

「 가 」 67).

1.

가.

가

가

가

가

가

67) 「 가 」

,
20:80

가

가 (LTV: Life Time

Value)

가

()

(+)

가

가

,
가

가

(530 -5349, '97.4.7)』

68)

가 가

68)

)

(,

가

+7

)

가

(4

(2

4

),

(,

.

가 .

가 , .

1)

(가 가) , .

가 가

가 .

가 , .

, ,

) .

2)
 가
 가 가
 (愛顧)
 (<
 -1>).

< -1> ()

	1994	1997	2000
	67.6%	63.5%	50.5%
	20.8%	22.8%	35.6%
	8.6%	11.5%	13.0%

: (2000), , p.13.

가 .

. , 가 ,

가

< -2>

		(가)	
1997		59.3%	37.8%
		37.3%	58.8%
		2.4%	3.4%
2000		74.8%	62.6%
		22.6%	36.9%
		2.7%	0.5%

: (2000), , p.35.

가

.

가 . ,

.

가

,

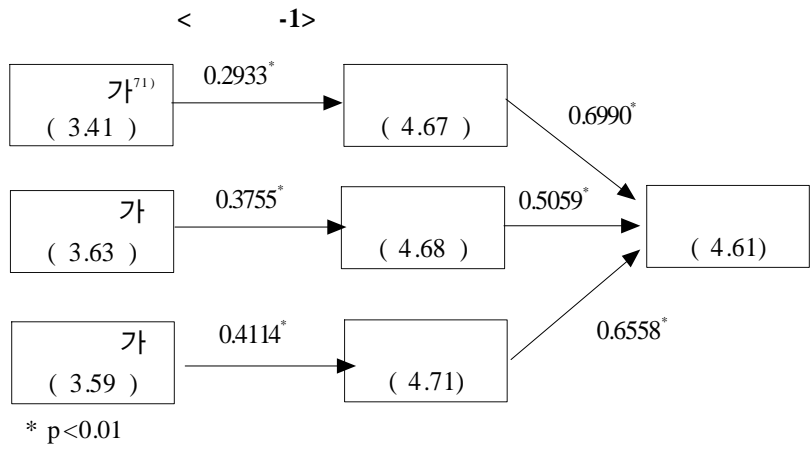
가

.

. 가 (, 가), (가), (가) . D/ W (, , ,), (D/ W), (71).

. 가 , 가 . 「 , , 」 「 」 「 」 7 . 가 , , 가 (< -1>).

71) <http://www.seri.org/fr/fPdsV.html>



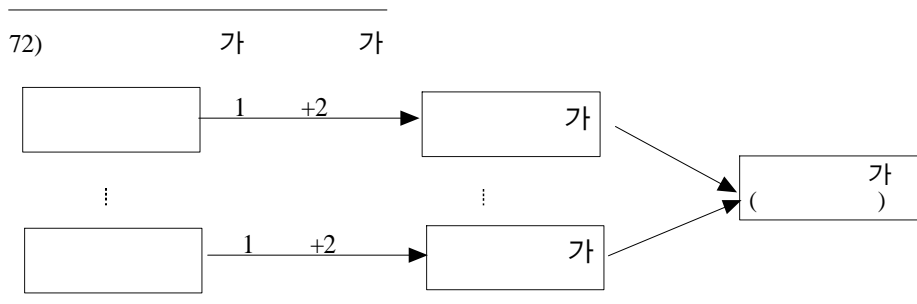
73).

가

2가

가

, 가



73)

가 가 , 가 , 가 7

가 가

」

가

가 (< -3>).

< -3>

(:)

		3	1	3	0	7
		7	69	48	2	126
		4	17	140	6	167
		14	87	191	8	300
		4	4	3	0	11
		5	63	48	3	119
		5	20	140	5	170
		14	87	191	8	300
		1	3	5	0	9
		10	55	58	1	124
		3	29	128	7	167
		14	87	191	8	300
		3	7	4	0	14
		4	56	55	2	117
		7	24	132	6	169
		14	87	191	8	300

43%,

39.6%

87.4%

74).

,

가

가

가

가

,

가

가

(64.7%),

(17.6%),

(11.8%)

(47.1%)

(25.5%)

(21.6%)

가

74)

27.3%, 42.9%, 85.3%

28.6%, 48.7%, 81.7%

55.6%, 47.6%, 80.9%

가 가 가 가 가 가

2. 가

가.

(+)

가 가 ,

1) 가

가) 가

가 (가) 가 .

가

가

가 .

< -4 >

가

가

가

가 가

가 가

가

< -4> 가

(: , %)

가	가							
	5	71.4	72	57.1	32	19.2	109	36.3
	2	28.6	54	42.9	135	81.8	191	63.7
	7	100.0	126	100.0	167	100.0	300	100.0
	8	72.3	67	56.3	34	20.0	109	36.3
	3	27.3	52	43.7	136	80.0	191	63.7
	11	100.0	119	100.0	170	100.0	300	100.0
	5	55.6	65	52.4	39	23.4	109	36.3
	4	44.4	59	47.6	128	76.6	191	63.7
	9	100.0	124	100.0	167	100.0	300	100.0
	12	85.7	59	50.4	38	22.5	109	36.3
	2	14.3	58	49.6	131	77.5	191	63.7
	14	100.0	117	100.0	169	100.0	300	100.0

) 가

가 가

가 . 가

가 가

< -5> “ ”

(14) 64.0%(9) “

” 가 . “

“ ” (187) 71.3%(62)가
 “ ” 가
 “ ”
 (191) 84.3%(161) “ ”
 가

< -5> 가

(:)

가					
	9	4	1	0	14
	5	62	20	0	87
	5	24	161	1	191
	0	0	5	3	8
	19	90	187	4	300

가

가

가

가

가

2) 가 가
 가) 가 , 가
 가 가
 가 ,
 20.3%(61)가 가 . . .
 , ,
 24.0%가 가
 , 15.9%
 가 가 14.3%
 가

< -6> 가

(: , %)

가									
	1	33.3	13	56.5	25	71.4	39	63.9	
	2	66.7	10	43.5	10	28.6	22	36.1	
	3	100.0	23	100.0	35	100.0	61	100.0	
	0	0.0	12	57.1	27	79.4	39	63.9	
	4	100.0	9	32.9	9	20.6	22	36.1	
	4	100.0	21	100.0	34	100.0	61	100.0	
	0	0.0	12	50.0	24	75.0	39	63.9	
	2	100.0	12	50.0	8	25.0	22	36.1	
	2	100.0	24	100.0	32	100.0	61	100.0	
	0	0.0	9	40.9	25	71.4	39	63.9	
	4	100.0	13	59.1	10	28.6	22	36.1	
	4	100.0	22	100.0	35	100.0	61	100.0	

가 가
 , 가 가
 가 가 가
 59%(36) , 가 52.5%(32) ,
 가 57.4%(35)
) 65.6%(40
 가 가 가
) 가 가
 , 가 가
 가 가 가
 가 가 가
 20.3%) 가 가
 , 가 167
 35 (21.0%) , 126 23 (
 18.3%), 7 3 (43%) 가
 가 가

가 191 39 (20.4%) 가
 가 ,
 가 135 25 (18.5%) ,
 54 13 (24.1%) ,
 2 1 (50.0%) 가
 가 가
 가 가
 가 가
 가 가

< -7> 가

(: , %)

가	1	33.3	13	56.5	25	71.4	39	63.9	
	2	66.7	10	43.5	10	28.6	22	36.1	
	3	100.0	23	100.0	35	100.0	61	100.0	
가	5	71.4	72	57.1	32	19.2	109	36.3	
	2	28.6	54	42.9	135	81.8	191	63.7	
	7	100.0	126	100.0	167	100.0	300	100.0	

) 가
 가

가 가
 가

가

< -8> 가

(:)

	1	2	3		1	2	3	
1. () , ,	1	4	2	7	3	3	2	8
2. 가 ()	2	3	4	9	1	4	3	8
3. 가	8	5	2	15	6	3	4	13
4.	3	8	3	14	5	3	1	9
5.	17	4	7	28	3	3	4	10
6. 가 가 가	4	3	5	12	1	1	1	3
7.	3	3	3	9	2	1	1	4
8.	1	5	5	11	0	2	2	4
9.	0	3	8	11	1	1	1	3
10.	0	0	0	0	0	1	2	3
11. 가	0	1	0	1	0	0	0	0
	39	39	39	87	22	22	21	65

) 가

가 (1 : 38.5%, 1 3 : 66.5%) 가 , 가 . , “ (1 : 19.2%, 1 3 : 54.0%)”, “ 가 (1 : 22.2%, 1 3 : 51.4%)”, “ (1 : 9.6%, 1 3 : 43.9%)” 가 가 (1 : 4.6%, 1 3 : 23.4%)” 가 .

< -9> 가

(:)

가	1	2	3	1 3
1.	92	39	28	159
2.	46	39	44	129
3. 가	53	42	28	123
4. 가	11	22	23	56
5.	5	28	12	45
6.	3	4	11	18
7.	23	43	39	105
8.	2	8	23	33
9. 가 가	4	8	23	35
10. ()	0	6	8	14
	239	239	239	717

가

가

가

가

, 가 ,

가

)

가

가

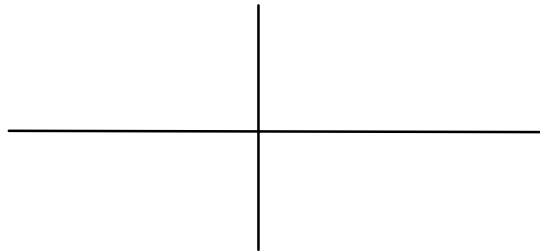
가

.

< -2 >

가

()



가

()

가

()

가

()

가

, 가

가가

가

. 가

가가

, 가

가가

가

가

가

가

75).

75) 가

SIS

가

3 ,

가 5

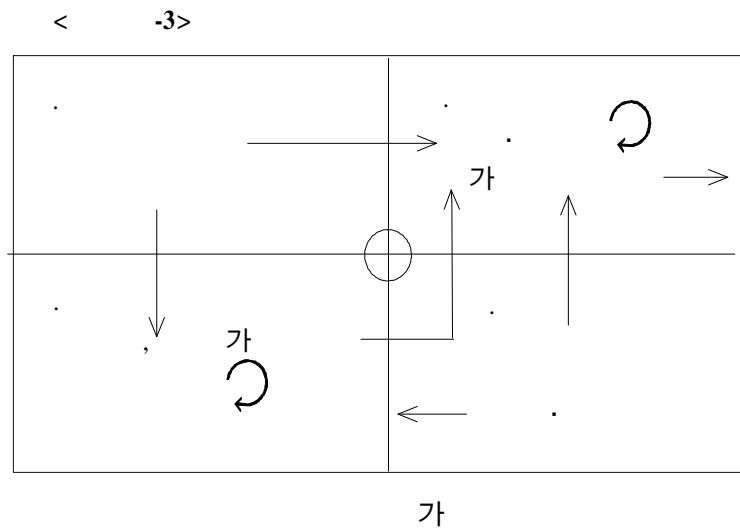
가

가

가가
50%가

,
70%

1) 가
 < -3> 가
 가
 ,
 76).



가
 ,
 가
 ,
 가

76) 『顧客満足型マーケティングの構圖』, 有斐閣, 1994, pp.79-83.

嶋口充輝, 『顧客満足型マーケティング

가
가

가

가

가

가

77).

가

가

(가)

가

가

가

77) , Swan & Combs 가

가

가

(milking strategy)

가

가

()

가

가

78).

2)

가

「 가

」

가 <

-10>

,

,

,

,

,

.

78)

가

Swan & Combs

< -10> 가

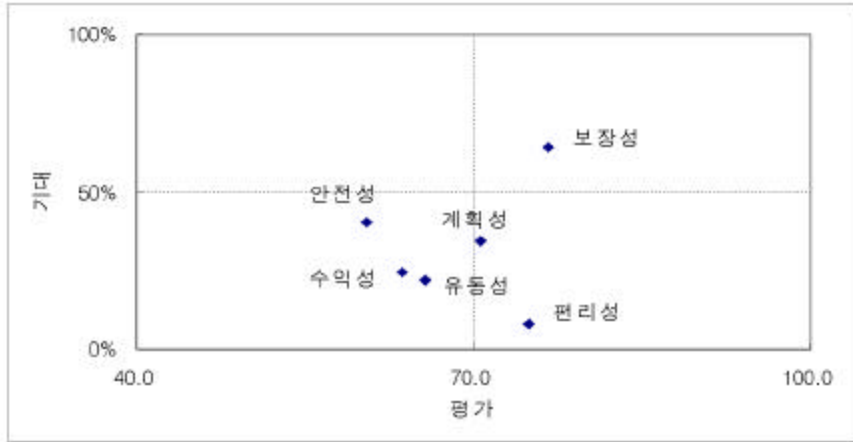
	가
	,
	가
	가 ,
	가 가

가 가 .

가)

	가			
(%)	64,	40,	34,	24,
	17,	4 ,	가	77.6,
	76.7,	70.6,	68.9,	63.7,
	60.5			

< -4> 가



가

2가

가

가

가

가

79).

79)

가가

· , , , ,
 , 가 , .
 , ,

(ego)

80)



가 가

, 가

가

80)

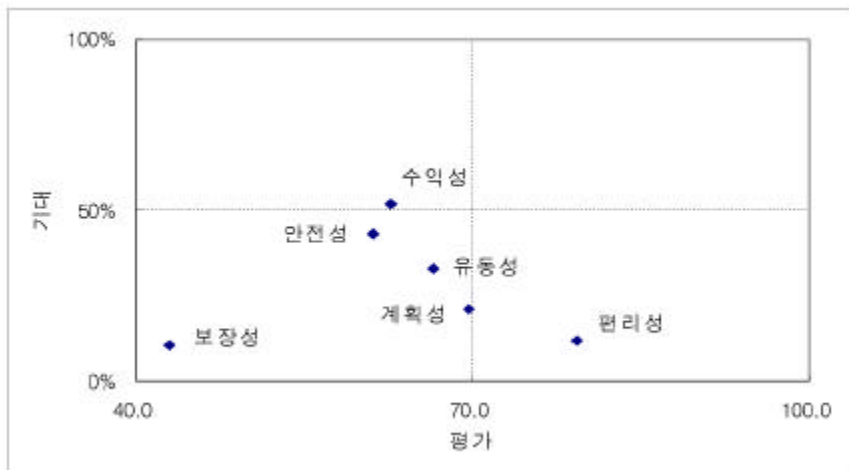
가

가

)

(%) 52, 43, 27,
 21, 11, 4 , 가
 82.0, 71.6, 69.7, 62.8,
 61.2, 43.0 가

< -5> 가



가

가가

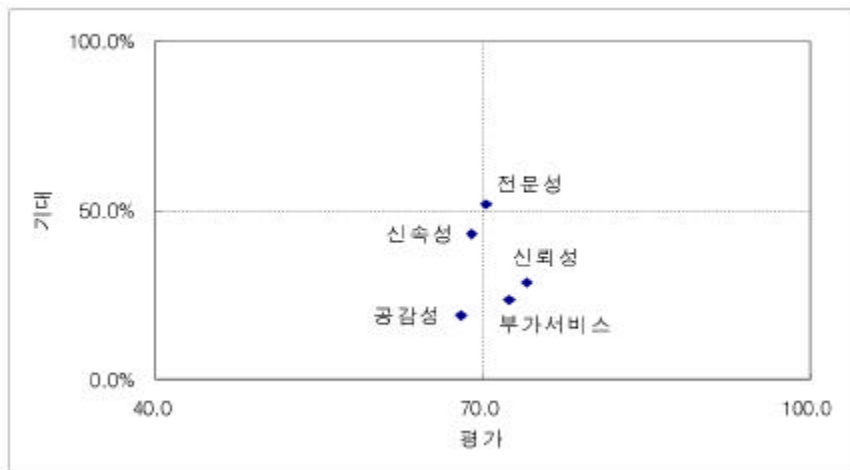
52.0, 43.2, 28.5, 가 23.7,
 19.1 , 가 74.0, 가
 72.4, 70.3, 69.1, 68.1 .

< -11> 가

	가 ,
	가 .
	가 .
가	

가 (< -6>)

< -6> 가



가

83).

가

가

가

가

가

가

가

가

84).

가가

가

CRM,

가

가

가

가가

83)

가

84)

가

가

, ,

.

4) 가

가

< -12> , , , ,

, .

(%) 46.3, 21.7, 17.7,

11.5, 8.8, 7.3 , 가

77.9, 77.7, 70.3, 69.7,

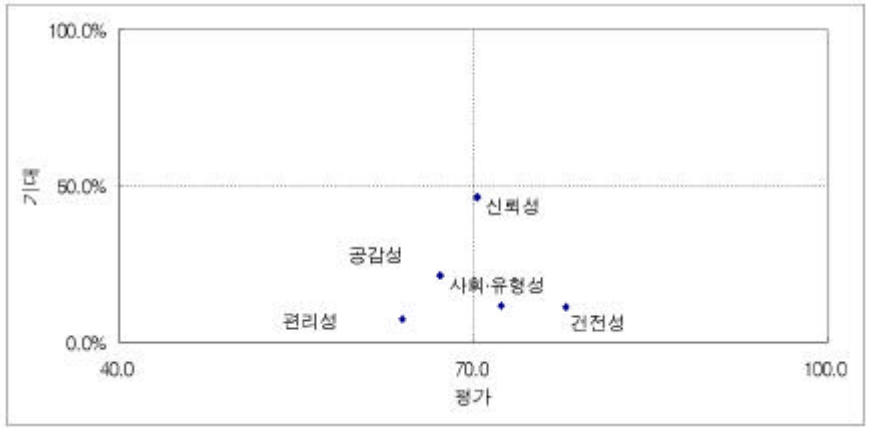
67.2, 64.0 .

< -12> 가

	가
	가 가 가
	가 가
	가
	가
	가

가 (< -7>)

< -7> 가



< -7>

가가

가가

가가

가

가

.

,

85), <

-2>

가 3.59, 가 4.71

,

.

85)