DAILY

GROWING

MEDICAL EDU

병원 코디네이터 자격증 과정

07
고객 만족도 관리
개념
START

오늘의 이야기

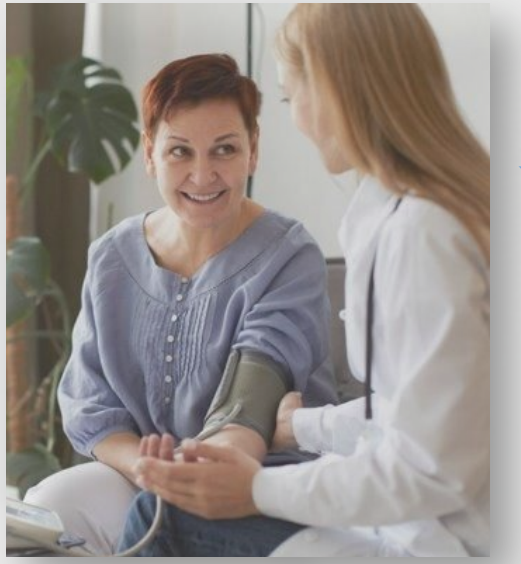
제품, 서비스 만족

충성 고객

브랜드 옹호자

해당 병원에서의 반복 구매

타인 추천, 입 소문 효과



고객 기반으로 크게 확장 가능

새로운 고객 시장 유치 가능

고객 만족 여부 및
불편사항 확인, 개선

학습 목표

1. 고객 만족도의 정의와 중요성을 이해하고, 만족도 측정의 기본 원칙을 학습
2. 고객 만족도를 측정하기 위한 다양한 방법론을 이해
3. 고객 만족도 조사 결과를 토대로 개선 프로세스를 이해하고, 실제 현장에서 활용

학습 내용

1. 고객 만족도관리의 개념과 특징
2. 조사 방법
3. 고객 만족도 개선

01.
고객 만족도 관리 개념 및 특징

가. 의미

나. 측정 원칙

1 고객 만족도 관리 개념 및 특징

가. 의미

개념 및 목적

- 정의 : 서비스 이용 고객이 병원의 서비스 전반 또는 특정 서비스를 평가하는 조사
- 목적 : 고객의 기대 충족 정도 측정, 서비스 방향 및 수준 설정을 위한 기준 제공

→ 고객 중심의 구체적이고 다양한 서비스 평가
향후 서비스 개선 방향과 품질 수준 결정의 기준 마련

중요성

- 고객 이해 증진
- 전략적 경영에 필수적
- 의사결정 시 기대가치의 제고
- 자원의 효율적 활용

특성

- 문제 해결을 위한 공식적 접근 필요
- 적시에 이루어져 의사결정에 즉시 활용 가능
- 과학적 방법론 적용

나. 측정 원칙

계속성
- 정기적이고 지속적인 조사 필요
- 목적에 맞게 적절한 간격으로 실행해야 함

정량성
- 결과를 수치로 표현할 수 있어야 함
- 비교와 추세 부석 가능

정확성
- 정확한 데이터 수집 중요
- 조사 방법에 따라 결과가 달라질 수 있음

02.
고객 만족도 조사 과정과 방법

가. 과정

나. 정량적 방법

다. 질적 방법

2 고객 만족도 조사 방법

가. 과정

목표 설정

- 조사의 목적과 기대 결과 정의
- 타겟 고객군 설정

설문지 설계

- 고객의 경험, 기대, 만족도에 대한 질문 구성
- 다양한 유형의 질문 포함

조사 수행

- 온라인, 대면, 전화 등 다양한 방법을 통한 설문
- 고객 참여 유도 전략 수립

데이터 수집 및 관리

- 응답 데이터 수집
- 중요한 트렌드 및 패턴 식별

데이터 분석

- 수집된 데이터 분석
- 중요한 트렌드 및 패턴 식별

2 고객 만족도 조사 방법

가. 과정

보고서 작성 및 공유

- 분석결과를 보고서 형태로 정리
- 관련 부서 및 이해관계자에게 결과 공유

행동 계획 수립

- 개선 사항 도출
- 관련 부서 및 이해관계자에게 결과 공유

실행 및 모니터링

- 개선 계획 실행
- 실행 과정 및 효과 모니터링

재평가 및 지속적 개선

- 조치의 효과성 평가
- 지속적인 개선을 위한 조정 및 개선

2 고객 만족도 조사 방법

나. 정량적 방법

1) 비교

구분	내용	조사 방법
정량적 방법	▪ 수치화 가능한 데이터를 사용하여 고객 만족도를 측정 ▪ 이 방법은 구체적이고 측정 가능한 결과를 제공	▪ 대인 설문조사, 전화 설문조사, 온라인 설문조사 등
질적 방법	▪ 고객의 경험, 감정, 동기 등을 깊이 있게 이해하는 데 중점을 둠 ▪ 이 방법은 더 풍부하고 상세한 데이터를 제공하지만, 수치화하기 어려울 수 있음	▪ 심층 면접 ▪ 포커스 그룹 인터뷰

2 고객 만족도 조사 방법

나. 정량적 방법

2) 대인 설문조사

구분	내용	장점 및 단점	
개념	▪ 직접 대면하여 자료 수집하는 방법	장점	▪ 정확하고 자세한 질문 설명 가능 ▪ 응답자 확인 및 높은 응답률 ▪ 정해진 조사기간 내 실시 가능 ▪ 표본분포 통제 가능
대상	▪ 진료 후 수납한 고객 대상	단점	▪ 높은 조사비용 ▪ 조사원의 영향 가능성 ▪ 응답자 익명성 미 보장

2 고객 만족도 조사 방법

나. 정량적 방법

3) 전화 설문조사

구분	내용	장점 및 단점	
개념	▪ 조사원이 대상자에게 전화하여 자료 수집하는 방법	장점	▪ 효율적 비용 ▪ 신속하고 간편한 실행 ▪ 익명성 보장으로 높은 응답률 ▪ 지역 및 거리 제약 없이 넓은 표본 분포 가능
대상	▪ 동일 기간 내에 서비스를 이용한 고객 그룹 선별	단점	▪ 짧은 조사 시간으로 질문 다양성 한계 ▪ 응답자 연결 불가 시 표본 제외 문제 존재

2 고객 만족도 조사 방법

나. 정량적 방법

4) 온라인 설문조사

구분	내용	장점 및 단점	
개념	▪ 이메일, 모바일 등을 통해 응답자로부터 자료를 수집하는 방법	장점	▪ 응답자 수 증가에 따른 추가 비용 미미 ▪ 동영상, 3D 이미지, 사운드 등 입체적인 질문 가능 ▪ 24시간 언제 어디서나 쌍방향 커뮤니케이션으로 조사 가능 ▪ 빠른 설문 회수 및 실시간 분석 가능 ▪ 조사 대상자 범위를 광범위하게 설정 가능
		단점	▪ 스팸 메일, 스팸 문자로 오해되어 응답 참여 감소 가능성 ▪ 인터넷 사용자에 한정되고, 능동적인 참여자만 응답하여 대표성 상실 가능성

2 고객 만족도 조사 방법

다. 질적 방법

1) 심층 면접

구분	내용	방법 및 주의사항	
개념	▪ 개인 또는 소그룹과의 깊이 있는 대화를 통해 정보를 수집하는 질적 연구 방법	실시 방법	▪ 유연한 질문 조정과 사전 준비 중요 ▪ 참가자의 비언어적 신호 및 감정 반응도 중요 데이터로 취급
목적	▪ 참가자의 태도, 경험, 동기 등을 깊이 있게 이해하기 위함	주의사항	▪ 면접자의 편견 및 가정 배제 ▪ 응답자의 익명성 및 개인 정보 보호 필수
특징	▪ 개방형 질문 사용, 참가자의 자유로운 답변과 추가 질문으로 심층적 정보 획득		

다. 질적 방법

2) FGI (Focus Group Interview)

구분	내용	방법 및 주의사항	
개념	▪ 집단 토론을 통한 질적 조사 방법 ▪ 특정 주제나 제품에 대한 다양한 의견 수집	실시 방법	▪ 6-10명 참가자와 중립적 사회자(모더레이터)의 토론 ▪ 자유로운 의견 교환과 토론
목적	▪ 소비자 인식, 태도, 감정 탐색	주의사항	▪ 다양한 배경을 가진 참가자 선정 중요 ▪ 사회자의 중립성과 균형 있는 의견 수집 필요
활용	▪ 제품 개발, 광고 전략 등 마케팅 분야 활용		

2 고객 만족도 조사 방법

다. 질적 방법

3) 고객 소리함(VOC)

구분	내용	장점 및 단점	
개념	▪ 고객제안카드와 펜을 소리함에 비치하여 고객의 요구 사항과 제안 수집하는 방법	장점	▪ 익명성으로 인한 다양한 의견 수집
수거 및 분석	▪ 매주 고객제안카드를 수거하여 분석하고 개선 방안 모색	단점	▪ 회수율이 낮을 수 있음

03.
개선

가. 개선 프로세스

나. 결과 분석

다. 개선안 도출

라. 개선안 실행

3 개선

가. 개선 프로세스

고객 만족도 조사 결과 분석

- 조사 결과 데이터 분석
- 중요 문제점 및 개선 필요 영역 식별

개선 전략 및 계획 수립

- 식별된 문제점에 대한 개선 전략 및 행동 계획 수립
- 관련 부서 및 팀과의 협력 계획

개선 실행

- 계획된 개선 사항 실행
- 단기 및 장기 목표 설정

평가 및 모니터링

- 실행된 개선 사항에 대한 효과 평가
- 지속적인 모니터링 및 평가를 통한 개선 사항의 효과성 확인

피드백 및 조정

- 평가 결과에 기반한 추가적인 피드백 및 조정
- 필요한 경우 개선 사항 재조정 및 추가 실행

지속적 개선

- 개선 사항의 지속적인 실행 및 평가
- 새로운 고객 만족도 조사를 통한 추가적인 개선 기회 발견

3 개선

나. 결과 분석

분석

- 분석 목적 : 고객 만족도 조사의 결과를 통해 서비스의 문제점 식별
- 과정 : 각 팀의 책임자들과 함께 조사 결과 검토

회의 및 논의

- 실시 방법 : 문제점에 대한 원인 분석을 위한 회의 진행
- 주요 내용 : 고객 만족도에 영향을 미치는 핵심 문제점들에 대한 심층적 논의

우선순의 결정

- 기준 : 심각성과 중요도를 고려하여 문제점에 대한 우선순위 결정
- 목표 : 가장 긴급하고 중요한 문제부터 개선

보완사항 논의 및 개선방안 도출

- 절차 : 문제점에 대한 원인 분석 후, 적절한 개선책 모색
- 각 팀별 역할 : 팀별로 해당 문제에 대한 개선안 도출 및 실행 계획 수립

결과 정리 및 공유

- 방법 : 고객 만족도 조사 결과를 표나 그래프를 사용하여 시각적으로 정리
- 목적 : 각 팀원들이 결과를 쉽게 이해하고 개선 사항을 명확히 파악

3 개선

다. 개선안 도출

정의

- 문제점들에 대한 원인 분석, 개선안 도출 및 선정된 개선안의 실행 계획을 세우는 단계

고려사항

실무자 참여

- 팀 관리자와 팀원의 공동 참여 및 논의를 통한 개선안 수립
- 현장 실무자들의 아이디어와 의견을 최대한 반영

고객 만족도 점수의 의미

- '매우 만족'과 '만족' 사이의 점수 차이의 중요성 인식
- 1점 상승이 재 내원율을 5배 이상 높일 수 있는 중대한 영향

고객 불만 요인	원인 분석	대안
맞이 인사가 없다 데스크가 불친절 하다	매뉴얼이 없다 통일된 맞이 인사 멘트가 없다 고객이 들어오는지 모른다	입구에 모션센서 설치 매뉴얼 개발 및 교육 맞이 인사 멘트 개발 및 교육

3 개선

라. 개선안 실행

실행 여부 결정
비용 대비 효과 분석

지속적인 개선활동 유지
일회성 활동을 넘어서는 지속적인 관리 필요

서비스 표준매뉴얼 개발
표준화된 접근으로 서비스 개선 효과 증대

순차적 개선활동 실행
체계적인 접근으로 개선 효과의 지속적인 향상

QUIZ

학습한 내용을 퀴즈를 통해
확인해볼까요?
총 2문제가 제시 됩니다.

Quiz

Q1. 괄호 안에 들어갈 조사 방법은 무엇일까요?

구분	내용	조사 방법
( ) 방법	▪ 수치화 가능한 데이터를 사용하여 고객 만족도를 측정 ▪ 이 방법은 구체적이고 측정 가능한 결과를 제공	▪ 대인 설문조사, 전화 설문조사, 온라인 설문조사 등
질적 방법	▪ 고객의 경험, 감정, 동기 등을 깊이 있게 이해하는 데 중점을 둠 ▪ 이 방법은 더 풍부하고 상세한 데이터를 제공하지만, 수치화하기 어려울 수 있음	▪ 심층 면접 ▪ 포커스 그룹 인터뷰

정답은 [정량적]

Quiz

Q2. 아래에서 설명하는 말이 맞으면 O, 틀리면 X

개선안 도출 과정에서
실무자 참여가 매우 중요한 요소이다.

정답은 O

실무자의 적극적 참여를 독려하고 이를 통해 실질적이고 실행 가능한 계획을 수립하는 것이 중요합니다.

정리하기

이번 시간에 배운 내용을 떠올리면서
주요 학습 내용을 다시 한번 정리해 보세요.

정리하기

1. 고객 만족도 개념 및 특징

가. 의미

개념

- 정의 : 서비스 이용 고객이 병원의 서비스 활동 전반 또는 특정 서비스를 평가하는 조사
- 목적 : 고객의 기대 충족 정도 측정, 서비스 방향 및 수준 설정을 위한 기준 제공

목적

- 고객중심의 구체적이고 다양한 서비스 평가
- 향후 서비스 개선 방향과 품질 수준 결정의 기준 마련

정리하기

1. 고객 만족도 개념 및 특징

나. 측정 원칙

계속성

- 정기적이고 지속적인 조사 필요
- 목적에 맞게 적절한 간격으로 실행해야 함

정량성

- 결과를 수치로 표현할 수 있어야 함
- 비교와 추세 분석 가능

정확성

- 정확한 데이터 수집 중요
- 조사 방법에 따라 결과 달라질 수 있음

정리하기

2. 고객 만족도 조사 과정과 방법

가. 과정

1. 목표 설정
- 조사의 목적과 기대 결과 정의
- 타겟 고객군 설정

2. 설문지 설계
- 고객의 경험, 기대, 만족도에 대한 질문 구성
- 다양한 유형의 질문 포함

3. 조사 수행
- 온라인, 대면, 전화 등 다양한 방법을 통한 설문 진행
- 고객 참여 유도 전략 수립

4. 데이터 수집 및 관리
- 응답 데이터 수집
- 데이터의 정확성 및 일관성 확인

5. 데이터 분석
- 수집된 데이터 분석
- 중요한 트렌드 및 패턴 식별

정리하기

2. 고객 만족도 조사 과정과 방법

6. 보고서 작성 및 공유
- 분석 결과를 보고서 형태로 정리
- 관련 부서 및 이해관계자에게 결과 공유

7. 행동 계획 수립
- 개선 사항 도출
- 구체적인 행동 계획 및 전략 개발

8. 실행 및 모니터링
- 개선 계획 실행
- 실행 과정 및 효과 모니터링

9. 재평가 및 지속적 개선
- 조치의 효과성 평가
- 지속적인 개선을 위한 조정 및 개선

정리하기

2. 고객 만족도 조사 과정과 방법

나. 정량적 방법

구분	내용	조사 방법
정량적 방법	▪ 수치화 가능한 데이터를 사용하여 고객 만족도를 측정 ▪ 이 방법은 구체적이고 측정 가능한 결과를 제공	▪ 대인 설문조사, 전화 설문조사, 온라인 설문조사 등
질적 방법	▪ 고객의 경험, 감정, 동기 등을 깊이 있게 이해하는 데 중점을 둠 ▪ 이 방법은 더 풍부하고 상세한 데이터를 제공하지만, 수치화하기 어려울 수 있음	▪ 심층 면접 ▪ 포커스 그룹 인터뷰

정리하기

3. 개선 프로세스

1. 고객 만족도 조사 결과 분석
   - 조사 결과 데이터 분석
   - 중요 문제점 및 개선 필요 영역 식별
2. 개선 전략 및 계획 수립
   - 식별된 문제점에 대한 개선 전략 및 행동 계획 수립
   - 관련 부서 및 팀과의 협력 계획
3. 개선 실행
   - 계획된 개선 사항 실행
   - 단기 및 장기 목표 설정
4. 평가 및 모니터링
   - 실행된 개선 사항에 대한 효과 평가
   - 지속적인 모니터링 및 평가를 통한 개선 사항의 효과성 확인
5. 피드백 및 조정
   - 평가 결과에 기반한 추가적인 피드백 및 조정
   - 필요한 경우 개선 사항 재조정 및 추가 실행
6. 지속적 개선
   - 개선 사항의 지속적인 실행 및 평가
   - 새로운 고객 만족도 조사를 통한 추가적인 개선 기회 발견

다음 차시에서는 예약관리 에 대해
알아보는 시간을 갖도록 하겠습니다.

이것으로 이번 시간 학습을 마치겠습니다.
수고하셨습니다.

THANK YOU