

# 2022 국가서비스대상 수상 사례

2022. 09



I|P|S 산업정책연구원  
The Institute of Economic Policy Issues

# 에스-오일(S-OIL)

S-OIL의 존재 이유는 CEO에 있다!

Customers, Employees, Owners and Other stakeholders!

차별화된 품질관리 및 서비스프로그램으로 고객 만족



고객 서비스 개선을 위한 3단계 전략!

Step 1. 고객 니즈 파악을 위한 VOC 채널 운영

Step 2. VOC 반영을 통한 서비스 개선

Step 3. 서비스 개선에 대한 모니터링

## Background

S-OIL의 존재 이유는 CEO로 표현되는데. CEO는 C(=Customer), E(=Employees), O(=Owners and Other stakeholders)를 의미한다. 즉, CEO의 가치 극대화를 통한 수익성 있는 지속 가능 성장이며, 그 중심에 고객이 있다. S-OIL은 고객 만족을 최우선 과제로 하여 고객 접점에서 차별화된 품질관리 및 서비스프로그램을 운영하고 있다.

## Service Program

S-OIL은 소비자 및 주유소 운영자의 다양한 의견을 청취하고 경영활동에 체계적으로 반영할 수 있는 고객서비스 운영 시스템을 갖추고 있다. 그 첫 번째 단계는 '고객 니즈 파악을 위한 VOC 채널' 운영이다. 고객센터/ARS, 홈페이지/SNS, 카카오톡 1:1 상담 채널, 챗봇 시스템 등 다양한 채널로 접수된 VOC를 통합운영 시스템을 통해 체계적으로 '관리-분석-공유'하는 체계를 갖추고 있다. 두 번째 단계는 'VOC 반영을 통한 서비스 개선'이다. VOC 및 소비자 U&A(Usage & Attitude) 조사를 통해 서비스 개선 방향과 솔루션

을 도출하여 관련 부서 및 영업현장과 공유-실천하고 있다. 마지막 세 번째 단계는 '서비스 개선에 대한 모니터링'으로 고객 관점에서 서비스 품질에 객관적 평가 및 개선점 파악을 위해 모니터 그룹인 '구도일 프렌즈'(약 500명)를 운영하고 있다.

## Subject(주체)

2022년 8월 현재 S-OIL의 대표는 후세인A. 알-카타니로, '최고의 경쟁력과 창의성을 갖춘 친환경 에너지 화학기업'이라는 2030 비전하에 체계적인 서비스 및 품질관리 프로그램을 시행하고 있다. 즉, 고객에게 최고의 가치를 제공하기 위해 품질 철학인 '좋은 기름'과 브랜드 본질인 '긍정 에너지'를 기반으로 고객 니즈를 반영한 통합적인 마케팅 활동을 펼치고 있다.

## Environment(환경)

국내 석유 시장은 메이저 정유사들과 알뜰주유소 브랜드들이 치열하게 경쟁함에 따라 브랜드 차별화가 쉽지 않은 구조이다. 이에 장기적이면서 안정적인 판매 활동을 위해 고객 기반을 강화하고 차별화된 브랜드 이미지를 구축해나가는

## 전국 2,500여개의 주유소 보유 ‘구도일’ 캐릭터 62개국에서 상표 등록되어 활용 보너스 카드회원 440만명



소매경질유  
내수시장  
점유율  
26.5%

협력업체  
만족도  
9.45점(10점)

보너스  
카드회원  
440만명

절하고 신속한 서비스, 카드 적립/할인 혜택, 각종 편의시설 등을 이유로 주유소를 이용하고 있다. 이에 S-OIL은 다양한 고객 니즈를 충족시키기 위해 맞춤형 마케팅 활동을 시행하고 있으며, 특히 주유소/충전소에서 일관된 품질관리와 서비스프로그램을 통해 믿고 이용할 수 있는 브랜드가 되고자 노력하고 있다.

### Resource(자원)

S-OIL의 계열주유소/충전소는 2022년 8월 현재 전국에 약 2,500개가 분포해 있다. Corporate Brand, Product Brand 및 캐릭터 저작권(구도일) 등의 총 522개의 상표권을 등록하여 보유하고 있으며, 특히 캐릭터 ‘구도일’은 한국 포함 62개국에서 상표 등록되어 마케팅 활동에 전사적으로 활용되고 있는 주요 자산 중 하나이다.

### Mechanism(메커니즘)

S-OIL은 새로운 트렌드와 변화하는 시장환경에 맞춰 브랜드 이미지 강화 및 고객기반 확대를 위해 차별화된 전략을 전개하고 있다. 브랜드 자산인 구도일과 구도일페밀리를 다양한 분야에 적용하고 있다. 굿즈 제작/판매, 공공장소에서 구도일 Tree 운영, 유명 캐릭터와 콜라보레이션, 주유소에 캐릭터 Pop-Art 설치 외에 인기 캐릭터로 성장시켜 새로운 비즈니스 기회를 모색하기 위해 구도일 애니메이션 제작을 검토하고 있다. 또한, 고객 만족 최우선으로 하여 주유소 이용 장애인들의 셀프 주유소 불편을 최소화할 수 있도록 주유원이 대신 주유해주는 Star Oil 캠페인을 진행하고 있다. 그리고, 소비자 조사 결과를 토대

로 서비스 전문가 조직인 ‘YES(Yellow Excellence Service)팀’이 고객 응대, 쾌적한 공간관리 등 주유소 서비스 품질향상을 위한 스킬을 전파하고 있다. 이 외에도 고객 편의성 강화를 위해 이마트24와 함께 주유소 공간에 최적화된 유무인 복합 ‘스마트편의점’을 보급하고 있으며, 전기차 충전소, 커피전문점 등을 도입하여 운영하는 등 고객 만족을 위해 다양한 방안을 모색하고 있다.

### Performance(성과)

S-oil의 성과는 각종 지표를 통해 확인할 수 있다. 브랜드 인지도는 정유사 중 2위 수준으로 상승했고, 광고 인지도는 경쟁사를 압도하고 있다. 또한, 치열한 경쟁 환경하에서도 2021년 기준 소매경질유 내수시장 점유율 26.5%를 차지하고 있으며, 협력업체 만족도 또한 9.45점(10점)으로 상생 기반의 문화를 만들어 가고 있다.

S-OIL은 메이저 정유사들과 알뜰주유소 브랜드와의 치열한 경쟁 환경하에서 다양한 채널을 통해 고객 니즈와 기대를 파악하고, 최고의 품질과 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있다. S-OIL은 고객의 기대수준을 뛰어넘는 차별화된 고객 만족과 새로운 가치를 제공하는 브랜드를 목표로 오늘도 최선을 다하고 있다.