

O2O플랫폼 서비스품질 컨설팅방법론 개발

(사례연구)



2016년 10월



한양대학교 지식서비스연구소
Hanyang University Institute of Knowledge Service

제 출 문

본 보고서를 “O2O플랫폼 서비스품질 컨설팅방법론
개발” 사례연구의
최종 결과보고서로 제출합니다.

2016년 10월

연 구 주 관 : 한양대학교 지식서비스연구소

연 구 기 간 : 2016. 6. ~ 2016. 10. (5개월)

연구책임자 : 이 정 우 (한양대학교)

지식서비스연구소장 귀하

* 본 보고서는 중소기업청에서 시행한 컨설팅대학원 및 컨설팅 R&D 센터 사업지원으로 연구되었습니다.

목 차

제1장 서론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
제2장 O2O 서비스 현황 분석	2
1. O2O 서비스	2
2.. O2O 서비스 동향 및 전망	6
제3장 서비스 품질에 관한 이론적 배경	13
1. O2O 서비스 품질에 대한 연구	13
2.. 서비스 품질 측정 모형에 관한 연구	15
제4장 O2O 서비스 품질 컨설팅방법론 개발	18
1. O2O 서비스 측정 프레임워크	18
2. O2O 서비스 측정 프레임워크 적용	22
3. 플랫폼 성장단계별 프레임워크 적용	26
제5장 결론	26
1. 연구의 한계 및 시사점	26

그림 목 차

<그림 1> O2O 서비스의 비즈니스 전략별 유형	5
<그림 2> 국내 O2O 성장	11
<그림 3> IT 융합 신산업 활성화 규제혁신 방안	12
<그림 4> SERVQUAL, WtA 방법론	19
<그림 5> O2O플랫폼 서비스 품질 컨설팅 방법론 구성	20
<그림 6> O2O-SQ 모형	21
<그림 7> O2O-SQ 설문문항 구성 예	22
<그림 8> O2O-SQ 자사-경쟁사 통계적 비교분석 예	22
<그림 9> O2O-SQ 오프라인 서비스 전달 프로세스	23
<그림 10> O2O-SQ 오프라인 서비스측정 설문문항 개발	24
<그림 11> O2O-SQ을 활용한 카카오 헤어샵 오프라인 서비스 측정	25
<그림 12> 플랫폼 비즈니스 성장 단계별 서비스 품질관리	26

표 목 차

<표 1> 온라인 및 오프라인 기업의 접근 전략	3
----------------------------------	---



제1장

서론

1. 연구배경 및 목적

1) 연구배경

- 최근 O2O(Online-to-Offline)가 새로운 비즈니스 전략으로 대두되어 온라인 기업과 오프라인 기업의 신규사업전략이나 채널강화 전략으로서 각광받고 있음.
- 그러나 O2O 서비스는 고객이 경험하게 되는 전체의 서비스 프로세스(정보탐색부터 최종소비까지)가 오프라인 및 온라인 모두에서 진행되기 때문에 균일한 서비스품질의 유지가 쉽지 않음.
- O2O 서비스의 품질관리는 고객만족에 중대한 영향을 미치며, 고객만족은 장기적으로 고객충성도와 연결되어지기 때문에 O2O서비스를 통해 신규사업진출이나 채널강화를 통한 기존고객유지를 위한 기업입장에서는 핵심적인 문제라고 할 수 있음.
- O2O 서비스의 품질에 대한 논의는 현장에서 지속적으로 제기되고 있음에도 불구하고, 구체적인 연구나 현실적용이 이루어지고 있지 않기에 본 연구를 진행하고자 함.

2) 연구목적

- O2O 서비스에 대한 현황 분석을 통해 O2O 서비스의 정의, 유형, 특징 등을 분석하고, 국내외 사례와 시장동향 및 전망을 분석해봄.
- O2O 서비스 품질과 차원간 인과관계에 대한 선행연구를 통해 O2O 서비스 품질관리의 중요성을 고찰해봄.
- O2O 서비스 품질의 계량적 측정 프레임워크를 개발하여 제시함.