반사람보다 독서량이 5배!
- ▶ <3> 매일 다른 사람들과 점심식사를 한다
- ▶ <4> 해보기나 해봤어?
- ▶ <5> 사람들과 쉽게 포옹하라

성공을 위한 8가지 리더십!

뚝	심이 있어야 한다. (Enduring Survival)	딱	부러지게 일해야 한다(霸氣). (More than Satisfaction)
뚫	이 서로 통해야 한다. (Communication)	때	를 벗겨야 한다(換骨奪胎). (Old Out, New In)
땀	을 함께 흘려야 한다. (Coordination)	뚱	오즘을 가릴 수 있어야 한다. (Fact Finding, Dcision Making)
떡	을 만드는 정성, 나누는 사랑. (Share the Glory)	때	에 맞춰서 일해야 한다. (Timing on Target)

꿈을 목표로...

꿈을 날짜와 함께 적어 놓으면 그것은 목표가 되고
A DREAM written down with a date becomes a GOAL

목표를 잘게 나누면 그것은 계획이 되며
A GOAL broken down becomes a PLAN

그 계획을 실행에 옮기면 꿈은 실현되는 것이다.
A PLAN backed by ACTION makes your dream come true.

그레그 레이드의 '10년 후' 중에서 (해바라기, 100p)

▶ 성공인생을 위한 구체적인 실행목표

성공을 위한 나의 사명서

사명서

1. 나는 언제나 내 인생의 향로를 잃지 않겠다
2. 인생에서 만나는 모든 상황에서 항상 배우는 자세를 갖겠다
3. 삶의 원칙을 마음 속에 간직하고 살아 가겠다
4. 매일 매일을 내 삶의 마지막 날이라는 생각으로 살아가겠다
5. 내게 허락하신 사람들을 아끼고 사랑하겠다.

2008. 5. .

○○○

성공을 위한 8가지 행동습관

꿈	항상 꿈과 희망을 잃지 말자!
끼	끼 (氣)를 발산하며 生氣 있게!
깡	자신감(깡) 넘치게 행동하자!
꼴	나만의 모습(꼴)을 만들어 가자!
꼭	목표를 세우고 (꼭)원칙을 정한다
꾼	진정한 꾀(프로)이 되자!
끈	헌신적인 사랑으로 인맥(끈)형성
끼	삶의 지혜(끼)를 활용하자!

성공과 실패의 차이

성공하는 Top

열 정
훌륭한 의사 소통 능력
올바른 일을 올바르게 할 수 있는
자신감과 용기

실패한 CEO

듣지 않는다
칭찬할 줄 모른다
웃을 줄 모른다
인적 자산을 비용으로 본다

말을 바꾸면 인생이 바뀐다

1. “ 무시 ” → “ 고맙습니다 ”
2. “ 못한다 ” → “ 할 수 있다 ”
3. “ 오늘 못해요 ” → “ 지금부터 할 수 있습니다 ”
4. “ ~때문에 안돼요 ” → “ 최선을 다해 보겠습니다 ”
5. “ 이것밖에 안돼요 ” → “ 아직도 많아요 ”
6. “ 겨우 이것밖에 못했어 ” → “ 이렇게 많이 했어 ”
7. “ 너 때문에 내가 못살아 ” → “ 너를 알고 있는 것이 영광이야 ”
8. “ 너는 제대로 하는 게 없구나 ” → “ 네게 말하면 안심이야 ”
9. “ 너 때문에 부끄럽다 ” → “ 넌 참 자랑스럽다 ”

비참한 사람 7가지

1. 목표 없이 되는대로 살아라
2. 뭔가 잘 안 될 때 남만 탓하라
3. 남의 험담과 불평불만에 앞장서라
4. 모든 것을 의심의 눈으로 감시하라
5. 오늘 못하면 내일 한다고 시간을 낭비하라 (70년 25,550일)
6. 남 말은 듣지 말고 나 혼자만 떠들어라
7. 시작은 거창하게 끝은 적당하게 하라

고스톱 처세술

1. 치려면 화끈하게 처라.
2. **2등은 필요 없다.**
3. 고스톱은 Go, Stop이다.
4. **열고**는 안 된다.
5. **분배의 정의(?)의 실현**
많이 잃은 사람에게
나눠줘라.



<메모>

<< 부 록 >>

시장상인의 고객관리지표

구분	관리지표	공식
1.하루에 고객은 얼마나?	객수	객수×객단가 = 매출액 추정
2.고객 한 사람의 평균구매액?	평균 객단가	연간매출액/ 연간 구매객수
3.고객이 구매(이용)하기에 쉬운 점포인가?	구매점수	구매금액/ 구매단가
4.고객이 매력을 느끼는 점포인가?	집객력	1일 평균객수/ 매장면적
5.고객이 방문하고 싶어하는 점포인가?	내점율	내점객수/점포앞 통행객수 ×100
6.고객이 원하는 상품이 있는가?	구매율	구매객수/내점객수 ×100
7.단골손님이 늘어나고 있는가?	재구매율	재구매객수/총구매객수 ×100
8.고객이 찾아오는 빈도가 높은가?	내점빈도	전체고객의 지난번 구매일/고객수
9.고객이 점포에서 오랫동안 체류하는가?	체류시간	총 체류시간/ 총고객수
10.고객 불만이 자주 발생하는가?	불만발생율	불만건수/ 객수 ×100

<< 부 록 >>

고객 만족을 위한 10계명

구분	자세 (태도)	CS 행동
1	사명감(자부심)을 가진다	항상 겸손 하라
2	고객의 입장에서 생각한다	상대방을 존중하라
3	원만한 성격을 가진다	존댓말과 표준말을 사용하라
4	긍정적으로 생각한다	고객의 말을 끝까지 경청하라
5	공과 사를 구분한다	언제나 먼저 인사하라
6	투철한 봉사정신을 가진다	자기자랑을 하지 말아라
7	끝까지 참고 인내한다	늘 친절 하라
8	자신감을 가진다	예절을 몸에 익혀라
9	센스있게 대처한다	용모와 복장을 단정히 하라
10	반성하고 개선한다	상대방을 비방하지 마라

<< 부 록 >>

구매심리7단계

- 1)주의단계; 시선이 특정 상품(서비스)에 머문다 <대기>
- 2)흥미단계; 손으로 만져보고 살핀다 <어프로치>
-카타로그, 안내문 관찰-
- 3)연상단계; 이것을 사용하면 어떨까?? <상품제시>
-서비스특징-
- 4)욕망단계; 가격표를 보거나 질문을 던진다 <상품설명>
-서비스요금 등-
- 5)비교선택; 다른 상품(서비스)은 더 없을까? <셀링 포인트>
- 6)확신단계; 구매의사를 표현한다 <자신있게 권한다>
- 7)구매단계; 이것으로 해주세요! <신속한 마무리>



<< 부 록 >>

접객6단계 - 체크포인트

-사전준비부터 배웅까지 고객의 접객 6단계-

- 1) 접근 단계;
올바른 대기 자세와 고객에게 다가서는 접근
- 2) 고객욕구의 결정;
고객 구매(이용)욕구를 파악하고 결정하도록 조언
- 3) 판매제시;
상품(서비스)실연 및 상품(서비스) 내용설명
- 4) 판매결정;
(셀링 포인트)
- 5) 판매마무리;
계산과 포장/ 상품인계(서비스제공)와 전송(배웅)
- 6) 사후관리단계;
고객 컴플레인의 관리/ 해피콜 시행/ CRM관리



<< 부 록 >>

고객유형별 유인전략

소비자 유형	전략 (수단)
1. 자사브랜드 선호고객	자사충성도가 지속되도록 판촉시도.(구매량 증대!) -마일리지 적립 및 혜택부여, 경품, 증정품,보너스 제공 (컴퓨터 구입시 프린터 구입 할인권 증정.....)
2. 경쟁브랜드 선호고객	자사제품을 써보게(施用)하거나 알리는 판촉을..! -샘플링 실시, 쿠폰, 보너스, 경품 제공
3. 자주 브랜드를 바꾸는 고객	가격, 품질을 철저히 비교한 후 구매하는 고객들임 -가격할인행사, 리베이트 제공, 판촉물 공급
4. 다양성을 추구하는 고객	새로움과 나만의 개성을 추구하는 영세대 -여러 다양한 판촉수단 중 고객에 적합한 방법선택
5. 제품을 구매하기 힘든 때에 구입이 용이한 제품을 선택하는 고객	마케팅 믹스전략을 구사하고 취급하는 유통을 확산 -거래처 인센티브, 사은품 활용 (교육자료제공, 인적판매 홍보수단이 효과적)

<< 부 록 >>

고객의 유인수단

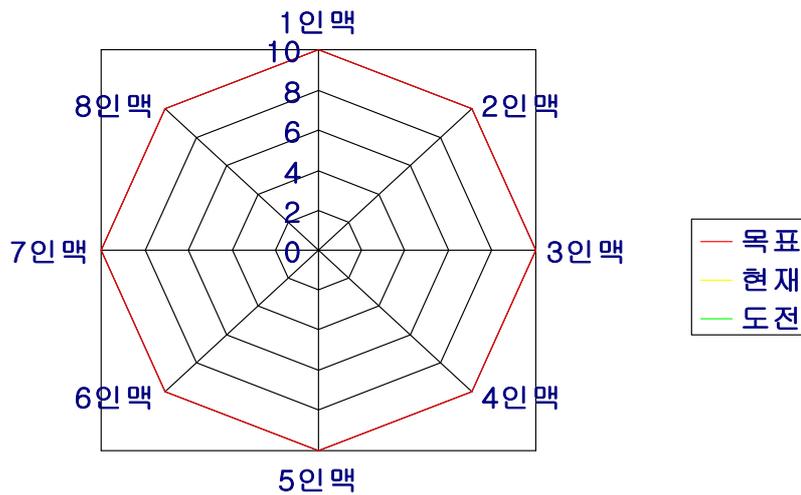
판촉수단	특 징	비 고
1.포인트 제도 고정고객우대제도	구매의 누적실적에 따라 일정한 혜택을 부여 -반복구매를 유도하기 위함 (고정 고객화)	주유소/미장원 치킨/피자/
2. 경 품/ 사은품	소비자경품; 일종의 프리미엄(계란→바구니) 소비자현상경품; 구매고객에 응모권부여→추첨 공개현상경품; 방송으로 퀴즈공모→공개추첨	소매점
3. 할인 쿠폰	상품구입시 쿠폰에 의해 할인적용 (매장교부,우편발송,신문광고,전단오리기)	쿠폰명함/ 쿠폰북 신문쿠폰/ 포장지
4. 특 매 (SALE)	특별한 기간에 가격 할인하여 판매 (백화점, 쇼핑센터, 전문점 등)	유통업체
5. 이벤트 판촉 게임	화제성있는 행사를 통해 상품PR 하는 판촉수단 -발표이벤트, 교육, 사회봉사, 지역사회 활동	시식회/ 노래교실 중국물산전/ 바자회
6. 소비자 콘테스트	고객대상으로 공개 응모전을 통해 관심유도 -상표 브랜드 이름 콘테스트, CS표어콘테스트	마스코트, 차이름 체험수기등 공모

<< 부 록 >>

고객의 유인수단

판촉수단	특 징	비 고
7. 전 시 회	상품사용방법이나 효용을 실연통해 판촉 -실연판매, 가정방문 데몬스트레이션,	중소기업 상품 박람회(KOEX)
8. 샘플링 제공 무료시용권	상품자체나 축소품을 고객에게 증정하는 판촉 -식료품, 아이디어 상품,	화장품샘플 미니소주
9. D M 및 전단	고객 개인에게 우편으로 직접 우송하는 방법(DM) 광범위한 고객대상으로 신문삽입,호별배달(전단)	할인우대권 행사소개문 감사편지(엽서)
10. 진열 (Display)	“보기 쉽게, 고르기 쉽게, 만지기 쉽게..!” -좋은 진열은 판매량 증가..! -상품연출(POP)	(통조림/과자) *점블 진열
11. 카탈로그, 팸플렛	카탈로그는 상품 내용만이 아닌 기업이미지 판단 -제작 수준이 판매에 큰 영향 미침	가이드북 상품안내서
12. 소비자 교육	일방적 판촉은 소비자 저항을 유발함. 소비자교육을 증대하여 판촉활동	공장견학/전시회 발표회/소책자

<<나의 인맥관리 차트>>



<메모>



“ 전국 어디서나 국번없이 ☎ 1357 만 누르면 중소기업 도우미가
중소기업의 어려움에 대해 친절하게 상담해 드립니다. ”

근무시간(월-금) 09:00-18:30

정책
정보



인원
상담



심층
상담