



Mercedes-Benz
The best or nothing.



CSI No.1 – Delightful Customer Care

CSI Newsletter

Volume 7-Nov. 2016

MBK Network Development & Training

CSI No.1 - Delightful Customer Care

Table of contents

NOV 2016

01 Greetings

MBK Service & Parts 김지섭 부사장 인사말



02 2016 CSI Report

A. 2016 3Q CSI결과총평

- 세일즈
- 애프터세일즈

B. 고객들의 목소리!

2016 3Q CSI VOC 결과 분석

03 CSI News

A. 2016 Syndicated Study 결과

B. CSI Check

04 진정한 전문가 Product Expert!

A. Product Expert 는 누구인가?

B. Product Expert Interview

- i. 박성호 Product Expert - KCC오토 강북 딜러쉽
- ii. 최윤희 Product Expert - 한성자동차 수원 딜러쉽

05 Useful Tips to Satisfy Customers

고객의 마음을 사로잡는 유용한 팁

A. 독서의 계절 가을, 마음의 양식을 채우자

B. 대비하라! 악마 같은 환절기 탈모

06 고객님의게 알려드리세요!

만족도 100%, 낙엽놀이 코스



07 CSI 앙케이트

CSI No.1 - Delightful Customer Care

Greetings from Vice President of MB Korea



안녕하십니까, 메르세데스-벤츠 코리아에서 서비스&파트 부서를 맡고 있는 김지섭 부사장입니다.

우리가 1월에 만나 한 해를 뜻깊게 보내겠다고 힘차게 외친 게 엇그제 같은데 어느덧 2016년이 벌써 저물어가고 있습니다. 올해에도 역시 메르세데스-벤츠가 한국 시장에 들어온 역사 이래로 최고의 한 해를 보내고 있다고 말할 수 있습니다. 이미 39,000대에 가까운 신차들이 등록되면서 9개월 만에 작년 등록 대수에 성큼 근접해 가면서 창사 이래 처음으로 판매대수 50,000대를 넘을 것으로 예상하고 있습니다. 다양해진 제품 라인업을 통해 거의 모든 세그먼트에서 판매 1위를 차지하고 있으며 이러한 신차 판매 신장으로 인해 서비스 차량의 출고 대수도 9월 누적으로 325,000대에 달하고 있습니다.

이러한 성과를 이루면서 자칫 잘못하면 판매 및 서비스 품질이 떨어질 수 있는데 우리는 지속적인 네트워크 확장과 인력 확충 및 교육투자를 통해 품질면에서도 큰 성과를 이루었습니다. 지난 9월에 컨슈머 인사이트에서 발표된 2016년 연례 자동차 기획조사 고객 만족도 부문에서 메르세데스-벤츠는 7년째 독일 프리미엄 브랜드 중 판매 및 서비스 만족도 1위에 올라섰습니다. 특히, 서비스 부문에서는 사상 처음으로 국내 브랜드를 포함한 전 브랜드 중 1위를 차지하는 놀라운 결과를 이루었습니다. 또한, 이에 앞서 KSA 한국품질협회에서 선정하는 2016 한국품질만족 지수 수입차 AS 부문에서 1위에 선정됨으로써 국가기관인 산업통상자원부에서 후원하는 객관적인 평가에서도 우리 서비스 품질의 우수성을 인정받았습니다.

저는 우리의 성과가 우연이라고 생각하지 않습니다. 특히, 컨슈머인 사이트에서 발표된 서비스 만족도 부문에서 우리는 불과 몇 점 차이로 2, 3위를 따돌렸습니다. 이는 CSI 점수 한점 한점을 위해 노력하는 우리 모든 영업 및 서비스 직원들의 땀으로 얻은 결과이자 여러분들이 고객만족과 고객 유지를 위해 꾸준히 노력한 결과라고 생각합니다. 영업에서는 사후관리와 시승, 서비스에서 고객 유지 상품 판매, 기술력 향상과 차별화된 리테일 마케팅 등 각자의 분야에서 자만하지 않고 끊임없이 고객분들에게 감동을 준 결과라고 믿고 있습니다.

이제 얼마 남지 않은 2016년 마지막까지 우리 고객들이 만족하고 우리의 FAN이 될 수 있도록 애정을 쏟아주실 줄 믿습니다. 우리 고객분들 없이 우리는 이룰 수 있는 게 없습니다. 매일 메르세데스-벤츠의 얼굴이 되어주시는 자랑스러운 여러분! 남은 한 해 좋은 마무리가 될 수 있도록 최선을 다해주시길 소망하며 여러분의 진심 어린 열정에 응원을 보냅니다. 화이팅!

부사장 **김 지 섭**

메르세데스-벤츠코리아(주)



2016 CSI Report

2016년 3분기 CSI 세일즈 결과 분석

조사 대상 : 2015년 12월 ~ 2016년 8월에 메르세데스-벤츠 차량을 구입한 개인 고객

조사 기간 : 2016년 1월 ~ 2016년 9월 (9개월)

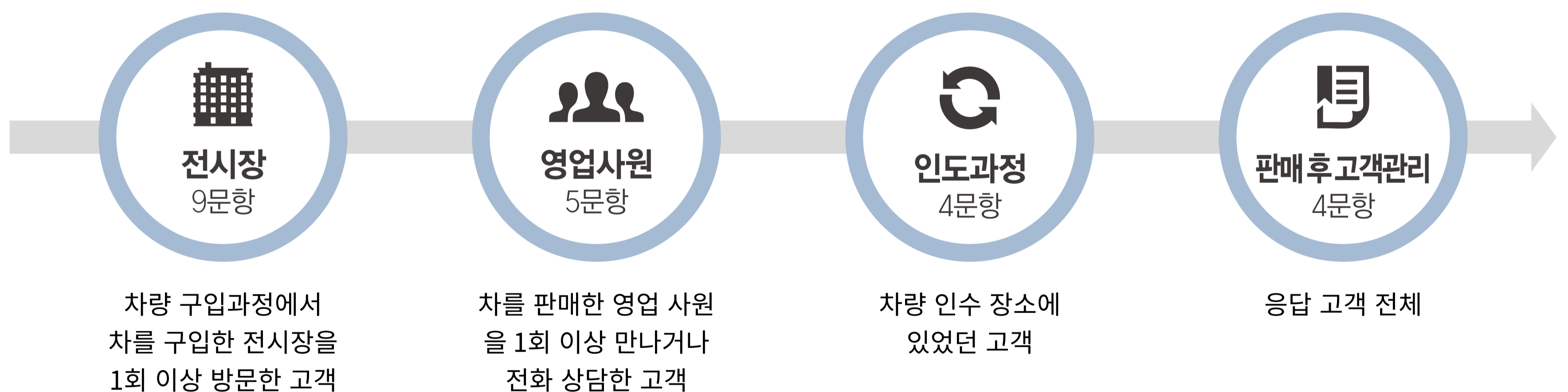
조사 회사 : Consumer Insight

▶ 자료 수집

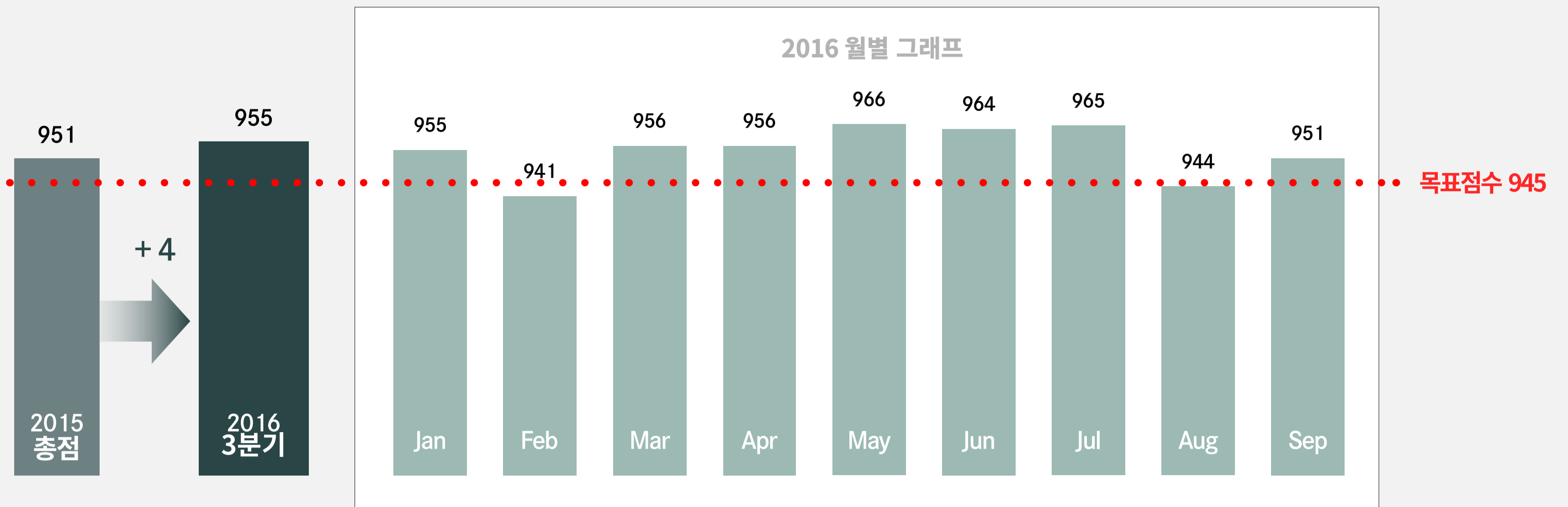
기간		Sample 수
2016 상반기	1 분기	891
	2 분기	925
2016 하반기	3 분기	1,010
Total		2,816

부문 설명 및 구성

22개 항목, 4개 부문 평가, 1개 종합평가



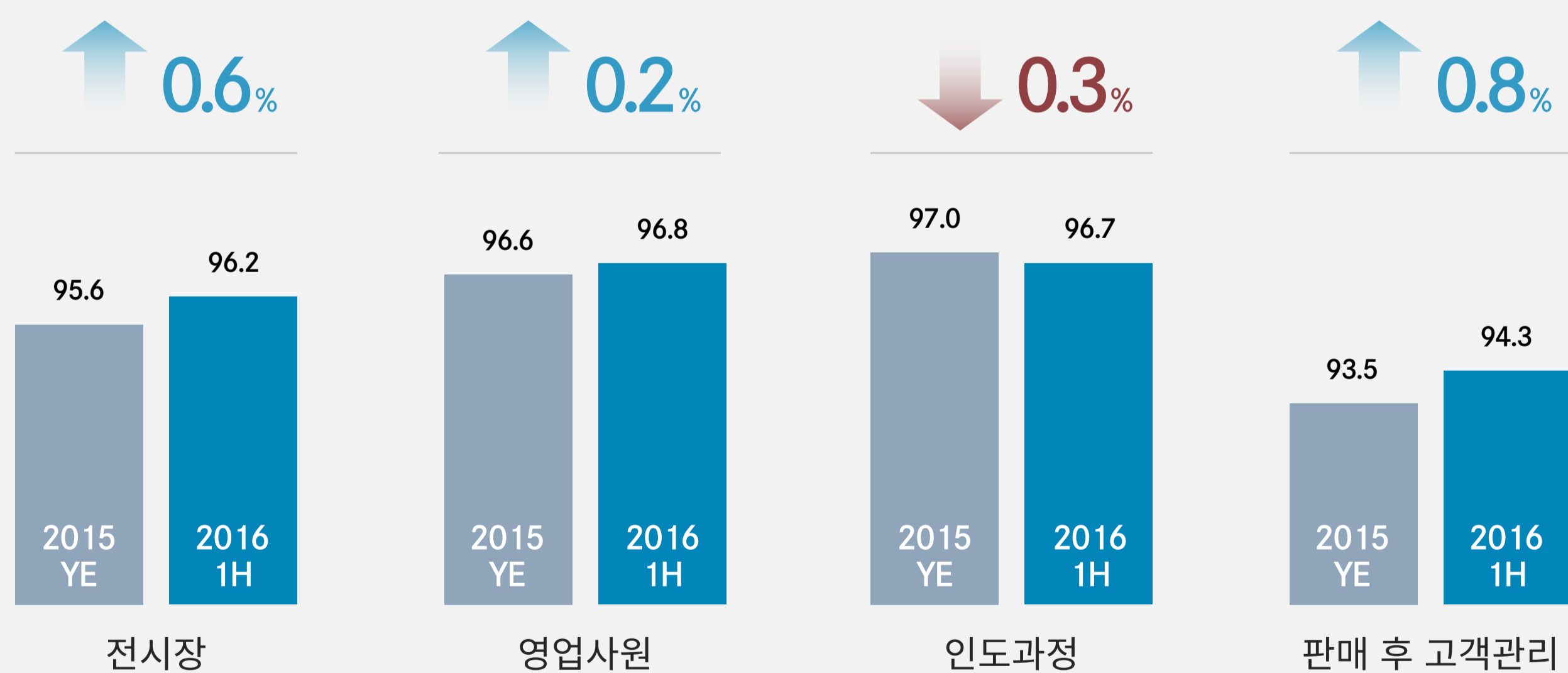
2016 3H CSI Sales Trend



2016년 3분기 CSI 세일즈 전체 평균 점수는 955점

- 2016 CSI 세일즈 목표 점수 (945점)를 초과 달성함
- 2016 3분기 점수는 전년도 대비 4점 상승함
- 2016 상반기 평균 점수 (957점)대비 소폭 하락 (-2점)

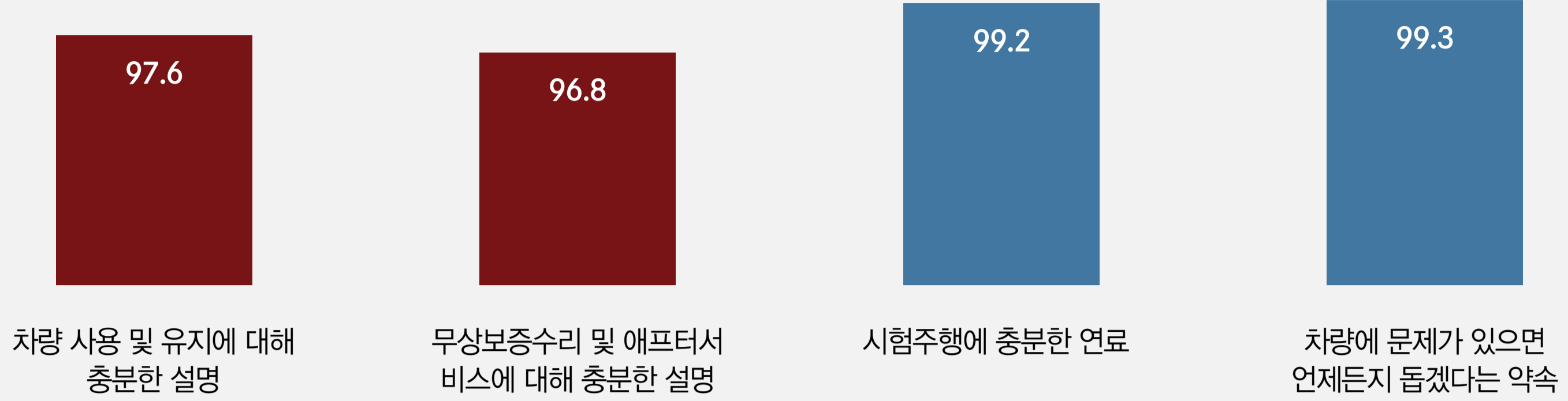
부문별 만족도



만족도가 가장 낮은 부문은 '판매 후 고객관리'

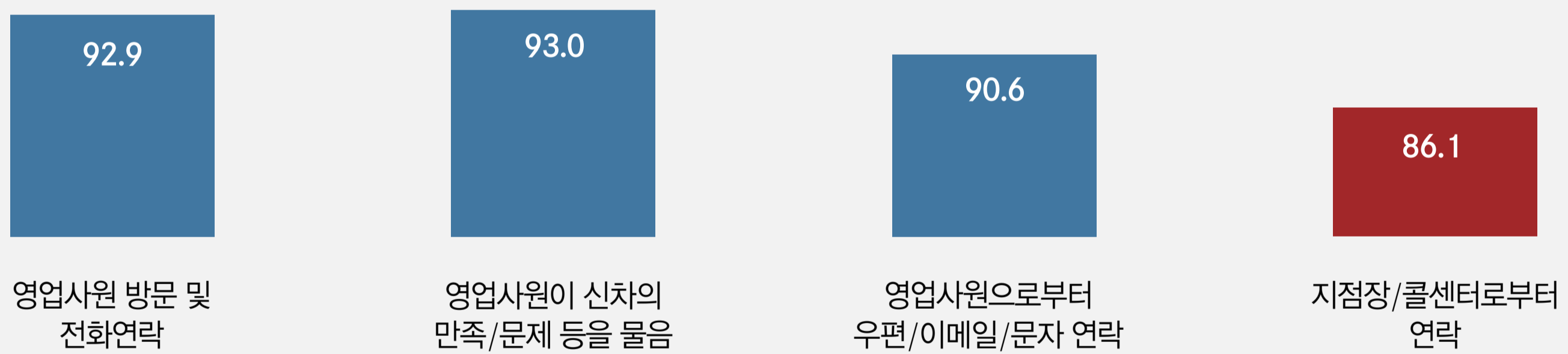
- '인도과정'을 제외하고는 작년 대비 소폭 상승함
- 전년도 가장 높은 점수를 받았던 '인도과정' 부문은 올해 이 후, 소폭 하락하였음
- 가장 낮은 만족도는 전년도와 마찬가지로 '판매 후 고객 관리'부문이나, 올해 지속적으로 점수가 높아지고 있음

‘인도과정’ 부문 세부항목



- ‘차량 사용 및 유지에 대한 충분한 설명’ 및 ‘무상보증수리 및 애프터서비스에 대한 충분한 설명’은 다른 세부항목에 비해 낮은 이행률을 보임
- 고객은 보다 전문적인 설명을 원하는 것을 알 수 있으며, 위 두 개의 세부항목을 집중관리 함으로써 ‘인도과정’ 부문에 대한 만족도를 더욱 높일 수 있음

‘판매 후 고객관리’ 부문 세부항목



- ‘지점장/콜센터 연락’(86.1%)은 작년 대비 (1.9%) 대폭 상승했으나, 부문 내에서 뿐만 아니라 전 항목에서 이행률이 가장 낮음
- 여전히 ‘판매 후 고객관리’ 부문이 가장 취약하므로, 이를 위한 실질적인 개선 방안이나 가이드라인을 통한 중점적인 관리가 필요함



2016 CSI Report

2016년 3분기 CSI 애프터세일즈 결과 분석

조사 대상 : 2015년 12월 ~ 2016년 8월 메르세데스-벤츠공식 정비 센터에서 서비스를 받은 개인 고객

조사 기간 : 2016년 1월 ~ 2016년 9월 (9개월)

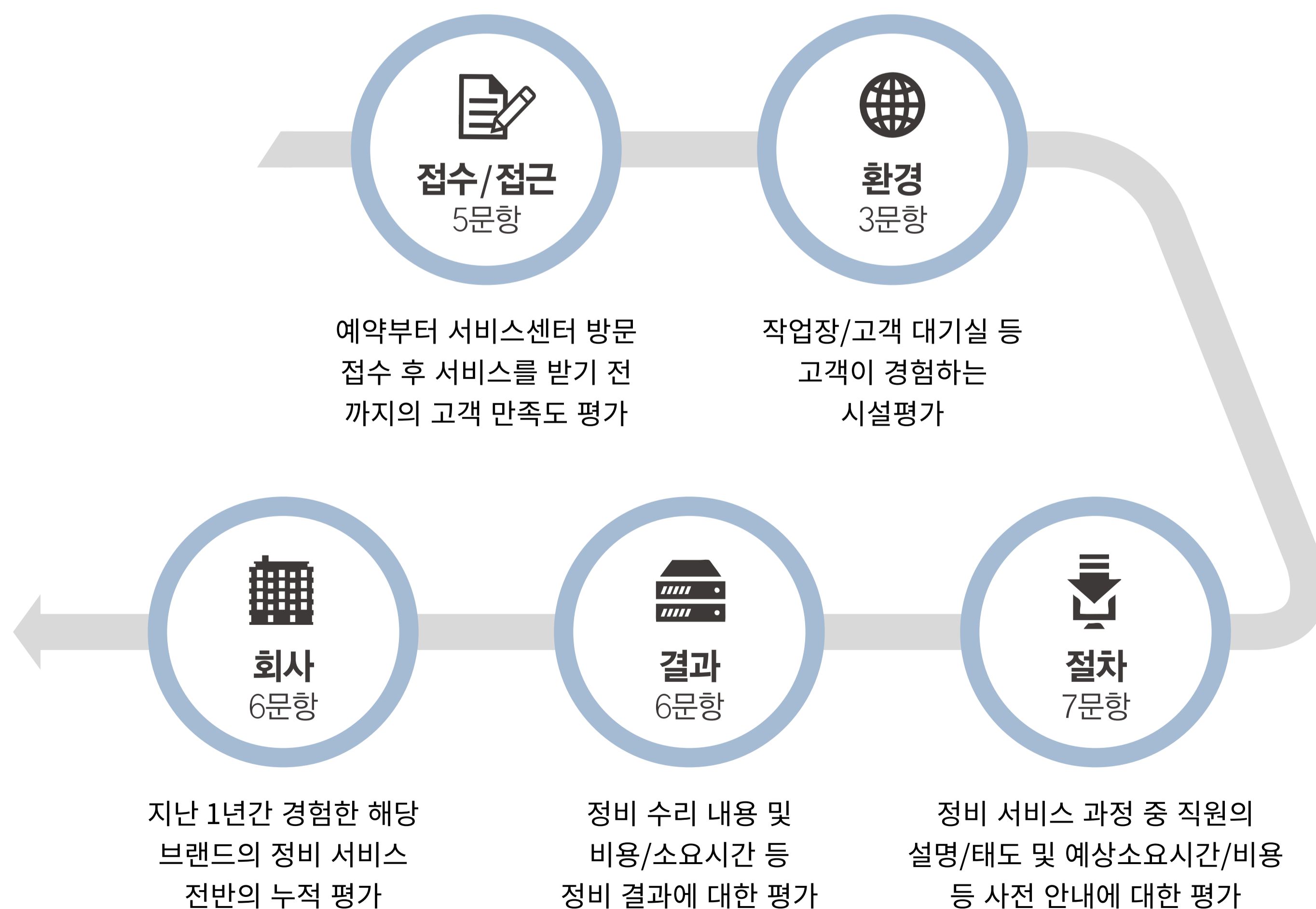
조사 회사 : Consumer Insight

▶ 자료 수집

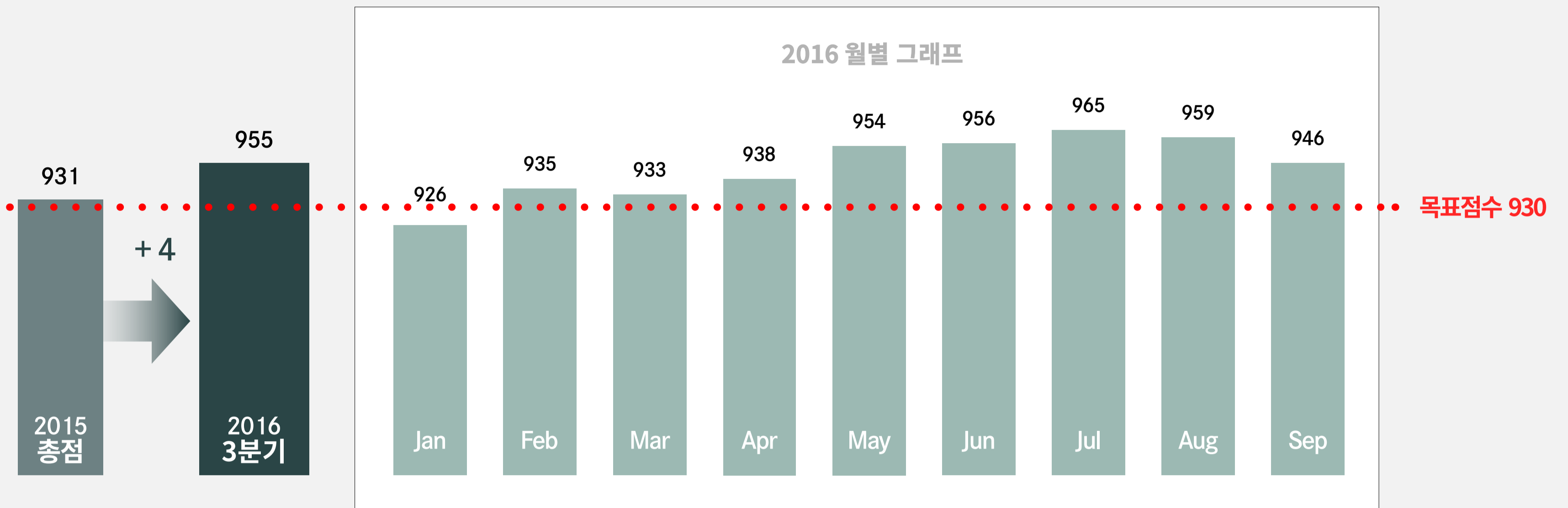
기간		Sample 수
2016 상반기	1 분기	975
	2 분기	1,005
2016 하반기	3 분기	1,072
Total		3,052

부문 설명 및 구성

27개 항목, 5개 부문 평가, 1개 종합평가



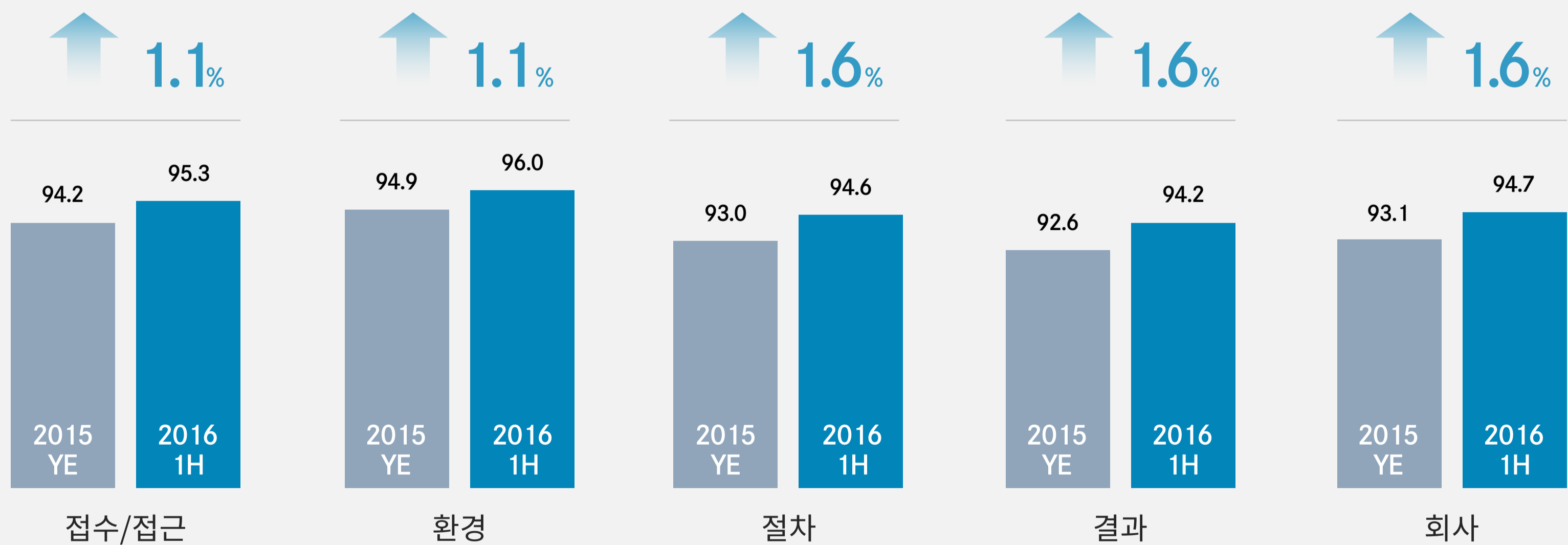
2016 3H CSI AS Trend



2016년 3분기 CSI 애프터세일즈 전체 평균 점수는 946점

- 2016 CSI 애프터세일즈 목표 점수 (930점)을 초과 달성함
- 2016 상반기 점수는 전년도 대비 15점 대폭 상승함
- 2016 3분기 평균은 957점으로 높은 점수를 기록함

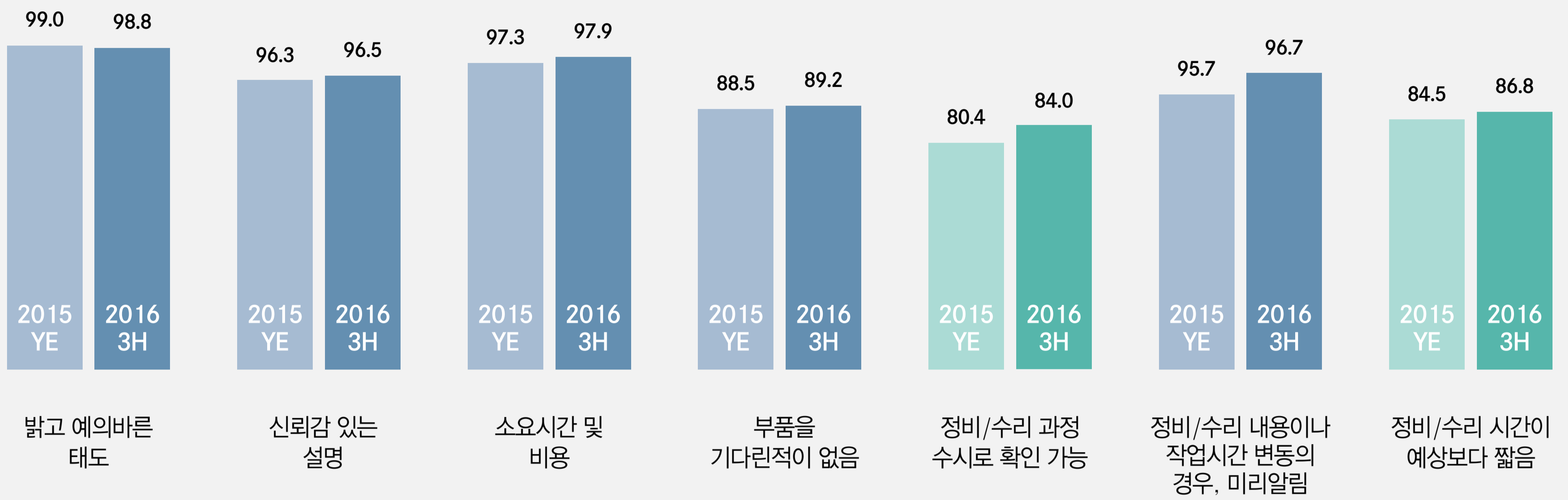
부문별 만족도



만족도가 가장 많이 성장한 부문은 '절차', '결과', '회사'

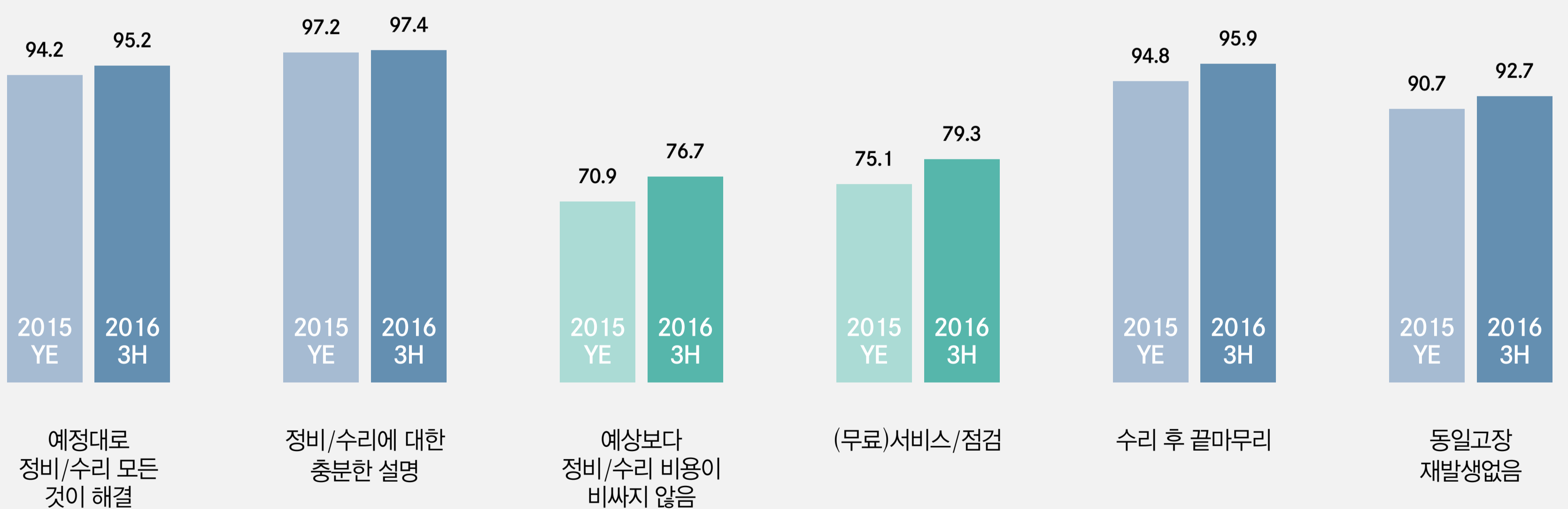
- 애프터세일즈 부문은 전반적으로 큰 폭으로 개선되고 있음
- 상대적으로 점수가 낮았던 '절차', '결과', '회사' 부문의 점수가 전년대비 큰 폭으로 상승한 점은 긍정적임
- 2016년 3분기 가장 낮은 부문별 만족도는 작년도와 마찬가지로 '결과' 부문이지만 큰 폭으로 성장한 부문이기도 함

‘절차’ 부문 세부 항목



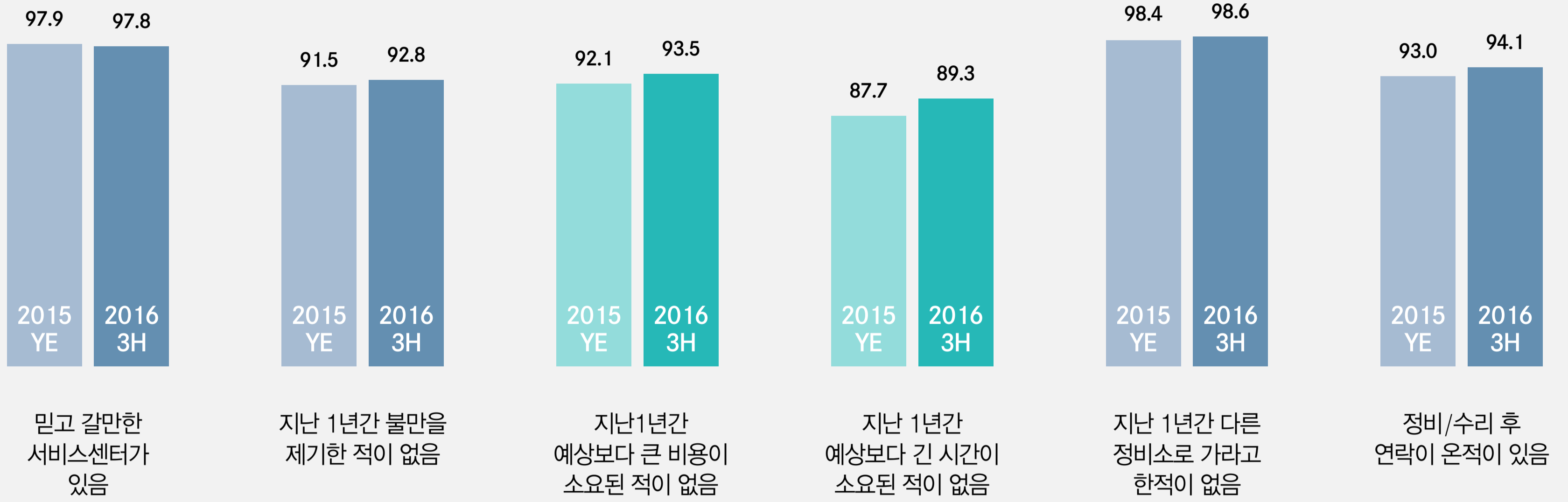
- 절차 부문에서 이행률이 대폭 상승한 세부 항목은 ‘정비/수리 과정 수시로 확인 가능’ (+3.6)과 ‘정비/수리시간이 예상보다 짧음’ (+2.3)
- 모든 세부 항목 이행률이 전년 대비 성장한 반면, ‘밝고 예의 바른 태도’ 항목의 경우 0.2점 소폭 하락함

‘결과’ 부문 세부 항목



- 결과 부문중 만족도가 가장 큰 폭으로 상승한 항목은 ‘예상보다 정비/수리 비용이 비싸지 않음’ (+5.8)과 ‘(무료)서비스/점검’ (+4.2)
- 결과 부문의 모든 세부 항목 이행률이 전년 대비 높아짐

‘회사’ 부문 세부 항목



- ‘믿고 갈만한 서비스센터가 있음’ 항목을 제외하고 전반적으로 이행률이 높아짐
- 시간과 비용에 관련하여 고객들의 만족도가 높아짐



2016 CSI Report

CSI-VOC 누적 결과 및 분석

2016년 1월~ 2016년 9월까지 접수된 VOC의 일부 내용은 다음과 같다.

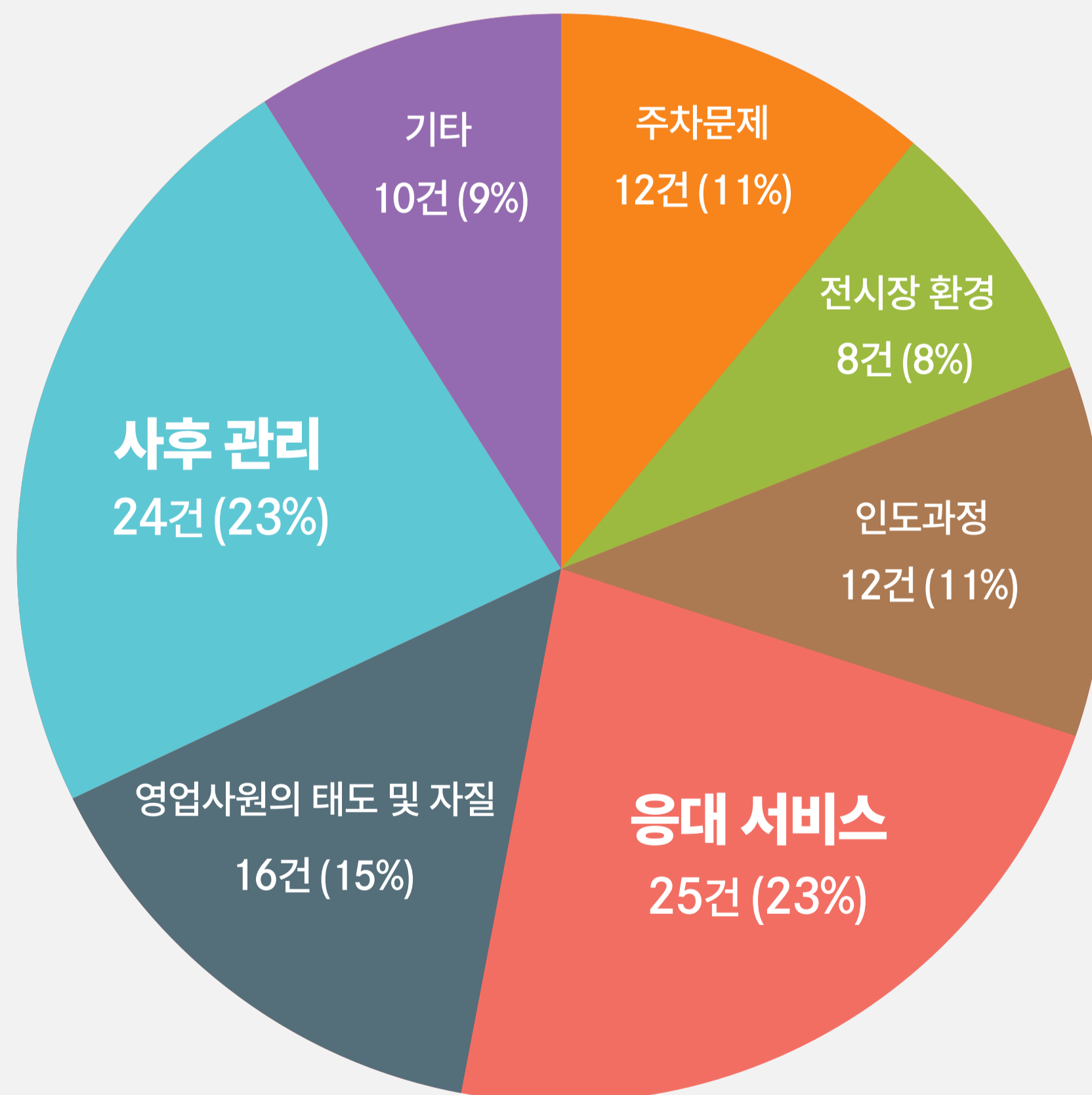
질문내용 01. 전시장 이용 고객

‘메르세데스-벤츠 전시장 방문 시 불편했거나 실망했던 경험이 있다면, 그 상황을 구체적으로 말씀해 주십시오.’

질문내용 02. 서비스센터 이용 고객

‘메르세데스-벤츠 공식 서비스센터 방문 시 불편했거나 실망했던 경험이 있다면, 그 상황을 구체적으로 말씀해 주십시오.’

Sales VOC

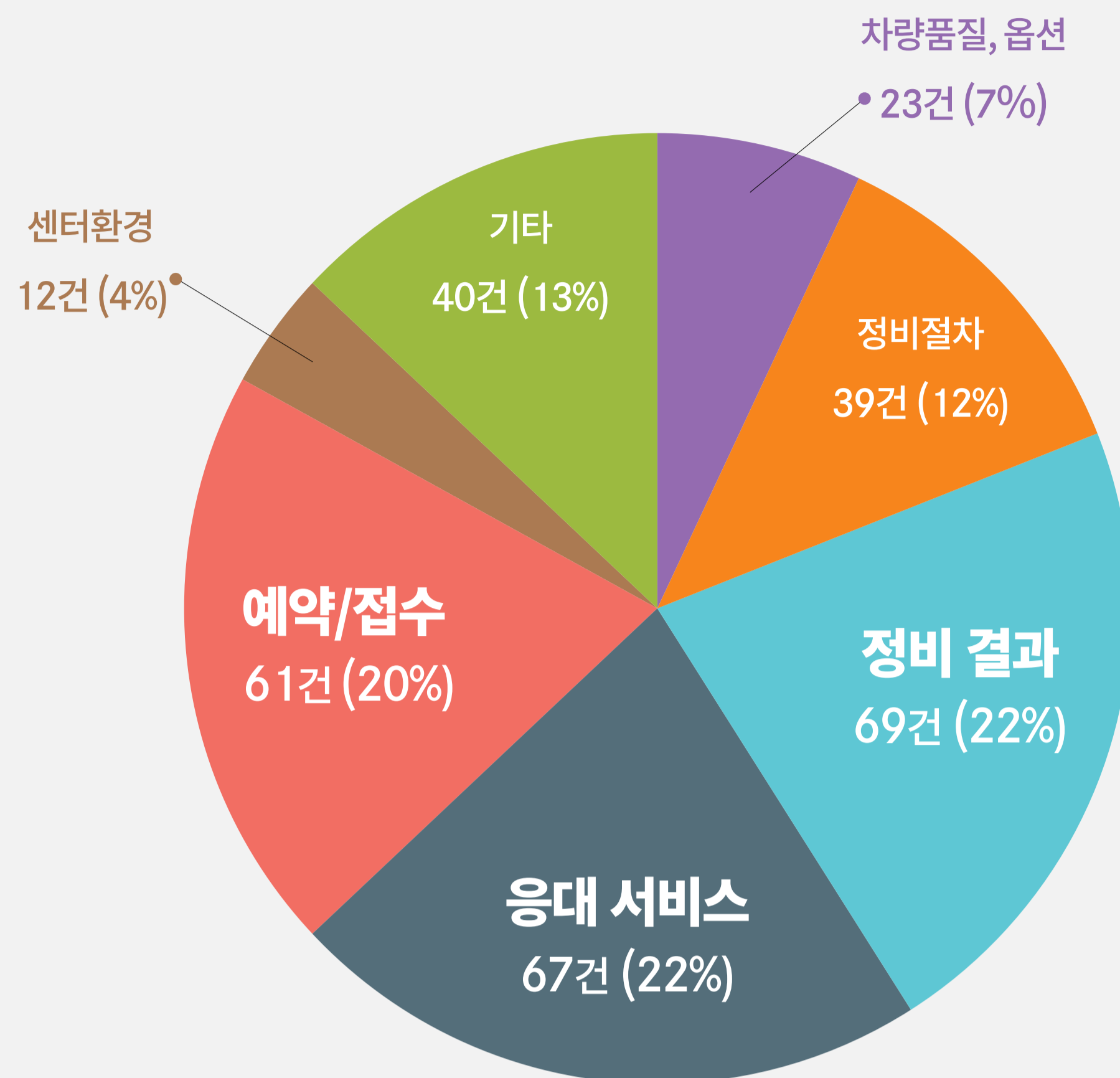


2016년 9월 기준으로 Sales 관련하여 총 107건의 VOC 내용이 접수되었고, ‘응대서비스’ 관련 불만사항이 25건으로 가장 많았다. 2016년 전반기까지 가장 많은 불만을 받았던 ‘사후관리’항목에서도 24건의 많은 내용이 접수되었다. ‘응대서비스’와 ‘사후관리’는 꾸준히 높은 불만율을 보이는 항목이므로 아래의 불만족 내용을 토대로 집중관리가 필요하다

CSI- Sales 불만족 내용

구분	불만족 사항
전시장 환경	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 차량을 볼 수 없었고 상담실이 아닌 응접 테이블에서 계약 • 직원들이 삼삼오오 모여서 산만한 분위기를 만드는 느낌 • 산만한 분위기와 직원들이 친절해 보이지 않음
사후 관리	<ul style="list-style-type: none"> • 자신이 판매하는 차에 대해 정확한 정보가 없음. 차량 출고후에도 구매한 차에 대한 업데이트 정보를 한번쯤이라도 연락을 주었으면 함 • 차량 구매 후 전화 온적이 한번도 없음 • 차량 등록 관련정산이 아직도 처리가 안되었고 처리 과정중 문제가 발생했음에도 불구하고 사전에 연락이 없었음 • 계약 시 약속한 사은품에 대한 지연 및 누락 등이 계속됨 • 자발적으로 계약해서 그런지 고객에관심 있게 대하거나 관리받는다느 느낌을 받지 못함
응대 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 처음 방문했을때 30분이상 나를 혼자 방치해두어 그냥 집으로 돌아감 • 계약이나 상담시 조용한 공간을 원했으나 자리가 없어 그냥 1층에서 계약함 • 담당 영업 사원의 부재로 짧은 시간 동안 홀로 전시장 배회 • 상담공간의 부재와 적극적으로 서포트를 해주지 않음 • 본인 고객이 아닌 경우, 눈이 마주쳐도 본체만체하였음 • 처음 방문 시 기다리는 동안 음료수 한잔 대접하지 않음 • 미리 약속을 하고 전시장에 도착했는데도 약속시간에 만나지 못했고 응대가 느낌
주차 문제	<ul style="list-style-type: none"> • 주차장이 흠바닥이고 공간이 협소함 • 발렛파킹 요원이 없고 주차공간이 너무 부족함 • 주차공간이 부족하여 주정차 위반 과태료 부과 받음
영업 사원의 태도 및 자질	<ul style="list-style-type: none"> • 연락을 주기로 한 후, 받은적 없음 • 가격제시는 힘들다 등의 짜증스러운 말투가 매우 안좋아서 다른 딜러에게 구매 • 직접 차량을 인도받으러 갔으나 영업사원이 사전 연락도없이 부재 • 영업사원이 전날 음주한 모습이 역력했고 차량에 대한 정보도 제대로 모름
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 매번 방문할때마다 한여직원이 매번 큰소리를 내며 소란스럽게함. 저의 영업사원은 아니었지만 다른 고객에게도 피해가 간다는것을 인지 못하는 듯함 • 일본 지진 문제로 HUD가 빠졌고 원치 않는 스포일러가 달렸으나 사전 안내받지 못함

AS VOC



AS의 경우, 2016년 9월 기준으로 총 311건이 접수되었으며 '정비 결과' 항목에서는 총 69건의 가장 많은 불만사항을 받았다. 뒤를 이어 '응대 서비스'와 '예약/접수' 항목에서도 많은 불만사항을 받았다. 총 불만의 64%나 되는 '정비 결과', '응대 서비스', '예약/접수' 항목들을 집중 분석하여 관리하면 고객들에게 더 큰 만족을 제공할 수 있을 것이다.



CSI - AS 불만족 내용

구분	불만족 사항
응대 서비스	<ul style="list-style-type: none"> 오랜시간 대기하고 있는 나보다 더늦게 온 고객을 먼저 접수 시키는 것 보고 화남 설명을 서서 듣게하는 등의 상대방의 배려가 부족한 어드바이저 있었음 어드바이저에게 1분만 물어볼게 있다고 얘기했으나 예약아니면 안된다고 차갑게 딱잘라서 말함 내 용모가 단정하지 않았는지 내차임에도 불구하고 차주의 연락처를 따로 물어봄 접수 여직원의 불친절한 고압적 자세가 매우 마음에 안들어 다른 센터로 옮김 고객의 방문에 전혀 무관심, 본인이 하던 일에만 열중함. 최소한 사람이 마주치면 인사하는 것이 기본인데 기본이 안됨 예약 전화받는 사람, 센터 도착해서 처음 보게 되는 리셉션 직원 모두 상당히 불친절했음
센터 환경	<ul style="list-style-type: none"> 고객 편의 시설이 너무 열악함 인근 교통 정체가 심해 진입이 어렵고 차가 지나 다니기 너무 좁음 소파들이 청결하지 못한 상태로 있고, 컴퓨터가 되는 것이 없음
예약/접수	<ul style="list-style-type: none"> 인터넷 예약 시 예약 조정 및 확인전화가 없어 예약한 일자에 서비스를 받지 못함 담당 정비사의 휴무날짜 확인 없이 예약을 잡아서 방문시 헛걸음 예약을 했음에도 불구하고 너무 밀려서 매번 오랫동안 기다림 연락 주기로 해놓고 한 달이 다 되어가는데 아직도 연락 못 받음 예약 시 대략적인 시간과 딜리버리 시스템이 있음을 미리 설명해줬으면 오랜 시간 기다릴 이유가 없었음
정비 절차	<ul style="list-style-type: none"> 정비 마치고 점검 내역서를 받지 못함 엔지니어 및 담당 어드바이저의 태도가 너무 무례했음 6시간 뒤에 가보니 소음이 심해서 현재 부품을 떼어냈으니 그냥 부품 탈거 상태로 다니다가 부품 주문했으니 일주일 기다리라고만 말함. 사전에 언급도 없었고 마음대로 진행함 정비사가 정확한 시간 안내를 안해주니 능력이 없어보임 정비 소요 시간을 알려주지도 않고 너무 오래 걸림. 부품이 없으면 빨리 확인을 하고 다음날에 오라고 하든가 괜히 2시간 후에 부품 없으니 다음에 오라고 함 항상 독일 주문이라고 하여 부속품이 도착해도 때로는 연락을 못 받음 정비 시간이 너무 오래 걸림. 예상 대기시간보다 2시간이나 더 걸림 엔진오일 뒤 차축 오일을 갈아야 한다고 예약 후 방문했음에도 불구하고, 재고가 없어서 갈지 못했다. 미리 재고가 없다고 말해줬으면 헛걸음하지 않았어도 됨
정비 결과	<ul style="list-style-type: none"> 브레이크 소음과 엔진 이상 소리 등을 몇 달째 해결 못하고 있음 주말에 정비받는 항목이 매우 제한적임 네비게이션 문제는 항상 끊임없이 고장이 남 선글라스 케이스 설치를 요청했는데 집에 오니 뒷자석에 선글라스 케이스 박스가 덩그러니 있음 지금도 차에 문제가 있지만 아직 정확한 조치가 되지 않고 불편을 감수하며 운전 중이며, 정비 결과에 대해서 알려줄 때 엔지니어의 실력이 많이 부족하다는 강한 인상을 받게 됨. 문제가 단 한 번도 한 번에 해결되지 못하고, 동일 증상이 계속됨

2016 CSI NEWS

컨슈머인사이트 2016 자동차 기획조사

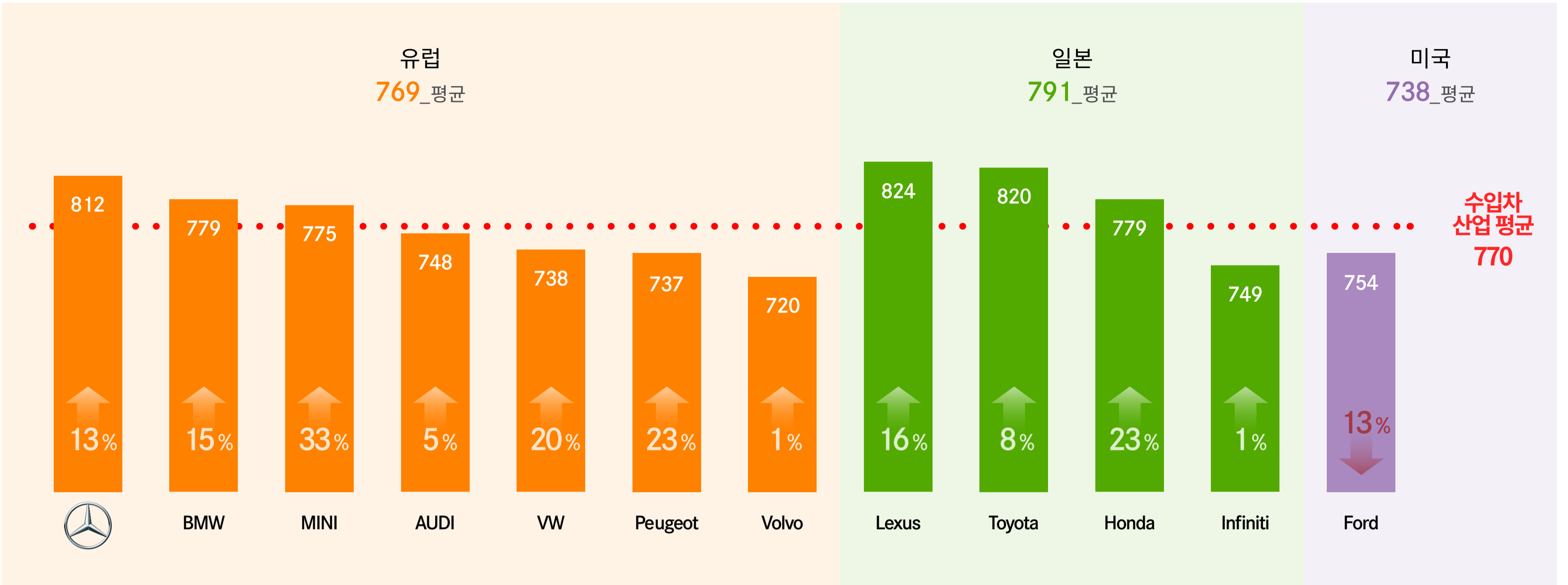
컨슈머인사이트 연례 2016 자동차 기획 조사 결과 발표 A/S 소비자 만족도 부문 1위 차지

Consumer **Insight**

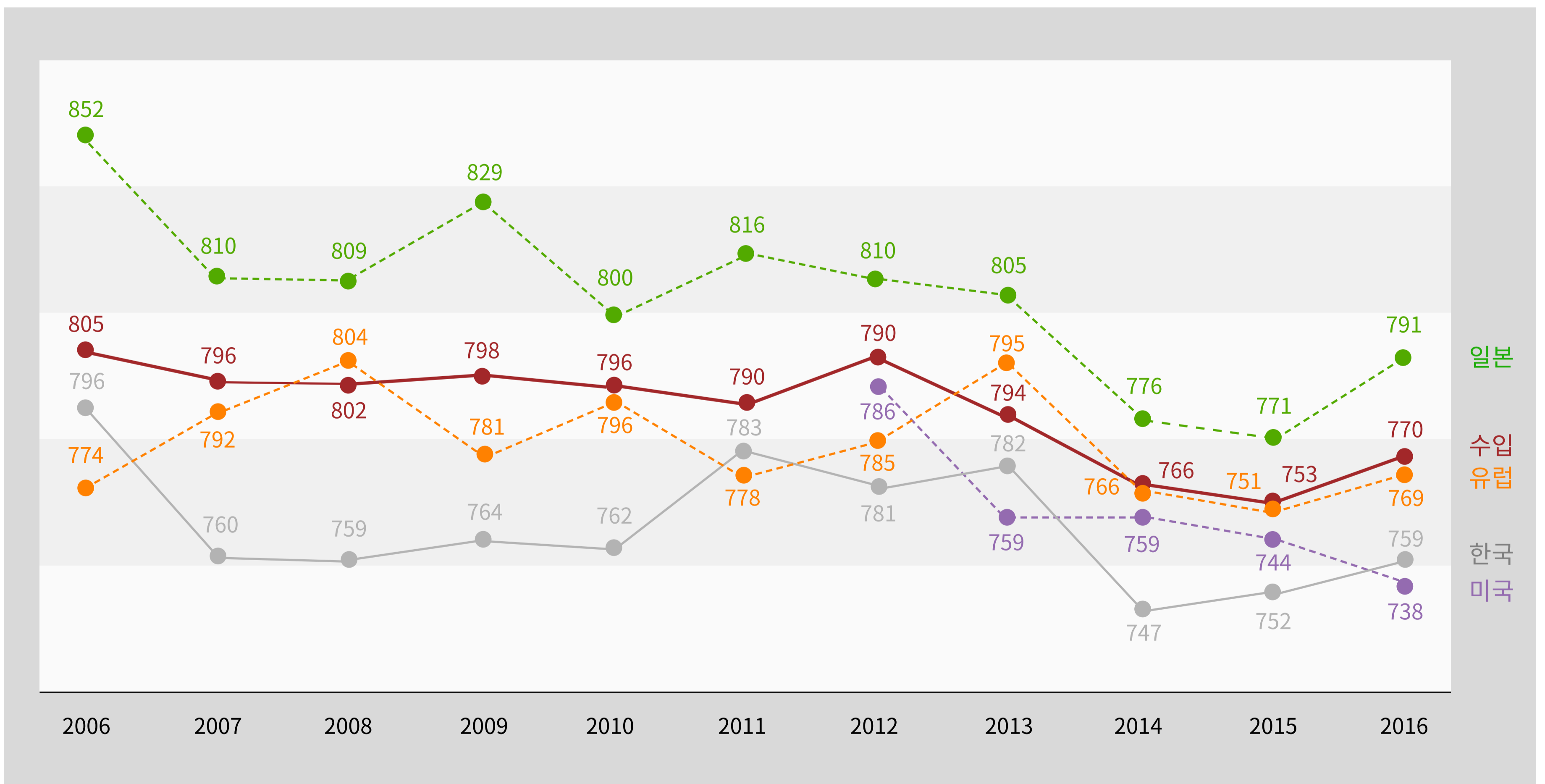
지난 9월 29일, 자동차 전문 리서치 회사인 ‘컨슈머인사이트 (Consumer Insight)’가 ‘2016년 연례 자동차 기획조사’ 결과 발표회를 열었다. 14개의 자동차 회사에서 참여한 이 발표회에서는 소비자 만족도 결과와 함께 지난 10년간 국산차 및 수입차트렌드에 대해서도 발표하였다.



Sales 소비자 만족도

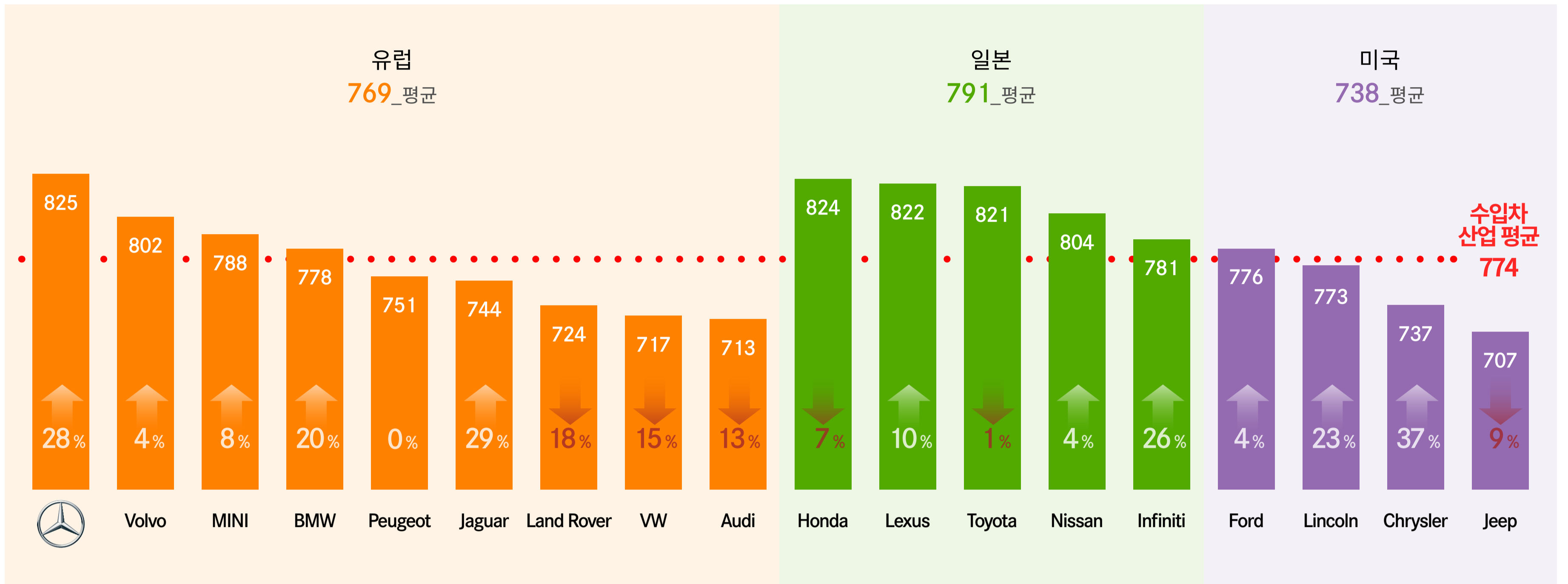


우선 Sales 부문의 결과를 살펴보면, 메르세데스-벤츠 코리아 Sales의 소비자 만족도 점수를 보면 작년에 비해 13점이나 상승하며 812점을 받았다. 일본 브랜드인 렉서스 (824)와 토요타 (820)도 점수가 상승하였기 때문에, 메르세데스-벤츠 코리아는 작년에 이어 3위를 차지하였다. 하지만, 독일 프리미엄 브랜드 중에서는 7년 연속 1위의 자리를 차지하였다.

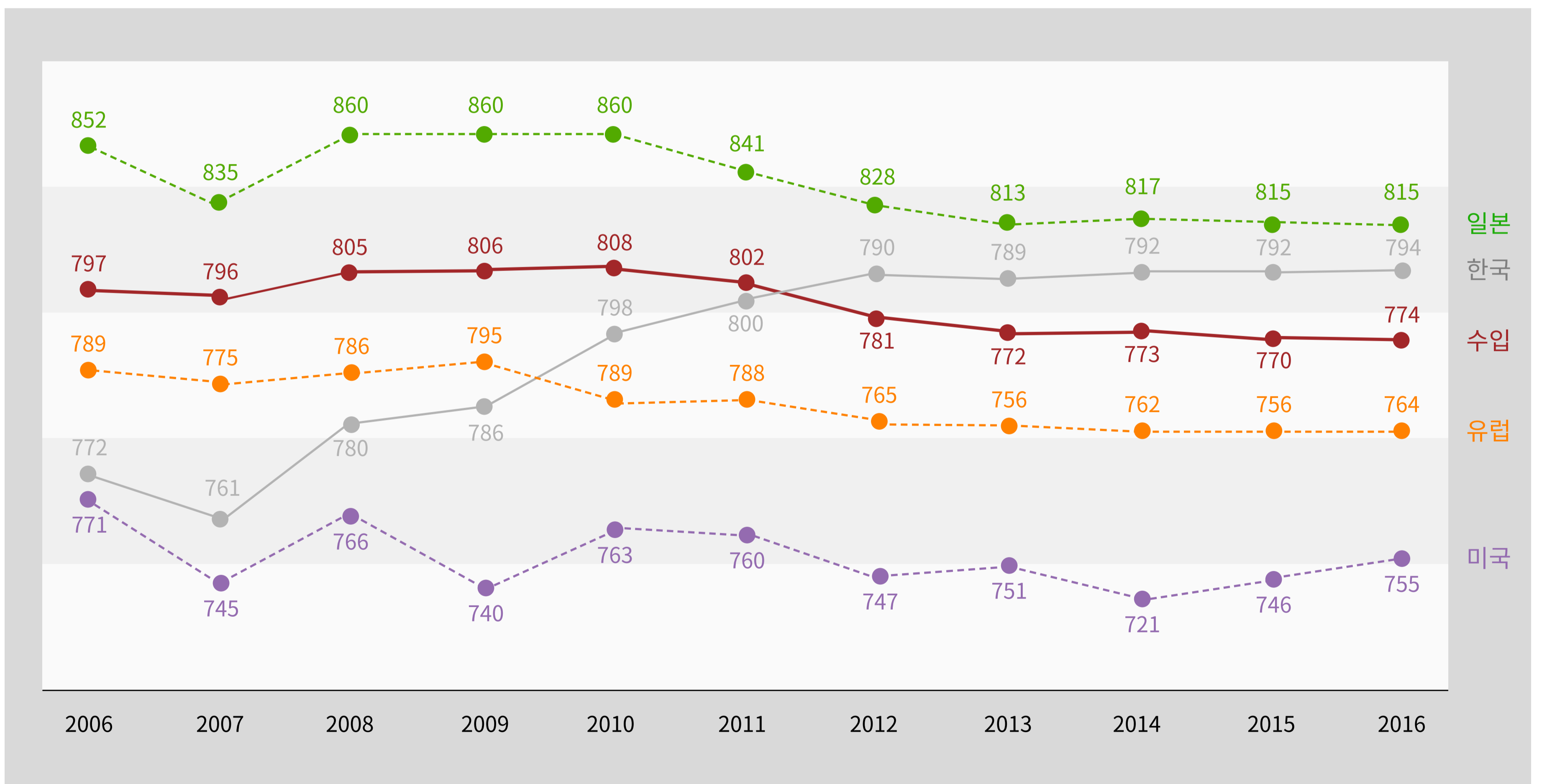


Sales 부문의 지난 10년간 국산차 및 수입차 서비스 만족도 트렌드를 보면, 미국계를 제외한 한국, 일본, 유럽 브랜드의 판매 서비스 만족도가 전반적으로 전년 대비 상승한 것을 볼 수 있다. 일본 브랜드 같은 경우, 만족도 점수를 평균 20점 (771→791)이나 높이며 지속적으로 최상위를 유지하였다.

A/S 소비자 만족도



AS 부문의 경우, 메르세데스-벤츠 코리아는 전년 대비 28점이 상승한 825점을 기록하며 일본 브랜드까지 제치며 전체 자동차 브랜드 중 소비자 만족도 부문 1위를 차지하는 대단한 결과를 얻었다.



AS 부문의 지난 10년간의 국산차 및 수입차 서비스 만족도 트렌드를 보면 Sales 부문과 마찬가지로 일본 브랜드가 월등히 높은 평균 점수를 받고 있는 것을 확인할 수 있다. 그에 비해 메르세데스-벤츠가 속해 있는 유럽 브랜드의 평균 점수는 764점으로 매우 낮은 것을 확인할 수 있다. 유럽 브랜드가 이토록 고전하고 있는 상황에 메르세데스-벤츠가 모든 브랜드에서 소비자 만족도 1위를 달성했다는 것은 굉장히 큰 성과라고 볼 수 있다.



2016 CSI NEWS

CSI - Check & E-Class Retail Knowledge Check

메르세데스-벤츠 독일 본사의 Quality Market & Product 부서에서는 지난 10월 10일에서 14일 까지 총 5일의 일정으로 CSI와 E-Class Retail Knowledge Check를 위하여 한국을 방문하였다. 특별히 이번 방문에는 전세계 CSI를 담당하고 있는 Uwe Delius, 세일즈 Check 담당자 Christoph Rath 그리고 애프터 세일즈 Check 담당자 Jan Schlebusch가 내한하여 더클래스효성 강남대로 딜러십, 한성자동차 수원 딜러십, KCC오토 강북 딜러십, 스타자동차 해운대 딜러십 등 총 4개의 딜러십을 방문하며 한국 시장의 CSI와 E-Class 교육에 대한 한국의 현황을 파악할 수 있는 기회를 가졌다.

CSI-Check는 메르세데스-벤츠 코리아가 현재 최고의 고객 만족을 위해 어떤 노력을 하며 본사 가이드라인에 맞게 CSI조사가 진행되고 있는지 확인하는 프로세스이며, 각 딜러십의 Dealer Principal과 Service Manager들과의 인터뷰를 통해 현재 Mercedes-Benz Korea가 고객 만족을 행하는 데에 있어서의 장점과 앞으로 좀 더 발전해야 될 부분을 분석하였다.

그리고 E-Class Retail Knowledge Check에서는 새로 출시된 E-Class의 기능과 특징들을 세일즈 컨설턴트와 서비스 어드바이저들이 모두 인지하고 고객들에게 잘 설명해줄 수 있는지를 확인하였고, Check 담당자들이 직접 고객이 되어 세일즈 컨설턴트와 서비스 어드바이저와 상담을 하며 장/단점을 파악하는 시간을 가졌다.

Check 담당자들은 CSI와 E-Class Retail Knowledge Check를 통하여 한국의 고객 만족 시스템에 대해 만족스러움을 표했다. CSI-Check를 통해 메르세데스-벤츠 코리아와 딜러사가 고객 만족을 위해 다방면으로 큰 노력을 하고 있는 것을 다시 한번 확인할 수 있는 시간이었다.

CSI- Check 결과 Summary

CSI-Check Sales 결과

직원들의 예의, 친절함	강점	<ul style="list-style-type: none"> 고객 안내를 위한 적절한 절차가 진행되고 있음 딜러십 내부 교육 및 확인(시험)등의 절차를 통한 차량에 대한 지식을 넓히는 노력을 하고 있음 고객 맞이하는 내부 프로세스가 적립되어 있음 모든 새로운 직원들이 트레이닝에 참여 매일 또는 매주 내부에서 진행되는 Role-play
	단점	<ul style="list-style-type: none"> 직원 개개인에 대한 맞춤형 가이드 부재
특징, 기능에 대한 설명	강점	<ul style="list-style-type: none"> 본사 차원에서 진행되는 트레이닝 교육이 존재함 인도과정에 Product Expert가 참여함 고객 맞이하는 내부 프로세스가 적립되어 있음 내부적 교육이 진행되고 있음
	단점	<ul style="list-style-type: none"> 세일즈 컨설턴트의 권한이 적음 (예 : 가격 할인)
차량 시승	강점	<ul style="list-style-type: none"> 명확한 시승 진행 순서가 있음 지도를 사용하여 시승 경로를 쉽게 파악 가능함 고객들의 모든 시승 기록이 DMS에 문서화됨
	단점	<ul style="list-style-type: none"> 시승에 대한 명확한 가이드라인이 부재함
판매 후 고객 관리	강점	<ul style="list-style-type: none"> 전화 및 이메일을 통하여 판매 후 5년까지 고객을 관리함
	단점	<ul style="list-style-type: none"> 판매 후 고객관리에 대한 가이드라인의 부재
고객 불만 대처	강점	<ul style="list-style-type: none"> 책임에 따른 단계적 절차가 있음 상급자가 작은 고객 불만에도 관여함 Role-play를 통하여 불만 해결 능력을 쌓음
	단점	<ul style="list-style-type: none"> 고객의 불만이 CRM팀을 통해서만 접수됨

CSI-Check AS 결과

CSI 관리 방법	강점	<ul style="list-style-type: none"> 6개의 가장 시급한 토픽에 대해서 SWOT 분석을 시행함 내부 직원 만족관리 실시: 이 달의 사원 투표 가장 큰 5개의 문제점을 사무실에 걸어두고 지속적으로 인지하고 있음
	단점	<ul style="list-style-type: none"> 딜러사 내부적으로 고객 만족을 시행하고 있지 않음
특징, 기능에 대한 설명	강점	<ul style="list-style-type: none"> 리셉션에 최첨단 IT 설치 (예시: 번호판 인지 시스템)
	단점	<ul style="list-style-type: none"> 최첨단 IT를 구축하고 있음에도 고객에게 “빠르다”라는 느낌을 주지 못함
철저한 정비	강점	<ul style="list-style-type: none"> 딜러 내부적으로 직원들과 일주일에 한번씩 Role-play를 진행
철저한 설명	강점	<ul style="list-style-type: none"> 자세한 테크닉이 설명되어 있는 사진으로 된 책자가 구비됨 직원에게 맞는 개별적인 가이드가 진행됨 CSI를 지속적으로 인지할 수 있는 Role-play 진행되고 있음
	단점	<ul style="list-style-type: none"> 경험이 부족한 서비스 어드바이저들의 낮은 CSI 점수

진정한 전문가, Product Expert! 그들을 만나보았다.

Product Expert는 누구인가?

메르세데스-벤츠 코리아는 Product Expert를 도입하였다.

Product Expert는 메르세데스-벤츠의 차량과 옵션에 대해 상세한 지식과 기술을 갖춘 전문가로서 고객에게 이에 대해 명확하고 설득력 있는 설명을 해주는 전문가이다. Product Expert가 담당하는 영역은 크게 시승과 인도과정으로 나뉘어지며 그 역할은 다음과 같다.

시승	인도과정
<ul style="list-style-type: none"> • 시승 준비 (시승을 위한 고객 서류 취합 및 시승 동의서 작성) • 주행 시작 전, 시승 코스에 대한 설명 • 차량에 대한 전반적인 설명 및 요구에 특화된 기능 설명과 체험 유도 • 고객 주행 시, 출발 전 운전자에게 필요로 하는 기본 기능의 작동 설명 • 주행 중, 명확한 방향 안내 및 차량 특성 설명 • 시승 완료 후, 시승 코스와 차량의 특징을 긍정적으로 요약 • 필요 시, 추가 사양이 적용된 모델 또는 다른 모델의 시승 권유 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객이 중요시하는 사항들을 바탕으로 관련 기능들을 부각시키는 제품설명 시나리오 구성 • 차량의 상태 및 추가 선택 옵션의 장착 여부 확인 • 실내 옵션과 기능 및 사용설명서 안내, 고객의 요구에 부응하는 기능 설명 • 고객이 직접 기능을 작동하여 혜택을 체험할 수 있는 기회를 제공 • 통합서비스 패키지의 범위와 기간 설명 (고객 동의/서명 확보) • 차종에 따른 별도 구매 서비스 패키지에 대한 안내 • 차량의 주기적인 점검과 공인 부품 사용의 중요성 안내 • 고객이 가장 수월하게 접할 수 있는 서비스 네트워크를 파악하고 안내함 (내비게이션에 입력, AS 도우미 설정) • 서비스와 긴급출동 서비스 홍보자료 제공 • 서비스 예약 절차 안내 (AS 도우미 어플리케이션 설명/설치) • 최초 정기점검 예약 대행



4페이지의 ‘2016년 3분기 CSI 세일즈 결과 및 분석’에서 언급 하였듯이 인도과정이 소폭 하락하였기 때문에 Product Expert의 역할이 기대된다. 이와 같이 Product Expert가 세일즈 프로세스에서 매우 중요한 역할을 담당하게 된 가운데 메르세데스-벤츠는 다음과 같은 다양한 혜택을 기대하고 있다.

01

customer

고객

- ▶ 개개인의 고객에게 유연하고 특화된 상담을 제공
- ▶ 제품과 기능에 대한 심도 깊은 설명을 통해 고객의 기대에 부응
- ▶ 제품의 기술력에 대한 고객의 감동

02

dealer

딜러

- ▶ 특화된 고객 관리를 통해 보다 높은 CSI 점수를 기대
- ▶ Up-selling 및 선택의 다양성을 제공
- ▶ 제품 가격에 대한 민감도 감축

03

salesman

영업직원

- ▶ 기존의 영업직원의 업무 프로세스 중 제품 설명에 대한 업무 부담을 덜어줌으로써, 영업사원이 본연의 영업활동에 집중
- ▶ 점점 다양하고 복잡해지는 제품을 판매함에 있어, 폭넓은 지식을 보유한 직무를 통해 보다 효과적인 영업활동 기대

04

prospective customer

가망고객

- ▶ Brand Ambassador로서 가망고객을 메르세데스-벤츠의 팬 (fan)을 구축



2016

3Q

진정한 전문가, Product Expert! 그들을 만나보았다.

Product Expert Interview

|| KCC 오토 강북 딜러십

영상은 DST / Web / 카카오톡에서 확인바랍니다



정민규 Product Expert

|| 한성자동차 수원 딜러십

영상은 DST / Web / 카카오톡에서 확인바랍니다



최윤희 Product Expert

Useful Tips to Satisfy Customers

독서의 계절 가을, 마음의 양식을 담기



책은 마음의 양식이라고 한다. 곡식들을 추수하여 풍성한 식량을 비축해두듯이, 독서를 통해 풍성한 지식과 경험들을 마음속에 담아둘 수 있는 가장 좋은 계절이기에 가을을 독서의 계절이라고 하는 것 같다. “책은 청년에게 음식이 되고, 노인에게는 오락이 되고, 부자일 때는 지식이 되며, 고통스러울 때면 위안이 된다”라는 말처럼 독서는 남녀노소 모두에게 도움이 된다. 바쁘게 돌아가는 세상에서 현대인에게 독서는 사치일 것만 같아 바쁨을 핑계로 독서를 하지 않은 사람들이 굉장히 많을 테지만 독서를 통해 마음의 안정을 찾고 지혜와 경험을 배운다면, 오히려 업무 현장에서도 큰 도움이 될 거라 확신한다.

지난 CSI Newsletter 5호에서 고객센터 서비스 발전 혹은 고객 만족을 향상시키기 위한 도서들을 소개한 바 있다. 이번 호에서는 역대 베스트셀러 도서 중 누구에게나 쉽게 다가갈 수 있는 도서 몇 가지를 추천하려 한다. 어렵지 않지만 많은 것을 배울 수 있고, 본인뿐만 아니라 고객들에게 추천하거나 선물로 드려도 좋은 도서들이다.



| 나에게 고맙다

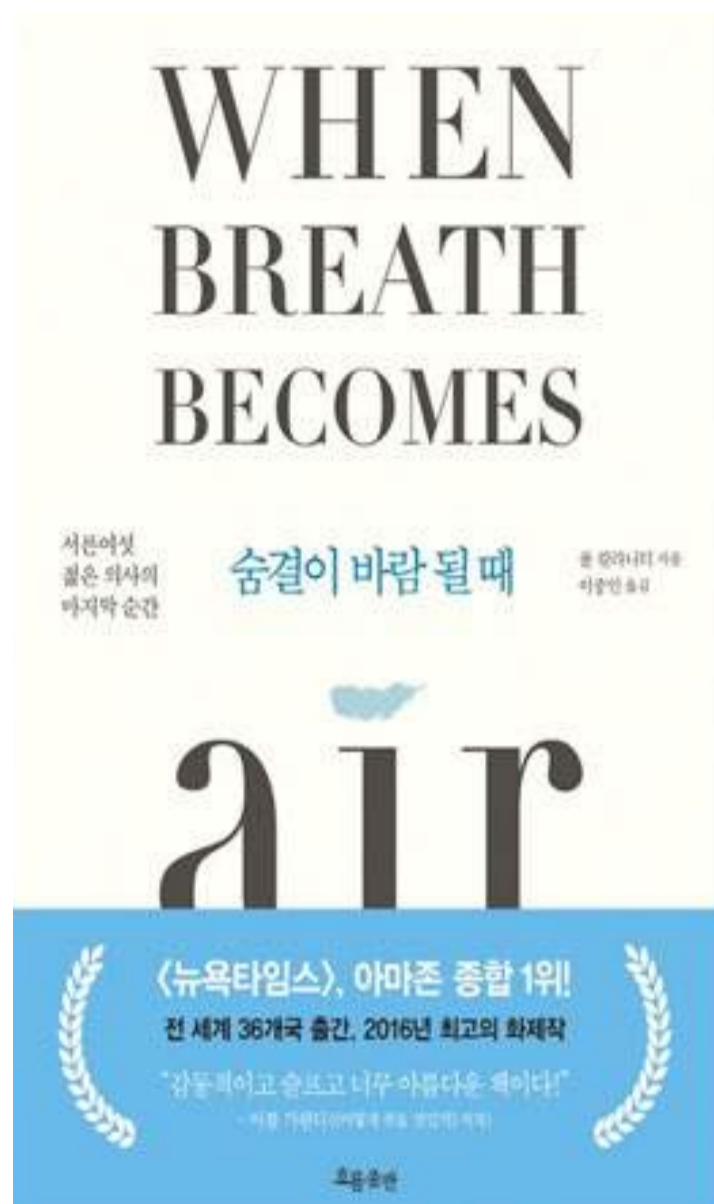
평점: 8.28

“고마워”

세상 가장 흔한 말이지만, 정작 나에게 하지 못한 말

숨 가쁜 일상을 살아가며, 오로지 나 자신을 돌보는 시간이 얼마나 될까? 친구, 가족, 동료의 안색과 마음을 살피던 위로의 손길로 내 마음을 다독이고, 그들에게 건넸던 따뜻한 눈길을 나에게 보내는 때가. 가끔은, 아주 가끔은 나를 위로하는 시간이 필요하다. 이 책은 바쁜 일상에 쫓겨 놓치고 있던, 하지만 참으로 소중한 것들에 대한 이야기다. 제목에서 알 수 있듯 작가는 다른 누구보다 이 삶을 버텨온 나에게 ‘고맙다’는 인사를 더 이상 미루지 말라고 말한다.

“고마워”, “괜찮아”, “오늘도 수고했어” 같이 내 주위 사람들에게는 솔하게 했던 말이지만, 정작 나에게서는 한 번도 하지 못했던 말들이 담겨 있다. 남들 신경 쓰느라, 주변 눈치 보느라 유독 인색하기만 했던 나에게 적어도 오늘만큼은 진심 어린 위로와 감사의 인사를 건네 보자.



| 숨결이 바람 될 때

평점: 8.8

폐암말기 판정을 받은 서른여섯 젊은 의사의 2년 간의 마지막 기록.

서른여섯, 전문의를 앞둔 신경외과 레지던트 마지막 해. 혹독한 레지던트 수련 생활 끝에 원하는 삶이 손에 잡힐 것 같던 바로 그때 폐암 4기 판정. 이 책은 신경외과 의사로서 하루하루 죽음과 싸우는 뇌 손상 환자를 치료하던 저자 자신도 폐암 말기 판정을 받고 죽음을 마주하게 된 마지막 2년 간의 기록을 담은 책이다.

죽음을 향해 육체가 무너져 가는 순간에도 미래를 빼앗기지 않을 확실한 희망을 잃지 않았던 그는 이 책 속에 죽어가는 대신 살아가는 것을 선택한 고뇌와 결단, 삶과 죽음, 의미에 대한 성찰, 숨이 다한 후에도 지속되는 사랑과 가치를 독자들에게 전한다. 시한부를 선고 받은 작가의 글을 한 줄 한 줄 읽어갈 때 우리들의 삶이 얼마나 행복한지 돌아볼 수 있지 않을까?



| 언어의 온도

평점: 9.67

“말과 글에는 나름의 온도가 있다”

말과 글에는 나름의 온도가 있다. 따뜻함과 차가움의 정도가 저마다 다르다. 적당히 온기 있는 언어는 슬픔을 감싸 안아준다.

우리의 언어 온도는 몇 도쯤 될까? 무심결에 내뱉은 말 한마디 때문에 소중한 사람이 곁을 떠났다면 ‘말 온도’가 너무 뜨거웠던 게 아닐까. 혹은 한두 줄 문장 때문에 누군가 마음의 문을 닫았다면 ‘글 온도’가 너무 차갑기 때문은 아닐까?

저자는 일상에서 발견한 의미 있는 말과 글, 단어의 어원과 유래, 그런 언어가 지닌 소중함과 절실함을 농밀하게 담아낸 책이다. 페이지를 넘길 때마다 문장과 문장에 호흡을 불어 넣으며 적당히 뜨거운 음식을 먹듯 찬찬히 곱씹어 읽다 보면, 각자의 ‘언어 온도’를 되짚어보며 돌아보는 순간을 맞이할 수 있을 것이다.



| 너에게 하고 싶은 말

평점: 9.04

따뜻한 위로로 기운을 북돋아주는 책.

상처받은 영혼에 현실적이고 따끔한 말이 아닌, 따뜻한 위로로 기운을 먼저 북돋아주는 책『너에게 하고 싶은 말』은 친한 친구가 들려주는 일상의 말처럼 우리가 무심코 지나쳤던 사랑, 이별, 우정, 학업, 진로와 같은 일상적인 우리의 고민들을 독자들로 하여금 풍성하게 생각하게 만든다. 이 책이 특별한 점은 우리 자신 스스로가 흔들리지 않고, 의지대로 깨끗하게 살아갈 수 있는 힘을 준다는데 있다. 본문 곳곳에 적힌 가슴 울리는 말속에서 남의 눈높이와 시선에 신경 쓰기보다는, 만남과 헤어짐, 우정과 다툼, 세상과의 관계에서 스스로 중심을 잡고 살 수 있는 방법을 찾을 수 있게 해준다. 혼자 밤새 끙끙 앓으며 이리저리 뒤척이게 했던 나의 고민들에게 ‘너 혼자만 하는 고민이 아니야’라고 다정하게 힘을 준다.



| 자존감 수업

만약 지금 당신이 작은 일에도 쉽게 지치고 무기력하며 반복적으로 우울하다면...

사랑하는 사람과 자주 싸우며 상처받고 후회와 자책을 반복한다면...

이별이 두려워 만나지 말아야 할 누군가와 계속 만나고 있다면...

뭔가 시작도 하기 전에 포기하고 회피하는 습관이 있다면...

진실하고 착하게 살아온 게 되려 억울하게 느껴진다면...

남들의 시선을 의식해 속엿말을 참다가 후회하는 일이 잦다면...

작은 것도 결정하지 못하고 고민하느라 시간만 보내고 있다면...

바로 지금이, 당신의 자존감을 점검해봐야 할 때다.

자존감은 만병통치약이 아니다. 하지만 만족감 높은 삶을 살려면 평균 이상의 자존감은 반드시 필요하다. 특히 ‘나를 사랑하고 싶다’, ‘자신감을 갖고 싶다’, ‘내 삶의 주인으로 살고 싶다’고 생각하는 사람이라면 반드시 한 번은 자존감을 체크해봐야 한다.

위의 도서 중 한 권이라도 읽으시고 감상문을 직접 쓰셔서 **11월 25일까지** mbk.csi@daimler.com으로 보내주시면, 베스트 도서 감상문 1개를 뽑아 트롤리백을 보내드립니다. (A4용지 한 장 분량) 여러분의 많은 참여 부탁드립니다. 당첨자 발표는 카카오톡 옐로 아이디 (친구 검색에서 ‘MBK CSI Newsletter’를 검색하셔서 추가해 주세요!) 통해 발표될 예정입니다.

Mercedes-Benz
고급 트롤리백



Useful Tips to Satisfy Customers

대비하라! 악마 같은 환절기 탈모

가을은 수확의 계절답게 낙엽도, 마음도 풍성한 계절이다. 모든 것이 풍성한 이 계절에 머리 솥은 왜 이리도 빈곤한 것인가. 머리를 감을 때마다 떠내려가는 머리카락이 너무 야속하기만 하다.

특히, 최근 탈모로 내방하는 젊은 층들의 비율이 점점 더 많고 ‘환절기 탈모 예방’이라는 키워드가 실시간 검색어에 올랐던 것을 보면 많은 현대인들이 환절기 탈모에 골머리를 앓고 있는 것을 알 수 있다. 환절기 탈모는 머리손질을 하기가 애매해지고 이미지가 변하기 때문에 아무리 잘생긴 오빠도 탈모 앞에서는 그저 이목구비 뚜렷한 아저씨로 보이게 만든다. 뿐만 아니라 탈모로 인해 자신감이 없어져 남들 앞에 서는 것이 꺼려지기 때문에 고객을 직접적으로 마주하는 사람들에게 탈모는 정말 반갑지 않다.

탈모는 유형에 따라 그 치료법 혹은 예방법이 달라지기 때문에, 본인에게 찾아온 탈모의 원인을 찾는 것이 무엇보다 중요하다.



환절기 탈모

여름에 높았던 일조량이 가을에 줄어들면서 남성호르몬인 테스토스테론이 급격히 증가하게 되는데 이 호르몬은 체내에서 변형이 되어 모발의 성장을 막거나 힘 없게 만든다. 또 이 시기에는 급격한 일교차로 인해 두피가 유분과 수분의 밸런스를 잃어서 각질을 만들고 모공을 막아 탈모를 유발한다. 이 시기에는 헤어 드라이기 사용을 하지 않고 자연바람으로 머리를 말리고 혈액순환을 돕는 두피마사지를 가끔 해주면 예방할 수 있다.



여성형 탈모

가장 주된 원인은 몸 속에 있는 남성호르몬이며, 유전적 인자, 피임약, 갑상선 장애, 스트레스 등으로 인한 호르몬 변화도 원인이 될 수 있다. 이 경우, 남성 호르몬 억제제는 큰 효과가 없는 것으로 알려졌으며, 여성에게는 부작용이 더 크다고 알려졌기 때문에 추천하지 않는다. 여성형 탈모의 경우 약물 복용 없이도 쉽게 호전될 수 있기 때문에, 과로를 피하고 충분한 수면과 운동을 하는 것이 가장 좋은 약이다.



남성형 탈모

탈모 중 가장 흔한 탈모 유형이다. 남성 호르몬이 가장 큰 원인이며 스트레스에 영향을 많이 받는다. 남성 호르몬이 원인인 만큼, 남성 호르몬 억제제를 사용하는 것이 가장 효과적이지만 성기능 감소, 식욕 저하, 의욕 감퇴 등의 부작용을 이유로 사용을 꺼려하고 있다. 하지만 부작용이 생길 확률은 2% 내외이며, 부작용이 있을 경우 복용을 중단하면 되기 때문에 큰 문제가 되지 않는다고 입증되었다. 남성 호르몬 억제제를 사용하는 것이 꺼려지는 경우, 성 기능 장애와는 무관하다고 밝혀진 미녹시딜 성분이 들어간 발모제를 사용하는 것을 추천한다.



원형탈모증

스트레스, 내분비 질환, 수술, 영양 부족 등으로 인해 발생하는 자가면역질환이 주 원인이다. 주사 치료를 하거나 면역억제제를 복용으로 보통은 금방 호전되지만, 수년간 호전이 되지 않을 경우 모발 이식 수술밖에는 해결책이 없으니 초기에 치료하는 것이 중요하다.



고객님께 알려드리세요!

만족도 100% 낙엽놀이 코스

낙엽놀이
COURSE

No. 1

곤지암 화담숲



곤지암 화담숲 단풍축제가 10월 14일 (토)부터 11월 11일 (금)까지 열린다. 서울 근교에 위치하여 차로 30~40분 거리이기 때문에 최근 더욱 인기가 많아지고 있는 곳이다. 곤지암 화담숲에는 480품종의 단풍나무들이 심어져 있어 그 숫자는 국내 최대 규모라고 할 수 있다.

여러 종류의 나무들이 조화를 이루어 울긋불긋 가을 느낌을 물씬 풍기는 아름다운 모습을 곤돌라를 타고 이동하면서 즐길 수 있다. 화담숲관람을 위해서는 관람권을 구매해야 하는데 가격은 성인 9,000원, 경로/청소년 7,000원, 어린이 6,000원이며 온라인 예매 시 10% 할인된 가격으로 구매 가능하다. 인근에 곤지암 리조트가 있어 레스토랑 및 스파 등 연인이나 가족과의 나들이 장소로도 안성맞춤이다.

대구 팔공산 순환도로



대구의 가을은 조금 늦게 찾아오는 만큼 느지막이 시작하는 팔공산 단풍은 11월이 지나야 절정을 이룬다. 도학동팔공 C.C. 삼거리에서 용수동 팔공산 심천랜드까지 총 11km 구간의 굉장히 긴 거리에 뻗뻗하게 늘어진 2500여 그루의 단풍나무들은 오색빛깔을 뽐내며 많은 관광객들을 맞이하고 있다. 짧게는 수 년부터 길게는 30여 년이 된 단풍 터널에 서면 몽환적이며 황홀하기까지 하다. 팔공산에는 동화사, 갯바위 등 관광명소와 캠핑이 가능한 야영장까지 구비하고 있어 가을의 정취를 제대로 느끼며 휴가를 보내고 싶은 사람들에게 추천한다

충남 아산 곡교천



충남 아산의 가장 대표적인 관광 명소 중 하나인 은행나무길을 걸으면 노란색이 얼마나 아름다운 색인가를 다시 한번 깨달을 수 있다. 현충사 앞 2.2km 은행나무길은 수령 50년이 넘는 은행나무 가지가 서로 맞닿아 터널을 이루는데 그 모습이 아주 장관이다. 한국의 아름다운 길로도 선정되었던 곡교천의 이 길은 매년 10월 한달 동안 ‘은행나무길 축제’가 열리는데, 거리공연, 플리마켓, 전시 및 체험전 등이 관광객들의 이목을 집중시킨다. 하지만 올해는 예년에 비해 낙엽이 물드는 속도가 늦어 11월 1주차에 절정을 이루어 축제가 열리는 10월보다는 11월 초에 더 아름다운 광경을 확인할 수 있을 것이라는 전망이다.



은행나무길 옆쪽에는 쪽 펼쳐진 꽃밭과 함께 자전거 전용도로가 있고 관광객들을 위한 자전거 대여소가 있는데 MTB, 여성용, 아동용, 커플자전거를 등 총 200대 가량의 자전거가 배치되어 있어, 시원한 가을 바람을 맞으며 아름다운 경치 속에서 라이딩을 즐길 수 있다. 은행나무 길 끝자락에 위치한 현충사는 이순신 장군을 피부로 느낄 수 있는 역사 교육 장소이기 때문에, 자녀들과 함께 해도 굉장히 유익한 시간이 될 것이다

CSI No.1 - Delightful Customer Care

CSI Quiz

1. CSI 세일즈 결과에서 만족도가 가장 낮은 부분은 ‘판매 후 고객관리’이다. 이 ‘판매 후 고객관리’ 부문에서도 가장 이행률이 낮은 세부항목은?

- ① 영업사원이 신차의 만족/문제 등을 물음
- ② 무상보증수리 및 애프터서비스에 대해 충분한 설명
- ③ 지점장/콜센터로 부터 연락
- ④ 영업사원으로 부터 우편/이메일/문자 연락

2. 2016 자동차 기획조사 소비자만족부문에 MBK는 지난 몇 년간 지속적으로 1위의 자리를 유지하고 있나요?

- ① 6년 ② 7년 ③ 9년 ④ 10년

3. 2016년 9월까지 VOC Sales / AS결과에서 가장 많이 접수된 불만사항 부문은?

- ① 응대서비스 / 정비결과 ② 사후관리 / 응대서비스
- ③ 응대서비스 / 응대서비스 ④ 사후관리 / 예약 / 접수

4. Product Expert가 하는 주된 업무가 아닌 것은?

- ① 시승 코스 설명 ② 금융 상품 설명 ③ 실내 옵션 안내 ④ 통합서비스 기간 설명



소중한 의견을 적어 11월 11일까지 mbk.csi@daimler.com으로 보내주 시면, 정답자 5분을 선정하여 이번 CSI Newsletter Vol.7에 소개된 도서中 한 권을 상품으로 보내드립니다.

당첨자 발표는 카카오톡 옐로 아이디 (친구 검색에서 ‘MBK CSI Newsletter’ 를 검색하셔서 추가해 주세요!) 통해 발표될 예정입니다.

- 소 속 : 00자동차 00전시장 / 서비스센터 / 기타 부서
- 이 름 : 홍길동
- 연락처 : 010-1234-5678

CSI 앙케이트

CSI Newsletter 독자의견

아래는 지난 호에 보내주신 세 분의 독자 의견을 뽑아 요약하여 정리해 보았습니다.

CSI Newsletter Vol.6 독자의견 결과

< CSI Vol.6 >에서 가장 마음에 드는 기사는 무엇입니까?

❑ CLI그것이 알고 싶다

“참신한 아이디어로 자칫 지루한 내용을 흥미롭게 읽었습니다.”
- 중앙모터스 대구전시장 이왕재 과장

❑ CSI 결과 분석

“CSI 부족한 점을 제대로 파악하여 좀 더 집중적인 개선점을 찾을 수 있는 기회를 제공해줬습니다.”
- 한성자동차 용답서비스센터 윤성식 과장

❑ CSI-VOC 누적 결과 및 분석

“고객의 만족/불만족 결과 내용을 토대로 현장 A/S 직원의 입장에서 고객 응대와 만족 향상에 대해 도움이 되기에 항상 유익하고 도움이 많이 됩니다.”
- 한성자동차 방배서비스센터 유주한 사원

< CSI Vol.6 >에서 아쉬웠던 기사는 무엇입니까?

❑ 사진 화질

“몇몇 사진들에서 해상도가 낮아 깨지는 현상을 발견하였습니다.”
- 중앙모터스 대구전시장 이왕재 과장

❑ 이번 호에서의 아쉬운 점은 전혀 없었습니다.

“모든 콘텐츠들이 다 마음에 들었습니다.”
- 한성자동차 용답서비스센터 윤성식 과장

❑ Focus Group Discussion

“우선적으로 고객을 제일 먼저 만나고 차량 출고까지 시작되는 시점이 전시장 및 영업사원의 응대가 맞지만, 서비스센터 내에서 발생한 고객 불만족의 결과도 있었으면 하는 아쉬움이 조금 들었습니다.”
- 한성자동차 방배서비스센터 유주한 사원

다음 호 <CSI Newsletter>에서 다루었으면 하는 기사는 무엇입니까?

❑ 특별한 의견보다는 소중한 정보들이 각 딜러사 고객만족 실천에 진정으로 도움이 됐으면 합니다.

- 중앙모터스 대구전시장 이왕재 과장

❑ 영업사원과 고객 혹은 어드바이저와 고객의 성공적인 파트너십 이야기, 메르세데스-벤츠가 주는 브랜드 가치라는 주제로 고객과의 문답, 미스터리 쇼핑 전국 1등 전시장 및 서비스센터의 인터뷰 등이 앞으로 실렸으면 좋겠습니다.

- 한성자동차 용답서비스센터 윤성식 과장

❑ 상담전화를 받아보면 정말 느끼는 것이 많습니다. 고객이 제일 궁금해하는 차량 기능들은 무엇인지, 다른 브랜드 차량들보다 어떤 기능들이 더 혁신적이라고 생각하며 만족하고 있는지 등을 설문하였으면 좋겠습니다. 설문을 토대로 Best 순위를 매겨 본다면 더욱 더 흥미롭고 도움이 될 것 같습니다.

- 한성자동차 방배서비스센터 유주한 사원

독자 의견을 보내주신 분들께 진심으로 감사드립니다. 여러분들의 의견을 최대한 반영하여 향후 CSI Newsletter가 보다 발전하는데 노력할 것을 약속드립니다. 앞으로도 많은 참여 부탁드립니다.

CSI No.1 - Delightful Customer Care

CSI Newsletter

독자의견

Vol.7의 독자 의견을 받습니다. CSI letter Vol.7를 읽고 느낀 점을 자유롭게 써주세요.

1. 이번 호 <CSI Newsletter Vol.7>에서 가장 마음에 드는 기사는 무엇입니까?

제목:

이유:

2. 이번 호 <CSI Newsletter Vol.7>에서 아쉬운 기사는 무엇입니까?

제목:

이유:

3. 다음 호 <CSI Newsletter>에서 다루었으면 하는 기사는 무엇입니까?



MB 고급 트롤리 백

소중한 의견을 적어 **11월 11일까지** MBK.CSI@daimler.com 으로 보내주시면, 보내 주신 의견 중 베스트 의견을 선정하여 MB 고급 트롤리 백을 보내드립니다. 여러분의 많은 참여 부탁드립니다.

당첨자 발표는 **카카오톡 옐로 아이디** (친구 검색에서 'MBK CSI Newsletter'를 검색하셔서 추가해 주세요!) 통해 발표될 예정입니다.

- 소 속 : OO자동차 OO전시장 / 서비스센터 / 기타 부서
- 이 름 : 홍길동
- 연락처 : 010-1234-5678