

# [COVID-19] 경영 위기 속 고객 관계의 중요성

## Customer Connections: Kindness and loyalty in uncertain times



▲ 표지 클릭시, 원문 다운로드 가능

### 삼정KPMG 경제연구원

#### 이효정

이사

Tel: +82 2 2112 6744

hyojunglee@kr.kpmg.com

#### 장진영

책임연구원

Tel: +82 2 2112 7095

jinyoungchang@kr.kpmg.com

코로나19 위기 상황으로 인하여 기업은 운영 방식에 있어 상당한 변화를 이루어내야 합니다. 기업의 궁극적 목적을 재발견하고, 빠르게 혁신하여, 지역사회에 한 걸음 다가설 필요성이 커진 것입니다.

본 보고서에서는 고객관계 형성의 6가지 주요 요소(①진실성 강조, ②해결책 마련, ③고객 기대 충족, ④시간 및 노력의 최소화, ⑤개인화, ⑥공감대 형성)를 중심으로 구성된 식스 필러 모델(The Six Pillars)을 소개하고 있습니다. 기업 조직이 올바른 방식으로, 올바른 일을 하고 있는지 자체적으로 확인해야 하는 상황이 빈번해짐에 따라 일련의 원칙을 기반으로 한 기본적인 포괄적인 점검 목록을 준비해야 합니다.

식스 필러 모델은 기업의 고객관계 형성 측면에서의 성과 달성여부를 평가할 수 있는 구체적이고 실용적인 체크리스트를 제공하기 위해 개발되었습니다. 6가지의 요소들은 서로 긴밀하게 얽혀 있으며, 상호 결합하여 기업 조직이 시장 및 산업 전반에 걸쳐 고객 경험이 얼마나 잘 전달되는지 이해할 수 있는 강력한 메커니즘을 제공합니다. 시장 선도적인 기업들은 주요 요소에 대한 이해도가 높으며, 각 개별요소들에 대해서도 뛰어난 역량을 갖추고 있습니다.

가장 우선해야 할 것은 고객입니다. 고객을 전략, 계획 및 실행의 핵심에 두고 "고객에게 이것이 무엇을 의미합니까?", "고객에게 미치는 영향은 무엇입니까?", "고객은 어떻게 응답할 것인가?" 등을 끊임없이 질문해야 합니다. 장기적 고객 관계 구축을 위한 선두 기업들의 노력은 전략적 사고와 운영 현실을 관통하는 고객 중심 마인드를 형성합니다.

어려운 시기에 우호적인 고객 관계 형성을 위해 노력하는 것이 고객 충성도를 지속할 수 있는 기반이며, 추후에 긍정적 보상을 기대할 수 있게 합니다.

### Keywords ▶

#코로나19 #COVID-19 #고객관계 #식스필러모델 #고객충성도