

자동차에서 삶의 동반자로

소비자 중심의

“고객가치 혁신” 추진 사례



The Power to Surprise

Contents

- I. 회사 개요
- II. CCM 인증
- III. 고객가치 혁신 사례
- VI. 스마트 Q서비스 도입
- V. 향후 추진 방향

1. 일반 현황

| | |
|------|-------------------|
| 회사명 | 기아자동차(주) |
| 대표이사 | 이형근, 이삼웅 |
| 대표업종 | 자동차 및 트레일러 제조업 |
| 설립일 | 1944년 12월 11일 |
| 자산총계 | 30,255,452 백만원 |
| 자본금 | 2,132,452 백만원 |
| 직원수 | 32,195명 |
| 본점주소 | 서울시 서초구 양재동 231번지 |
| 상장일 | 1973년 7월21일 |



NETWORK

| | | |
|-------|---------------------------------------|---------------|
| 해외 | ◆ 해외3국 (미국 36만대, 슬로바키아(30만대, 중국 43만대) | ● 19개 판매 법인 |
| | ■ 5개 지역본부 | ▲ 기타 지사 9개소 |
| 국내 공장 | 소하리 (35만대) | 화성 (60만대) |
| | 광주 (45만대) | 동희오토 (25만대) |
| 국내 영업 | 지역본부 20 개소 | 판매지점 323개소 |
| | 판매대리점 39개소 | 출하사무소 10개소 |
| 서비스 | 직영 서비스센터 19개소 | 오토큐 협력사 826개소 |
| 기타 | 고객센터1개소 | 스마트센터 1개소 |

VISION

자동차에서 삶의 동반자로

Lifetime partner in automobiles and beyond

인간중심적이고 환경친화적인 혁신 기술과 포괄적 서비스를 기반으로 최상의 이동성을 구현하여 삶을 더욱 편리하고 즐겁게 영위할 수 있는 새로운 공간을 제공한다.



2. 주요 연혁

| | | |
|-------------------|------|-------------------------------|
| 회사 창립(경성정공) | 1944 | |
| | 1952 | 기아산업(주) 상호변경 국내최초 국산자전거 생산 |
| 3륜 화물차 K-360생산 | 1962 | |
| | 1973 | 소하리 공장 준공 최초 국산 승용차 브라사 출시 |
| 완성차 첫 수출(브라사 픽업) | 1975 | |
| | 1981 | 국내 최초 다목적차 봉고 출시 |
| 화성공장 준공 | 1989 | |
| | 1992 | 미국 현지법인 KMA 설립 |
| 최초 승용형 SUV 스포티지출시 | 1993 | |
| | 1994 | T-8D 엔진 독자 개발 |
| 유럽 현지 법인 KME 설립 | 1995 | |
| | 1998 | 국내 최초 미니밴 카니발 출시 |

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 중형세단 옵티마 출시 | 2000 | |
| | 2001 | 정통 미니밴 카니발2 출시 KIA타이거즈 야구단 출범 한국품질대상 수상 |
| 중형SUV쏘렌토출시 자동차생산 1000만대 출시 | 2002 | |
| | 2003 | 미국 판매100만대 돌파 대형세단 오피러스 출시 글로벌 환경경영 선포 준중형 세단 세라토 출시 연간 완성차 수출50만대 돌파 |
| 뉴스포티지 출시 한국서비스품질지수 자동차부문1위 무역의날 수출70억불 수상 | 2004 | |
| | 2005 | 수출500만대 달성 뉴프라이드 출시 RV부문 국가고객만족도 1위 수상 프리미엄 미니밴그랜드카니발 출시 |
| 뉴카니발 출시 프라이드, 미국JD파워 품질 소형차1위 환경경영 대상 수상 | 2006 | |
| | 2007 | 슬로바키아 공장 준공 중국 제2공장 준공 |
| 프리미엄 대형SUV 모하비 출시 미국법인 신사옥 및 디자인센터 준공 럭셔리 준중형 세단 포르테 출시 신개념 소형CUV 쏘울 출시 디자인경영 대통령상 수상 | 2008 | |
| | 2009 | 쏘울 한국차 최초 레드닷 디자인상 수상 준대형 SUV 쏘렌토R 출시 KIA 타이거즈 한국시리즈 우승 준대형 세단 K7 출시 유럽전략모델 벤가, i디자인 어워드 수상 |
| 미국 조지아공장 준공 도시형CUV 스포티지R 출시 미래감각 중형 세단K5출시 2010 남아공월드컵 공식후원 광주공장,JD파워 품질우수공장상 수상 K5, 스포티지R iF 디자인 어워드 수상 연간생산,판매 200만대 돌파 | 2010 | |
| | 2011 | 신형 모닝 출시 포르테 ECOPLUS 출시 K5, 한국차 최초 레드닷 디자인상 최우수 수출1000만대 달성 K5하이브리드 출시 |
| | 2012 | 소비자중심경영 도입 |



3. 브랜드 가치

글로벌 100대 기업 진입 KIA 87위 (브랜드가치 : \$ 40억)

※ 국내 기업 : 9위 삼성 / 53위 현대차

| | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Best Global Brands 2012 Interbrand Creating and managing brand value® | | | | 01 Coca-Cola +1% 27,839 m | 02 Apple +15% 21,558 m | 03 IBM +8% 25,531 m | 04 Google +25% 59,205 m | 47 Colgate +1% 7,143 m | 48 Citi -12% 7,591 m | 49 Dell +2% 7,591 m | 50 Citi -12% 7,591 m | 51 Siemens -4% 7,514 m | 52 Danone -8% 7,491 m |
| | | | | 05 Microsoft +2% 52,953 m | 06 GE +2% 43,002 m | 07 McDonald's +12% 40,062 m | 08 Intel +12% 39,385 m | 53 Hyundai +21% 7,473 m | 54 Morgan Stanley +4% 7,228 m | 55 Audi +12% 6,956 m | 56 Nintendo -8% 7,012 m | 57 Nestle +2% 6,938 m | 58 AIA +1% 6,248 m |
| | | | | 09 Samsung +20% 33,853 m | 10 Toyota +2% 30,280 m | 11 Mercedes-Benz +1% 30,007 m | 12 BMW +12% 29,052 m | 59 Xerox +2% 6,714 m | 60 Adidas +2% 6,599 m | 61 Caterpillar +12% 6,348 m | 62 Allianz +1% 6,246 m | 63 Hermes +12% 6,183 m | 64 JFC +2% 5,994 m |
| | | | | 13 Disney +1% 27,438 m | 14 Cisco +2% 25,107 m | 15 HP +2% 24,858 m | 16 Gillette +12% 24,858 m | 65 Panasonic +14% 5,255 m | 66 Sprit +5% 5,209 m | 67 Carrier +12% 5,148 m | 68 Facebook +12% 5,148 m | 69 Safeway Co. +12% 5,148 m | 70 Walmart +12% 5,148 m |
| 17 Louis Vuitton +2% 13,979 m | 18 Oracle +25% 13,165 m | 19 Nokia -12% 11,099 m | 20 Amazon +25% 10,595 m | 21 Honda -12% 10,280 m | 22 Pepsi +12% 10,594 m | 23 Avon +2% 9,523 m | 24 Portia +12% 9,240 m | 25 Jif +12% 8,955 m | 26 Adia +2% 8,557 m | | | | |
| 23 H&M +1% 16,575 m | 24 American Express +8% 15,212 m | 25 SAP +12% 11,941 m | 26 Nike +2% 11,235 m | 27 UPS +2% 11,088 m | 28 Ikea +8% 12,868 m | 29 Jif +12% 8,955 m | 30 Pampers +12% 8,955 m | 31 J.P. Morgan +2% 11,073 m | 32 HSBC +2% 11,073 m | | | | |
| 29 Kellogg's +2% 11,068 m | 30 Canon +2% 11,059 m | 31 Budweiser +12% 11,073 m | 32 J.P. Morgan +2% 11,073 m | 33 HSBC +2% 11,073 m | 34 Pampers +12% 8,955 m | 35 Nestle +2% 10,594 m | 36 eBay +12% 10,587 m | 37 ZARA +12% 10,587 m | 38 GUCCI +12% 10,587 m | | | | |
| 35 Nestle +2% 10,594 m | 36 eBay +12% 10,587 m | 37 ZARA +12% 10,587 m | 38 GUCCI +12% 10,587 m | 39 Volkswagen +12% 10,587 m | 40 Sony +12% 10,587 m | 41 Philips +2% 9,560 m | 42 L'Oréal +1% 8,821 m | 43 Accenture +2% 8,245 m | 44 Thomson Reuters +1% 8,244 m | | | | |
| 41 Philips +2% 9,560 m | 42 L'Oréal +1% 8,821 m | 43 Accenture +2% 8,245 m | 44 Thomson Reuters +1% 8,244 m | 45 Ford +2% 7,928 m | 46 Heinz +12% 7,273 m | 47 Credit Suisse +12% 7,273 m | 48 Harley Davidson +12% 7,273 m | 49 Yahoo! -12% 7,273 m | 50 M&M's +12% 7,273 m | | | | |

기아자동차
이제, 세계 100대
브랜드입니다.

Best Global Brands 2012

Kia New 4,089 \$m

87

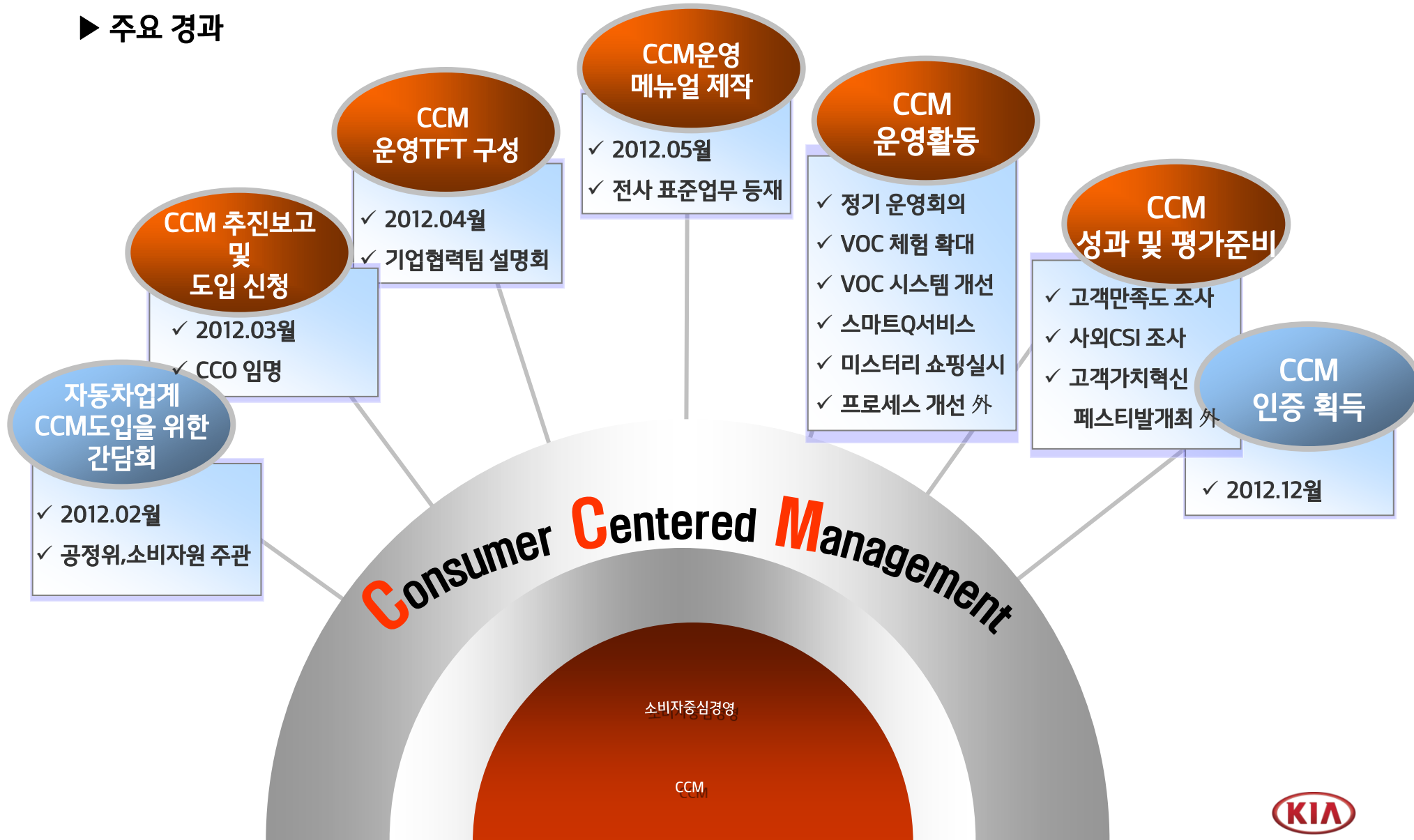


※ 인터브랜드社 글로벌 TOP 100 브랜드 개요

- 인터브랜드社 : 세계적으로 권위를 인정받고 있는 브랜드 컨설팅 업체로 매년 전세계 주요 브랜드의 가치 평가를 실시하여 글로벌 100대 브랜드를 선정해 발표하고 있음
- 평가 방법 : 재무 상황과 브랜드/마케팅 측면을 종합하여 측정하며, 회사의 수익 창출 부분중 브랜드가 기여한 부분을 산정하여 브랜드 가치로 측정하여 평가



▶ 주요 경과



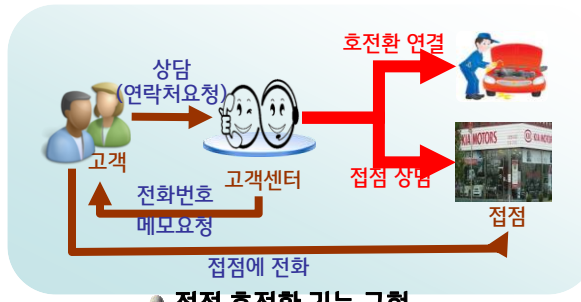


1. VOC 시스템(新 고객센터 시스템) 개선

: 시스템 안정화 및 고객맞춤서비스 제공을 통한 고객 응대력 강화, 이용고객 만족도 제고



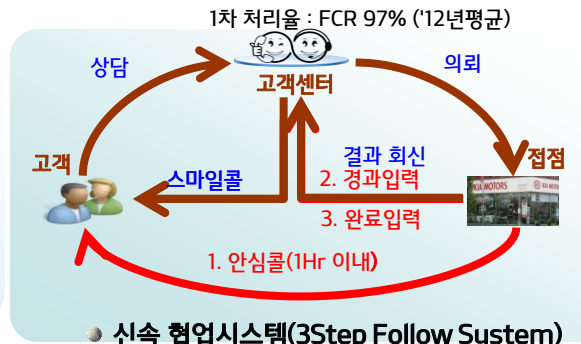
● 영상 상담 서비스



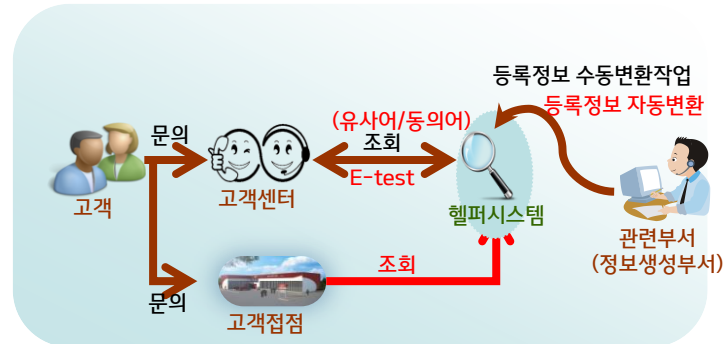
● 점점 호전환 기능 구현



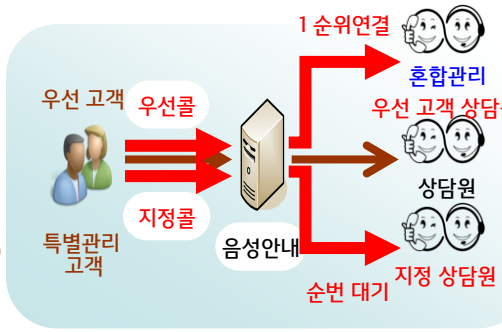
● 모바일상담(m.kia.co.kr)



● 신속 협업시스템(3Step Follow System)



● 상담정보(헬퍼)기능 강화 및 점점 공유



● 우선콜 및 지정콜 기능

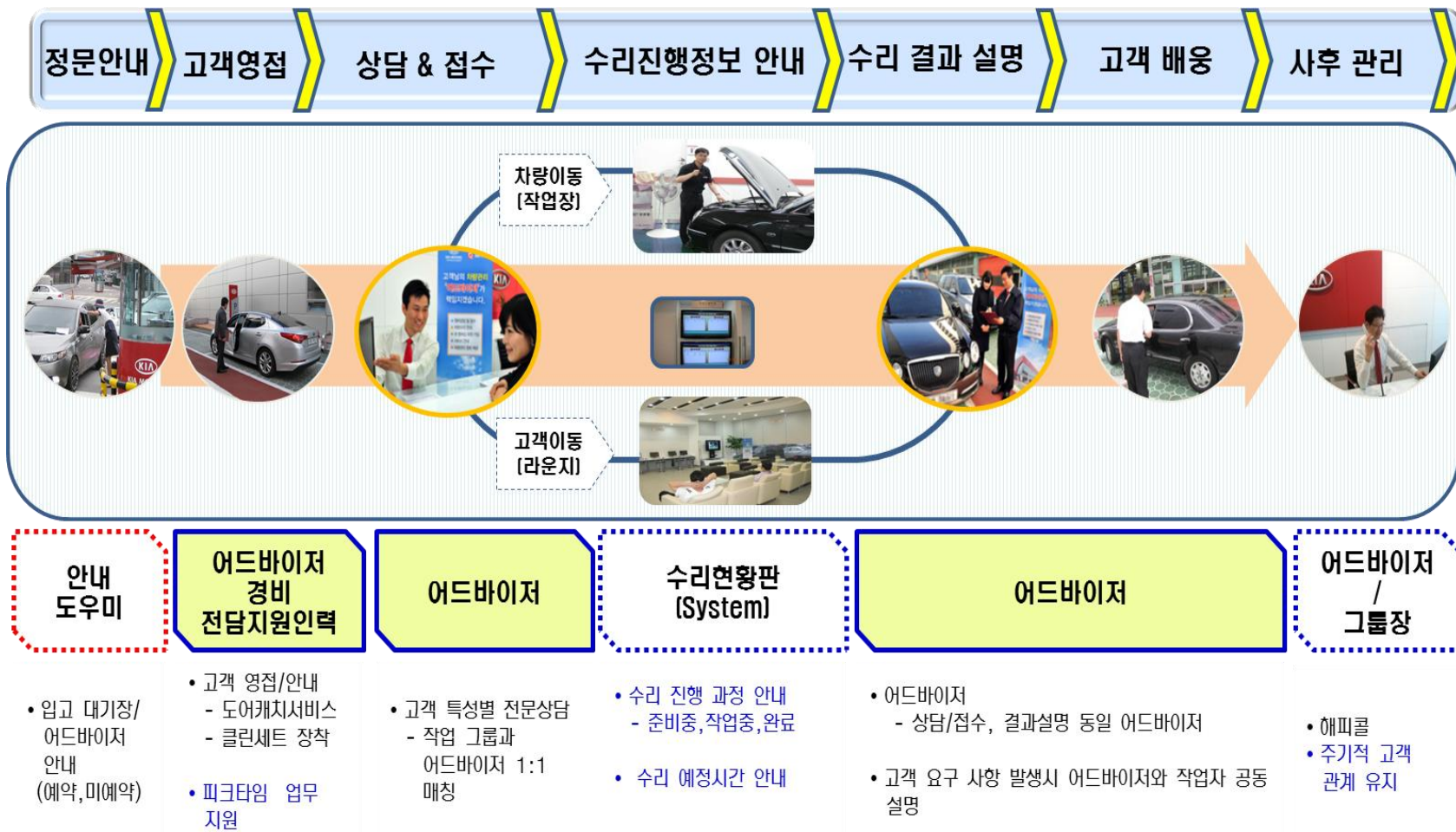
기대 효과

- **안정적 고객상담 시스템 유지**
 - 시스템 안정화/이중화 운영
- **IT 신기술 변화대응 가능**
 - 영상상담, 모바일 상담
 - 점점 호전환 서비스 제공 등
- **고객 맞춤 서비스 제공**
 - 대기시간 안내
 - 예약콜, 우선콜, 지정콜 등
- **신속/정확한 고객 대응력 증대**
 - 신속협업시스템,
 - 상담정보시스템 고도화
 - VOC 고객설문 강화(CS PLAZA) 등



2. 서비스 프로세스 개선

: 기존 고객이 직접 찾아다니는 프로세스를 "어드바이저" 제도 도입을 통한 고객중심의 원스톱 서비스 실현



3. 서비스 방문 고객 편의성 개선

: One-Stop Main stream 확립으로 고객동선 최소화 및 시설 환경 개선(입구 → 접수처 → 고객심터 → 각종 편의시설)



4. 시설 환경 개선 - ① SI 표준 적용을 통한 당사 고객을 위한 브랜드 이미지 제고

| 구분 | 직영서비스센터 | 오토큐 협력사 |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 변경전 |  |  |
| 변경후 |  |  |



5. 시설 환경 개선 - ② 고객편의 시설 개선 : 편안함 / 고급화 / 장애시설 / Lay-out 변경 등

| 구분 | 프론트 | 화장실 | 상담실 | 서비스팀 |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 변경전 |  |  |  |  |
| 변경후 |  |  |  |  |
| 구분 | 여성쉼터 | 1st 클래스 라운지 | 큐 멤버십 zone | 서비스바 / 디지털광고판 |
| 신설 |  |  |  |  |

고객 및 디지털 환경 변화에 따른 소비자 정보제공 강화를 위한 “Q 서비스” 체계 구축



① Touch Call 서비스

Touch Call 서비스

(세계 최초)

- 스마트폰에 장착된 최신 무선 통신 기술인 NFC를 활용하여 “한번의 Touch로 쉽고 편리하게 전문가와 전화연결이 가능”하게 하는 서비스

NFC (Near Field Communication): 스마트 폰에 장착된 근거리 무선 통신 기술로 Tag이나 인식장치에 터치만 하여도 다양한 스마트 폰 서비스가 가능한 최신 기술 (어플 구동 / 대금 결제 / 정보 조회 등)



- ▶ 20~30대 고객 반응도 좋음, Touch Call 전화 일 200건 이상 발생 (스마트컨설팅센터)
- 지점/대리점 내방 고객 대상 서비스 시연 및 마케팅 소구점으로 활용 가능

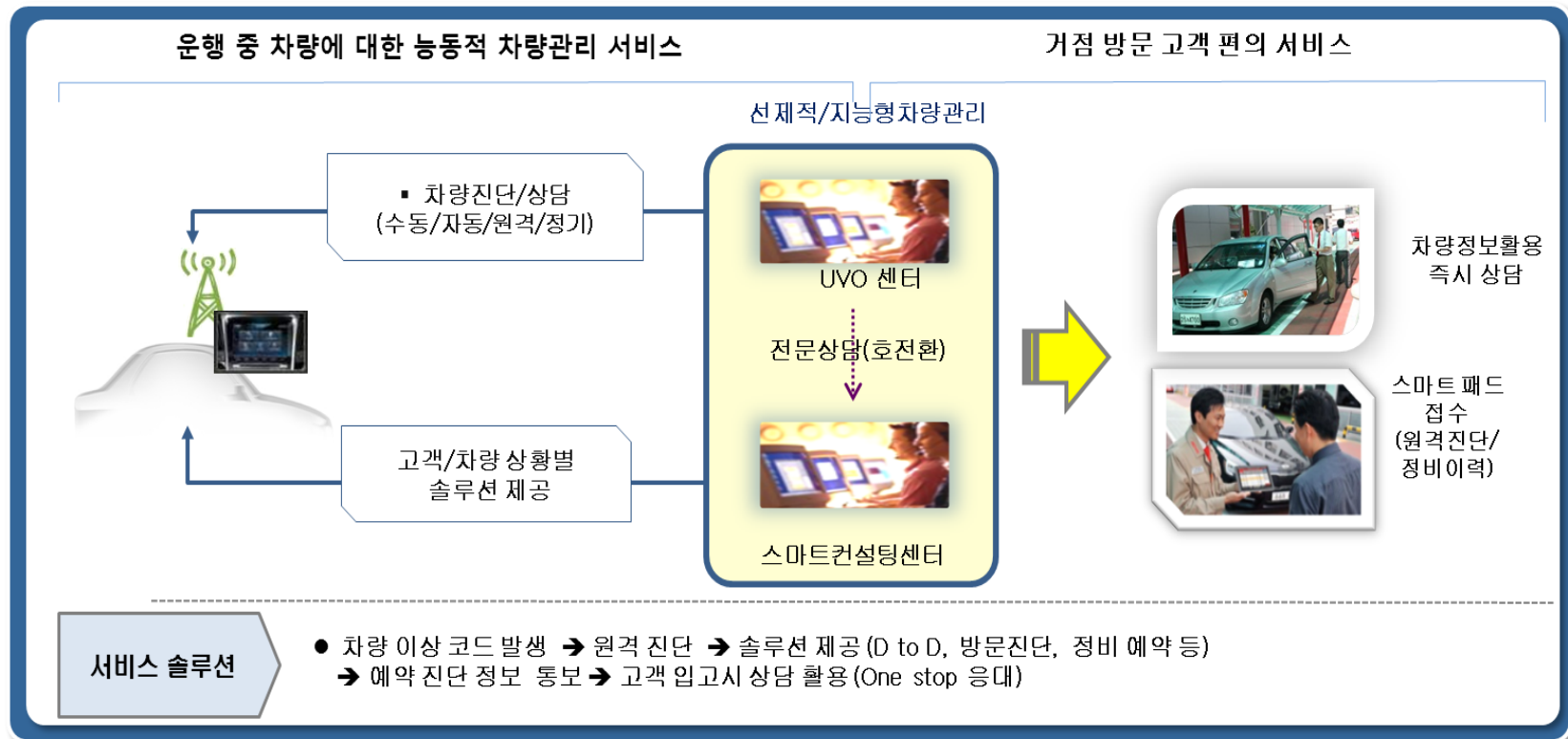


② 원격케어 서비스

원격케어 서비스

(국내 최초)

- 텔레매틱스인 UVO 장착고객에 대해 차량관리를 위한 다양한 서비스 콘텐츠를 실시간으로 제공하는 서비스
→ 차량의 원격진단을 통해 예방정비 및 문제 발생되었을 경우에도 즉조치



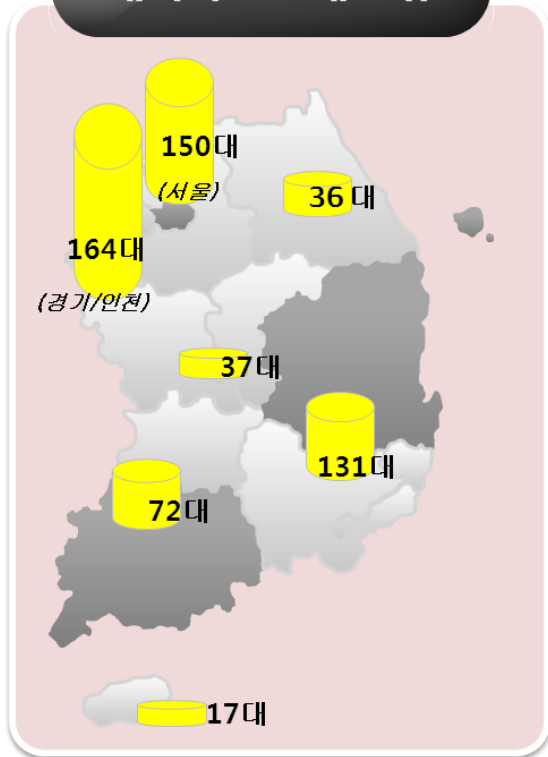
③ 무상 대여차 서비스

무상 대여차

(운영 체계 개선)

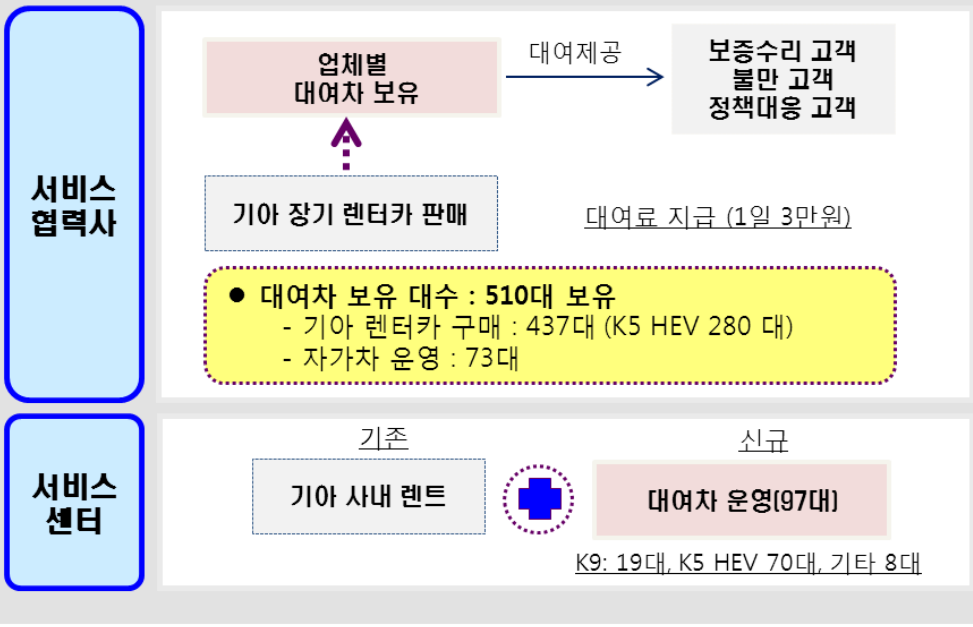
● 고객의 차량 운행의 연속성을 보장하기 위해 무상 대여차 제공 기준 확대

대여차 607대 보유



운영 체계

○ 기아 렌터카 장기 렌트 상품 개발 → 서비스 협력사 구매 후 대여차 보유



④ Door to Door 서비스

도어 투 도어

- 차량 고장 시 차량을 가지고 가서 수리한 후 다시 가져다 주는 서비스

서비스 내용

- Pick up & Delivery(왕복)
- Pick up : 가져만 가는 서비스
- Delivery : 가져다 주는 서비스

Delivery 기사 보험 가입 완료

스마트큐 서비스

[전날 어드바이스]
[명품정돈 서비스]
[Door to Door 서비스]



서비스 특징

- 유. 무상 복합 서비스 원칙
(고객과 기아가 일정 부담)

- K9 : 년 2회 무상 서비스
- 수입차 : 프리미엄급 무상 서비스

운영 기준

- ▶ 운영 차종 : 승용 / RV (제주지역은 봉고 포함) 단 Q 멤버십 회원에만 한함
- ▶ 기본 7 Km (거리병산 적용 3Km 추가 시 2,000원) , 최대 편도 30 Km

⑤ 방문 진단 서비스

방문진단

- 차량 상태 점검 필요 시 고객이 있는 곳에 직접 방문하여 출장진단 및 케어 서비스 제공

서비스 내용

- 고객 위치로 방문하여 차량 점검 및 부가서비스

차량 정지상태는 긴급출동
차량 이동이 가능한 경우 방문진단

스마트큐 서비스

[전담 어드바이저]
[방문진단 서비스]
[Door to Door 서비스]



서비스 특징

- 유. 무상 복합 서비스 원칙
(고객과 기아가 일정 부담)

기아 단독 서비스
(고객 만원/건당 부담)

운영 기준

- ▶ 운영 차종 : 승용 / RV , 단 Q 멤버십 회원에만 한함
- ▶ 서비스 거리 : 편도 30 Km 이내

⑥ 영상진단, 과잉정비 보상 프로그램

영상진단

- 스마트 컨설팅 센터 상담 中 영상통화 가능 고객인 경우 영상 통화를 통해 차량상태 확인 후 상담 및 솔루션 제공
- 차량의 상태 확인이 필요한 경우, 차량을 잘 모르는 여성 고객
- 스마트 컨설팅 센터 內 영상 상담 솔루션 구축 운영 中

과잉정비 보상 프로그램

- 과잉정비에 대한 고객 불신 해소를 위한 프로그램
- 전문기관 조사를 통해 객관성 보장 (현대해상 : 조사 및 보상)
- 과잉정비 판정 시 고객 과다 지급분 최대 3배 보상 실시

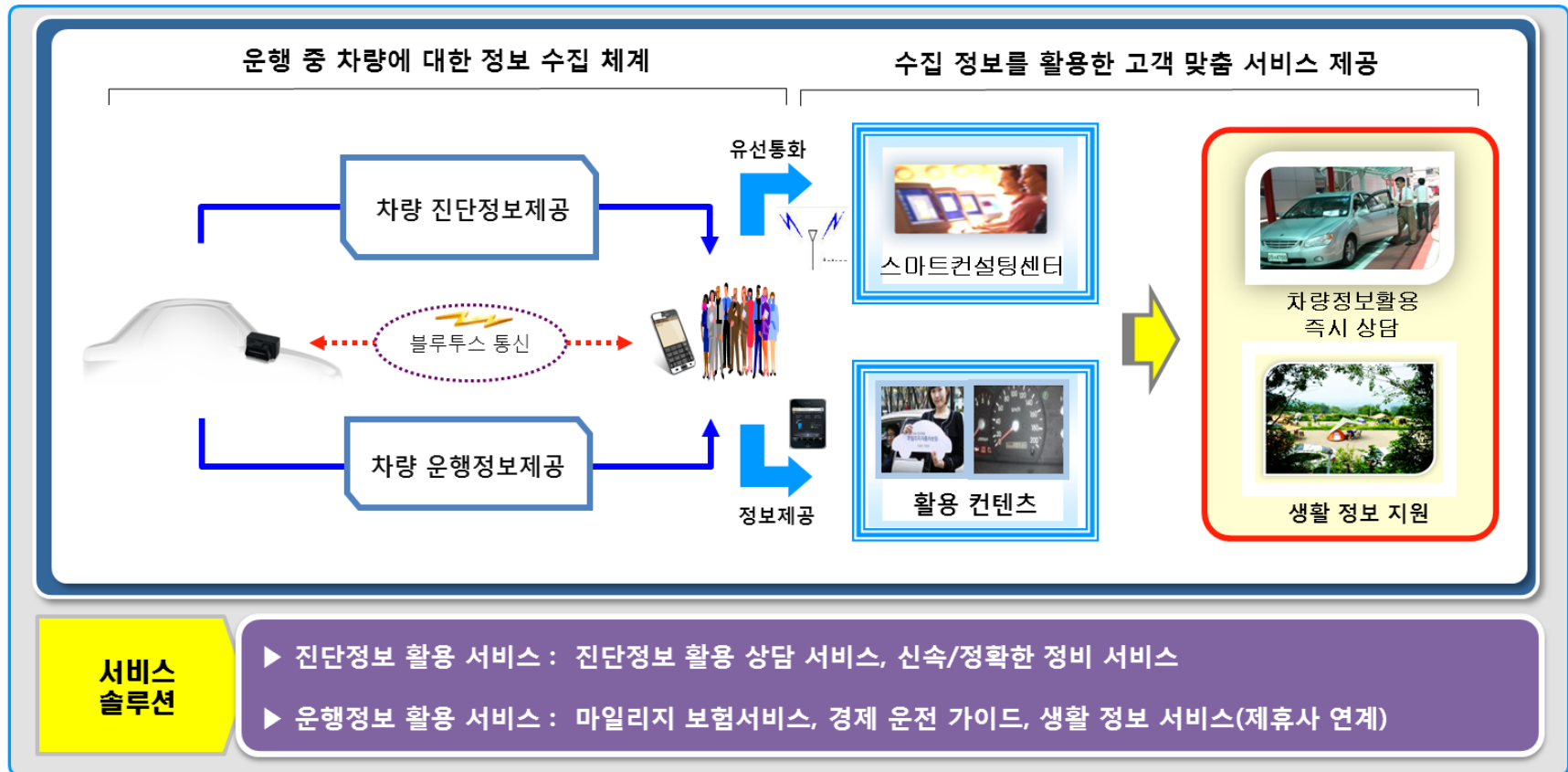
스마트 컨설팅 센터

- 이 모든 서비스가 스마트 컨설팅 센터를 통해 제공
- 기존 긴급 봉사반을 스마트 컨설팅 센터로 재편 운영 中
→ 차량관리 전문가가 24 Hr 전문 상담

⑦ 스마트 큐 어플리케이션 개발 (추진중)

스마트 큐
어플리케이션

- 스마트 폰 어플을 활용, 언제/어디서나 스마트 큐 서비스 신청/상담 및 차량관리 솔루션 제공
→ 스마트 차량 관리를 통한, 고객 편리성 증대 (기출고 고객에 대한 진단/정보 서비스)



1. 『소비자와 함께하는 서비스』 향상 계획 시행



2. 우선과제 TOP7 선정 : 2013년 이후 중점 과제 추진을 통한 고객 중심의 경영 확대 전파

- | | | |
|----------|-------------------|-----------------------------------|
| 1 | 고객중심의 고객 가치 경영 | 협력사 고객중심경영 전파 / 평가 방안 개선 추진 |
| 2 | 소비자 전담 조직 강화 | 기능별 조직 재구성 / 상담 인력 전문화 및 확대 |
| 3 | 全社 평가체계 강화 | 부문별 평가 차별화 / 新 포상제도 도입 |
| 4 | 소비자 정보제공의 거점화 | 권역별 랜드마크형 거점 운영 / 최적화,현대화,고급화,대형화 |
| 5 | 소비자 교육 체계 정비 | 고객과 함께 하는 의무 이행 체계 구축 / 맞춤형 교육 추진 |
| 6 | 다양한 정보의 제공 | 매뉴얼 상세화, 구체화로 고객에 대한 정보제공 강화 |
| 7 | 소비자와 함께 하는 브랜드 체험 | 기아팬 페스티벌 개최 / 공장 견학 확대 / 오토캠프 운영 |

3. 고객 중심의 가치와 경험 제공 : 고객가치 혁신을 통한 자동차업계 선도 기업 도약

2016 중장기 계획 달성을 통한 "고객 가치 혁신"

고객 가치 제고 (Happy experience)

고객 니즈 기반의 제품운영과 타겟 고객별 맞춤형 마케팅 활동 집중화

- **고객 니즈 기반 제품 운영**
 - 가격/사양, 선컨셉, IT, 연비, 보증
- **스포츠 마케팅 타겟별 집중화**
 - 기아 골프대회 개최, 프로야구 활용
- **기아 브랜드 체험 확대**
 - 기업광고, 브랜드홍보관, 공장견학
 - 가족초청 팬 페스티벌, 성장세대체험
- **자동차문화 구현**
 - 모터스포츠, 서킷, 오토 캠핑
 - 드라이빙 아카데미, 자동차 레저

고객서비스 기반 강화 (Smart Change)

수요중심의 거점(H/W) 재편 및 스마트 기반의 접점 프로세스(S/W) 혁신

- **소비자 정보제공의 거점 운영**
 - 재배치, 新거점(K라운지), 복합거점
 - 거점대형화, 마스터 오토큐 육성
- **소비자 중심의 디지털 서비스 실현**
 - 스마트 세일즈, 고객Care, 상시 시승
 - 스마트Q서비스, 무상대여차, 긴급출동
- **고객만족 실천 강화**
 - 新 고객센터 구축, 명품업체 제휴
 - CS 강사제, CS 개선전문가 육성

내부 역량 혁신 (Active organization)

인력확보, 정예화 및 新 조직문화 구축으로 영업경쟁력 제고

- **인력 확충 및 정예화**
 - 중장기 인력 Pool 보강, 고령화 대응, 미래 인력 확보
 - 카마스터 아카데미
 - 지점장 사관학교, 리더육성 경력관리, 정예 기술요원 육성
- **조직문화 개선**
 - 조직활성화 (활기,재미,행복 3단계)
 - 소통활성화 (계층별 토론, 현장방문)
 - 직원의식개혁 (사회봉사활동)

자동차에서 고객삶의 동반자로

Lifetime partner in automobiles and beyond

기아자동차는 고객 중심경영을 통하여 고객가치 혁신을 추구하며
고객의 자동차 관련 생활 全 부문에 최상의 서비스를 지원할 수 있도록
최선의 노력을 다하겠습니다.

감사합니다.

<http://www.kia.co.kr>

