



충성 고객들을 매료시키고 유지하라. 리더가 개발해야 하는 가장 중요한 관계는 고객과의 관계다. 고객의 충성을 결정짓는 요인은 무엇인가? 충성 고객을 만들기 위해서는 어떻게 해야 하는가? 그 관계를 유지하려면 어떻게 해야 하는가? 충성 고객들을 매료시키고 유지하는 일은 결코 쉽지 않다. 고객 서비스 전문가인 칩 벨(Chip Bell)은 대부분의 고객들에게 언제나 통용되는 다섯 가지 동인들을 제안한다.

- **고객들을 서비스 경험 안에 포함시켜라.** - 고객들이 서비스나 제품 생산에 참여하면 에너지가 생성된다. 이것이 '직접 고기를 구워 먹는' 레스토랑들이 인기 있는 이유다. 고객들은 과정에 참여함으로써 '성취를 위한 투자(skin in the game/승부의 책임)'를 하고 있는 것이다.
- **제대로 하라.** - 고객들은 항상 기본에 충실한 조직에게 충성한다. 비록 이에 대해 고객들이 감탄하지는 않더라도 말이다. 예를 들어, 상업 항공사의 비행기가 언제나 제 시간에 착륙한다고 해서 고객들이 표창장을 주지는 않는다. 반면, 비행기가 연착되거나 불시착한다면 고객들은 항의할 것이다.
- **이해하라.** - 고객들의 요구를 정말 제대로 이해해야 한다. 서비스는 고객의 요구를 그저 들어주는 것 이상이어야 한다. 훌륭한 서비스 제공자는 뛰어난 청취자다. 이들은 고객의 문제 해결에 대한 중요성을 알고 있다. 이를 위해서는 연대감과 신뢰를 형성해야 한다. 고객의 입장에 서서 생각해야만 한다.
- **고객들을 감동시켜라.** - 그들은 컵테일 잔에 담긴 예쁜 막대기와 같은, 반짝이는 그 무엇을 원한다. 충성 고객들을 매료시키기 위해서는 서비스를 하나의 매혹으로 생각해야 한다. 고객 서비스는 깜짝 선물이 담긴 과자 상자와 같아야 한다. 과자 상자 안에 어떤 상품이 있을까?
- **고객들에게 영감을 주어라.** - 자신의 일에 열정을 가진 직원의 서비스에 고객들은 움직인다. 옳은 일을 하겠다는 직원들을 만난 경험이 있는 고객은 반드시 다시 온다.

충성 고객들은 곧 당신의 판매력이자, 업무 현장에서 블로그나 웹사이트를 통해 당신을 빛내 줄 사람들이다. 충성 고객들은 당신에게 속해 있다고 느끼며 감성적으로 연결된다. 비즈니스의 감성적 가치를 경험한 고객들은 더 많은 투자를 할 것이다.

충성 고객을 얻는 벨의 다섯 가지 동인들에 대해 검토해 보라. 각 항목에 제시된 아이디어들을 확인하여 조직이 충성 고객을 만들고, 개발하고, 유지하자. 리더십은 충성 고객을 확보하는 일에서부터 시작된다.

---

Bell, C. R., & Patterson, J. R. (2011). *Wired and dangerous: How your customers have changed and what to do about it*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.