

SKT, 국가고객만족도(NCSI) 26년 연속 1위

**- NCSI 조사 시작된 이래 全 산업군 통틀어 최장기간 1위 기록 유지 중**

**- SKB IPTV/초고속인터넷 13년 연속 1위 등 SK ICT 패밀리社 6개 부문 1위 석권**

**- 선제적 요금 상품 출시로 고객 편의성 증대, 멤버십 제휴 다양화 등 혜택 강화**

**- “업계를 선도하는 다양한 혁신을 통해 더 큰 가치와 새로운 경험 제공할 것”**

|  |
| --- |
| **엠바고 : 배포 즉시 활용 부탁 드립니다.** |

**[2023. 5. 8]**

SK텔레콤이 고객만족도 조사에서 새로운 이정표를 썼다.

SK텔레콤(대표이사 사장 유영상, www.sktelecom.com)이 한국생산성본부가 선정하는 2023년 국가고객만족도(NCSI· National Customer Satisfaction Index) 조사에서 이동전화서비스 부문 26년 연속 1위를 차지했다.

이는 NCSI가 국내에 도입된 1998년 이후 26년간 단 한 해도 빠짐없이 1위를 차지한 것으로, 26년 연속 1위는 국내 전체 산업군 통틀어 SKT가 유일하다.

NCSI는 매년 기업의 상품·서비스에 대해 고객이 직접 평가한 만족 수준을 측정해 계량화한 지표로, 한국생산성본부와 미국 미시간대가 공동 개발해 세계 각국에서 널리 활용하는 세계적 권위의 고객만족도 조사 지표다.

**■ SKB 13년 연속 1위 등 SK ICT패밀리社 6개 부문에서 1위 석권**

SKT가 26년 연속 1위에 오른데 이어 SK브로드밴드, SK텔링크 등 SK ICT 패밀리사들이 각 부문 1위를 차지하는 겹경사를 맞았다.

SK브로드밴드는 지난 2011년 이후 13년 연속으로 IPTV와 초고속인터넷 2개 부문에서 고객만족도 조사 1위에 선정됐다.

SK브로드밴드는 고객의 소리를 직접 듣고 서비스 개선에 반영하기 위한 1인/2인/다인 및 키즈 등 다양한 가구 유형으로 구성된 ‘고객자문단’을 10년째 운영 중이다. 올해는 차세대 리모컨 및 셋톱박스 등 신상품 개발 및 각종 프로세스에 대한 고객자문단 의견을 반영할 예정이다.

상담사 통화 연결 없이 각종 문의 및 신청을 쉽고 빠르게 해결할 수 있는 ‘보이는 ARS 시스템’의 대대적 리뉴얼과 신규 출시 상품과 서비스를 고객에게 쉽고 효과적으로 전달하기 위해 영상 매체를 활용한 ‘Live상담’도 도입했다

SK텔링크는 국제전화 서비스업 부문에서 최장 수상 기록을 경신하며 10년 연속 1위를 차지했다. SK텔링크는 ‘우수한 통화품질 제공이 고객 만족의 기본’이라는 원칙에 따라 끊임없는 고객서비스 혁신과 최고의 통화품질은 물론, 시장 변화에 발맞춰 국제전화 00700앱을 리뉴얼하는 등 고객들의 니즈를 서비스에 적극 반영하고 있다.

또한 올해 처음으로 시행된 알뜰폰 부문 조사에서도 셀프개통, 홈페이지 편의성 등에서 높은 만족도 점수를 획득한 SK텔링크의 ‘SK 세븐모바일(SK7mobile)’이 1위를 차지하며 2관왕을 달성했다.

음악 플랫폼 플로(FLO)도 치열한 경쟁이 펼쳐지는 음원서비스 영역에서 3년 연속 고객만족도 1위에 올랐다.

고객의 취향에 따라 쓸수록 진화하는 AI 기반의 맞춤형 음악플랫폼 플로는 뮤직 홈에서부터 차트, 보관함까지 서비스 전역에 걸쳐 세밀한 퍼스널 뮤직 큐레이션을 제공한다. 또한 자신의 보관함 속 플레이리스트를 공유하는 ‘크리에이터 플레이리스트’, 다양한 취향의 오디오 콘텐츠를 누구나 올려서 공유할 수 있는 ‘크리에이터 스튜디오’ 등 이용자 참여형 서비스를 제공해 개인의 취향을 공유하고 함께 듣는 재미를 느낄 수 있도록 적극 지원하고 있다.

**■ ‘고객을 최우선으로’ 고객 만족도 제고 관점에서 서비스 개선과 안정적 네트워크 관리에 총력**

SKT는 고객 만족도 제고를 최우선 가치로 두고 상품∙서비스 개발 과정에서 고객의 경험과 의견이 서비스에 반영되도록 노력해 왔다.

대표적인 예가 대표이사와 주요 서비스 총괄 임원, SK ICT 패밀리 주요 임직원의 참여로 매월 개최되는 ‘고객가치혁신 회의’다.

이 회의에서는 SKT및 ICT 패밀리 전 사업 분야를 대상으로 고객이 서비스를 경험하는 과정에서 불편함을 느끼는 제도나 정책 등 고객 만족을 저해하는 요인을 찾아내는데 중점을 둔다. 고객 만족도 저해 요인을 제거하고 더 나아가 고객으로부터 얻어낸 각종 데이터와 최신 트렌드를 기반으로 더 나은 경험을 제공하기 위한 방안을 제시하고 사업부서가 실행하도록 독려하는 것이 이 회의의 목표다.

이 외에도 MZ세대 구성원 중심으로 ‘주니어 보드’ 제도를 운영, 사업자 관점이 아닌 실제 고객의 눈높이에서 서비스를 점검하고 제안된 개선안을 내부 회의를 거쳐 서비스에 적용하는 등 품질 개선을 위한 노력을 게을리하지 않고 있다.

또한 무선 ARS 상담에 있어서도 자동납부, 선택약정 등 빈번한 문의에 대해 NUGU AI를 적용하여 원하는 정보 확인까지의 소요 시간을 단축하고, ‘보이는 ARS’ 화면에 중요 공지 팝업을 추가하고 상담 프로세스를 단축시키는 등 고객 상담에서의 체감 품질 향상에 최선을 다하고 있다.

네트워크 관리 측면에서는 코로나 이후 급감했다가 최근 눈에 띄게 증가하고 있는 지역 축제 등 인구밀집 지역에서의 안정적인 서비스 제공에 초점을 맞춰 네트워크 사전 예방 점검 및 중요 설비 이중화 구성을 강화해 나가고 있다.

또한, 데이터 기반으로 고객 관점에서의 서비스 품질을 지수화한 관리 시스템과 스팸/스미싱 차단 시스템을 자체 개발, 운용함으로써 고객 불편을 사전에 예방하고 있다.

**■ 고객 편의성 높인 온라인 전용 요금제와 맞춤형 요금제 등 서비스 혜택 강화**

SKT는 고객 만족도에 가장 큰 영향을 끼치는 핵심 서비스인 요금제에 있어서도 고객 이용 패턴과 연령대 특성을 고려해 고객 눈높이에 맞춘 다양한 요금 상품을 새롭게 선보이고 있다.

비대면 구입이 증가하는 트렌드를 반영해 공식 온라인몰 ‘T다이렉트샵’에서 기존 대비 약 30% 저렴한 가격으로 가입할 수 있는 온라인 전용 요금제인 ‘다이렉트 플랜’을 ‘22년 12월에 출시했다. 특히 그 동안 온라인 요금제에서는 불가능했던 약정 승계나 유무선 결합 상품 가입이 가능해져 고객 편의성이 높아진 것이 특징이다.

또한 업계 최초로 고객이 직접 설계하는 ‘5G 맞춤형 요금제’, 고객 이용 패턴과 연령대 특성을 고려한 ‘0 청년’, ‘0 청년 다이렉트’, ‘5G 시니어 요금제’에 이르기까지 고객 선택권을 넓히고 통신비 부담을 낮추기 위한 노력을 지속하고 있다.

이동통신 업계 최초로 선보였던 T멤버십은 고객 선호도를 반영해 제휴처를 늘리고 사용 편의 강화에 초점을 맞추고 있다. 반려인 1,500만 시대를 맞아 반려동물 관련 제휴사를 신규 확대하고, 젊은 층을 위한 ‘0데이’를 신설하는 등 다양한 고객의 요구에 부응하는 실질적인 혜택을 늘리고 있다.

또 T멤버십 바코드에 결제 기능을 새롭게 추가, 멤버십 이용과 결제가 별개로 이뤄지던 종전과 달리 결제 바코드 제시만으로도 멤버십 혜택 이용과 결제까지 한번에 이뤄지도록 하여 이용 편의성을 높였다.

홍승태 SKT 고객가치혁신담당은 “이번 국가고객만족도 26년 연속 1위 달성으로 SKT의 서비스가 고객으로부터 변함없는 신뢰를 받고 있음을 확인할 수 있었다”며 “앞으로도 다양한 서비스 혁신과 고객만족도 제고 활동을 통해 고객에게 더 큰 가치와 새로운 경험을 제공하겠다”고 밝혔다.

|  |
| --- |
| **※ 사진설명**SK텔레콤이 한국생산성본부가 선정하는 국가고객만족도(NCS) 조사에서 이동전화서비스 부문 1위에 선정되며 전 사업군 통틀어 NCSI 도입 이후 26년 연속 1위라는 기록을 달성했다. 사진 1, 2) SKT 홍보모델이 고객센터에서 AI를 활용해 고객 문의에 답하는 모습 사진 3) SKT 고객센터 보이는 ARS 이용 모습사진 4) 3월 31일에 진행된 SKB 11기 고객자문단 B프렌즈 발대식 |

**▶ 관련문의 : SK텔레콤 PR실 혁신PR팀 김재익 매니저(02-6100-6714)**

**<끝>**