

# 2005 대한민국 고객만족경영 사례연구 공모전

(<http://cafe.naver.com/csma>)

## 1. 취지 및 목적

한국산업의 고객만족경영을 선도하고 있는 한국능률협회컨설팅에서는 고객만족경영의 발전과 이론 정립에 기여하고자 KMA CS 위원회, (재) 회남경제과학연구원과 공동으로 '2005년 대한민국 고객만족경영 사례 연구 공모전'을 개최합니다.

참신한 아이디어와 의견 모집을 통해 고객만족경영에 대한 새로운 지평을 여는데 일조하고자 하는 본 공모전에 관심있는 대학(원)생 여러분의 많은 참여 바랍니다.

## 2. 응모자격

2005년 6월 현재 재학중 또는 휴학중인 국내외 대학생 또는 대학원생으로서 팀 구성시에는 4인 이하이어야 함(학과 및 학년 제한은 없음).

## 3. 응모주제

: 고객만족경영 관련 전반

- ☞ CS경영을 성공으로 이끈 최고경영자 사례
- ☞ CS경영 추진과 관련된 경영전략 수립 사례
- ☞ CS경영 실천을 위한 각종 제도, 프로세스, 하드웨어 구축 사례  
(예 : 정보시스템, 고객센터, CRM 등)
- ☞ 고객접점의 서비스 혁신 사례
- ☞ 고객만족상품 개발 사례(제조 및 서비스 상품)
- ☞ 기타 CS경영 추진과 관련된 각종 성공·실패 사례

※ 연구대상기업 : 2004년 KCSI(한국산업의 고객만족도) 1위 인증 기업(기관) 및

2004년 대한민국 고객만족경영대상 수상 기업(기관) - 공모전 카페 공지

대상기업 리스트는 한국능률협회컨설팅 홈페이지([www.csnet.co.kr](http://www.csnet.co.kr)) 참조

## 4. 심사기준

- ☞ 형식이나 외형보다는 대학(원)생 특유의 참신함이 있는가
- ☞ 주제에 대한 다각적인 고민의 흔적이 보이는가
- ☞ 제시된 아이디어에 실행 가능성이 있는가
- ☞ 고객 중심적인 사고가 충분히 반영되었는가
- ☞ 논리가 정연하고 과정이 합리적인가

5. 심사 방법

구분	심사방법	심사위원
1차심사	서류 심사 (제출된 사례 연구)	- 한국고객만족경영학회 교수진 - 한국능률협회컨설팅 컨설턴트
2차심사	경쟁 프리젠테이션 (1차 합격자 대상)	- 한국고객만족경영학회 교수진 - 한국능률협회컨설팅 컨설턴트

6. 일정안내

과 정	일 정	비 고
참가신청	7.25~7.29	공모전 카페내에 있는 신청서 이용
예비계획서 제출	8.1~8.12	공모전 카페내에 있는 계획서 이용하여 연구대상기업을 2개 이상 선택하여 제출 → 운영사무국에서 1개의 연구 기업 지정
사례 연구 제출 마감	10.12(수)	사례 연구 결과를 파일로 제출
1차 합격자 발표	10.28(금)	제출 서류를 심사하여 2차 심사 참가 팀 선정
2차 심사 (경쟁 프리젠테이션)	11.4(금)	각 팀별 발표 및 질의 응답
최종 결과 통보	11.9(수)	2차 심사에 의한 최종 결과 발표 및 통보
시상식	11. 15(화)	2004년 CS Festival 기간 중 시상

7. 시상 내역 및 특전

훈격	수상대상	장학금	수상특전
금상	1팀(명)	300만원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국고객만족경영학회 무료 가입(1년간) 및 학회지 증정</li> <li>• 한국고객만족경영학회 학술대회 무료 초청(1년간)</li> <li>• CS Best Practice(고객만족경영학회 발간) 무료 증정</li> <li>• KMAC 입사 지원시 가산점 부여</li> </ul>
은상	2팀(명)	각 200만원	
동상	3팀(명)	각 100만원	

8. 응모방법

☞ 참가신청 : 공모전 카페에서 신청서양식 다운로드 후 기입하여

E-mail(yk01@csnet.co.kr) 송부

☞ 문의처 : 「대한민국고객만족경영대상 운영사무국」

한국능률협회컨설팅 장 유 경 연구원

전화; 02-3786-0556

- E-mail : yk01@csnet.co.kr
- 공모전 카페 : <http://cafe.naver.com/csma>
- 전화문의 : 02-3786-0556, 0542,

- 이외의 문의 사항에 대해서는 E-mail, 전화보다 공모전 카페(<http://cafe.naver.com/csma>)를 이용하시기 바랍니다.

