



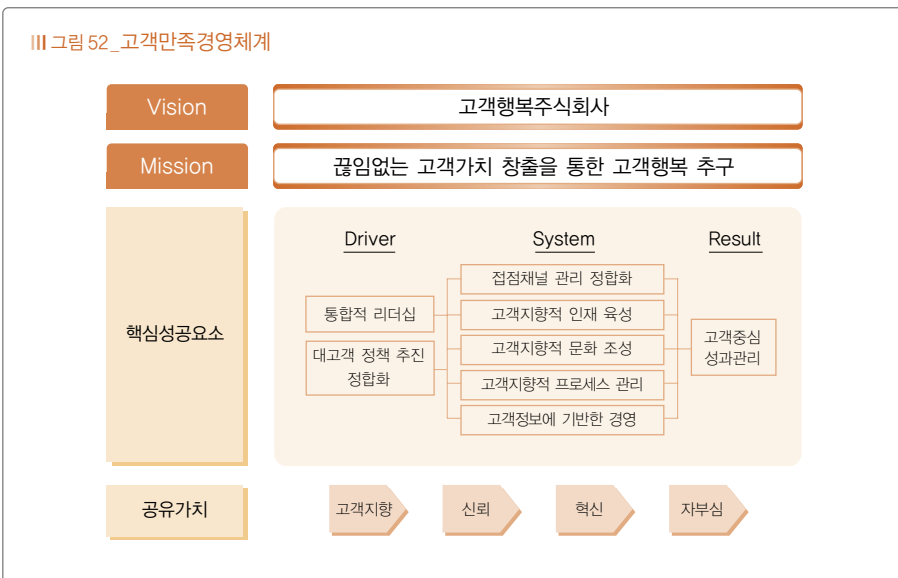
고객행복 창출

경영이념과 고객만족경영

제조업 중심의 사고에서 벗어나서 고객의 욕구를 깊이 이해하고 기대를 넘는 가치를 제공함으로써, 고객으로부터 선택받고 사회로부터 신뢰받는 기업으로 거듭나고자 합니다. 이에 2004년 10월에 개정된 SKMS의 경영기본이념에 ‘고객가치창출 및 행복에의 공헌’을 명시하고, 추구가치를 “기업은 고객을 지속적으로 만족시켜 고객으로부터 신뢰를 얻어야 하며 궁극적으로는 고객과 더불어 발전하여야 한다.”고 정의함으로써 고객만족경영의 의지를 천명하였습니다.

고객만족경영체계

SK라는 브랜드를 공유하는 다양한 사업들이 고객중심으로 통합되어 차별적인 가치를 제공할 수 있도록 통합 고객만족경영체계를 수립하였으며, 향후 고객중심의 성과관리를 통하여 제반 경영활동을 고객지향적으로 개선해나가고자 합니다.

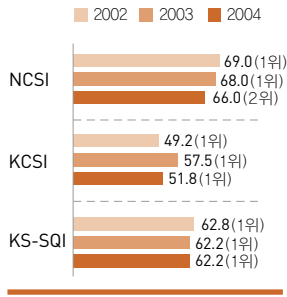


주요 활동내역

단순한 구조가 아닌 실질적인 활동을 통해 고객의 행복을 창출해 나가고 있습니다. 전국 2,500개 주요 SK주유소를 대상으로 운영되는 ACE Program이 그 예입니다. 이러한 고객접점 서비스를 통해 고객의 의견을 청취하여 대고객 서비스 향상을 위한 개선의 기회로 삼고 있습니다. 또한 고객서비스 향상 차원에서 취득한 고객의 정보에 대하여 철저한 보안을 통해 고객 정보 보호 의무를 준수하고 있습니다.

Benefiting
Greening
Sharing

II 그림 53_주유소서비스 고객만족도



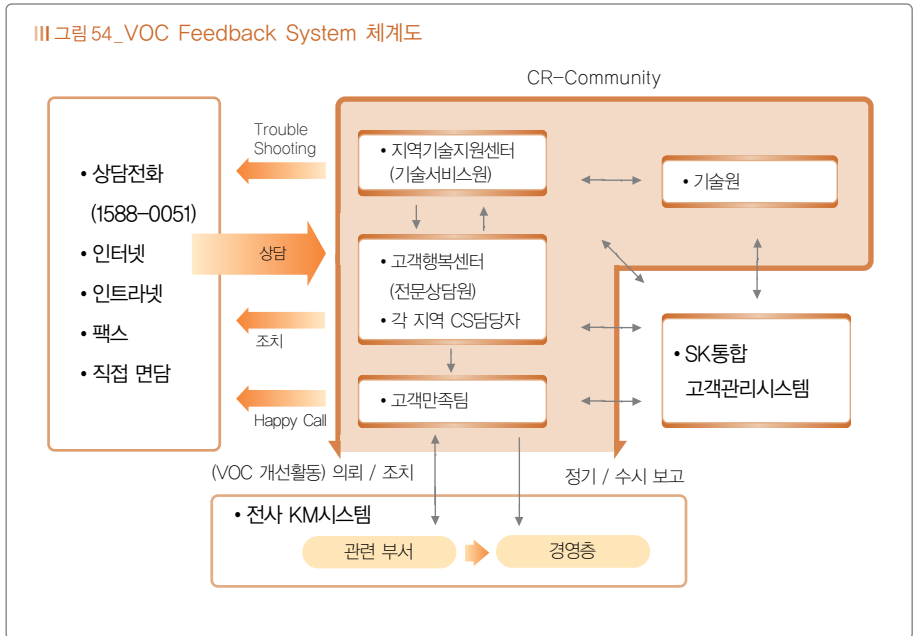
■ 주유소 고객접점 서비스 품질관리 : ACE Program

전국 2,500개 주요 SK주유소를 대상으로 운영되는 ACE(Appearance & Cleanness Evaluation) Program은 청결도 및 친절도를 연 4회 미스터리 쇼핑 방식으로 모니터링하고, 매월 주유소 당 50명의 이용고객을 선정, 주유 후 2일 이내에 고객이 경험한 서비스 및 청결 수준에 대해 평가받고 그 결과를 집계하여 주유소에 Feedback함으로써 고객체감 서비스품질의 개선을 유도하는 제도입니다. 평가결과는 SK(주) 직영 주유소 운영인의 월별 인센티브 지급과 연 단위 계약조건에 대폭 반영함으로써 고객관점의 성과평가가 현장의 서비스 개선에 직접 반영되도록 운영하고 있습니다. 이러한 고객접점 서비스 품질 제고 활동의 성과는 사외 공인기관이 주관하는 고객만족도 조사결과로 나타나고 있습니다.

■ 고객의 소리 Feedback System

“고객의 불평은 개선기회를 알려주는 선물이다.”라는 마음가짐으로, 고객상담 내용을 실시간으로 해당 조직 및 담당자에게 전달하여 즉시 조치가 가능하도록 VOC(Voice of Customers) Feedback System이 운영되고 있습니다. 또한 고객의 소리는 유형별로 분류하고 원인을 분석하여 고객의 불편이 재발되지 않도록 관련 프로세스를 개선하는 데 활용되고 있습니다.

III 그림 54_VOC Feedback System 체계도



■ CR-Community

고객서비스를 위하여 회사간 경계를 넘어서 하나의 조직과 같이 협력하는 것을 CR(Customer Relations) Community라 부르며, 고객행복센터와 기술지원센터, 그리고 주유소를 관리하는 RC(판매원)이 연 2회 통합 Workshop을 열어 모범사례를 발표하여 고객서비스의 경험과 지식을 공유하고 있습니다. 신속한 서비스를 위하여 RC에게는 '고객피해 현장보상제도'를 통하여 일정한도의 고객피해 보상의 권한을 부여하고, Community 구성원의 적극적인 참여를 위하여 고객의 칭찬을 받거나 고객고충 해결에 모범적인 사례일 경우에는 '고객OK감사제도'에 따라 포상, 격려하고 있습니다.

■ 고객의 소리 청취와 고객접점 현장체험 행사를 통한 易地思之(역지사지)

E&M사업부문의 임직원은 고객행복센터에서 고객의 소리 청취 Workshop을 통하여 생생한 고객의 소리를 듣고, 주유소 확장실 청소 및 대고객 서비스 업무를 체험하는 일일근무 이벤트를 통하여 고객의 반응과 고객접점 직원의 애로사항을 경험함으로써 고객 및 유동고객의 입장에서 서비스를 기획하고 지원할 수 있도록 하고 있습니다.

■ 고객정보 보호방침

OK Cashbag 서비스 및 인터넷 사이트를 운영함에 있어 정보통신부가 제정한 정보보호법과 시행규칙에 의거 고객정보 보호의무를 준수하고 있습니다. 또한 고객정보 관련 IT System에 대한 정보보안 강화를 위한 기술적 조치 및 관련 임직원에 대한 정보보안 윤리교육 등을 자체적으로 실시하고 있습니다. 특히 2004년도에는 외부 Consulting사와 함께 '개인정보 보호현황 조사'를 실시하였으며, 이에 따라 '개인정보 보호조직의 신설' 및 '관련 업무 수행 임직원에 대한 정기적 보안 교육', '개인정보 보호를 위한 IT System 운영방안' 등의 일련의 추가적 대책을 수립하여, 2005년부터 단계적으로 시행할 예정입니다.



III 사진 37_ 고객행복센터



III 사진 38_ 호남기술지원센터

● 우리아이가 토했는데...

[2004. 5. 26] 추천인:김숙자 주유소:하남제일

아이들을 데리고 놀이공원에 다녀오는 길이었는데... 낮에 먹인 햄버거가 잘못되었는지 작은아이가 토하고 말았습니다. 역겨운 냄새와 칭얼대는 아이를 데리고 하남제일주유소에 들어간 시간은 이미 어두운 밤시간이었습니다. 들어설 때부터 우렁찬 목소리로 반갑게 맞이해 주었습니다. 주유를 부탁하니 쓰레기를 비워주고 앞유리를 닦아주겠노라는 주유원에게 조심스럽게 차안사정을 이야기했지요. 그러자 망서림도 없이 세차장으로 안내하더니 세차장 전원을 켜 메트를 세척해 주셨습니다. 그런데 시트에 묻은 오물을 어찌나... 걱정하고 있는데 에어건으로 휘익하고 바람을 불어주니까 거짓말처럼 말끔하게 지워지더군요. 이미 세차하는 시간이 지난 늦은 시간이었는데도 얼굴 한번 찡그리지 않고 내차 처럼 깨끗이 닦아 주신 것도 감사한데 마지막에 향수까지 뿌려 주실땐 미안하기까지 했습니다. 그때 도와 주셨던 아저씨!!! 감사했습니다.

다 끝나고 돌아가려고 할 때 타이어에 공기까지 넣어주셔서 안전하고 기분 좋게 돌아왔습니다.

감사했습니다. 고맙습니다.

복 마니 마니 받으세요.....^^

Benefiting

Greening

Sharing