

LG전자DX스쿨 3기

---

# 현업특강\_LG전자 CX&DX

---

2025. 06. 30 (월)

LG전자 HS본부 DX전략기획팀 김주협 팀장

[juhyup.kim@lge.com](mailto:juhyup.kim@lge.com)

# 강사소개



- ◆ 나이: 82년생
- ◆ 키/몸무게: 189.8cm/두 자리 숫자 ㅎㅎ
- ◆ 고향/사는 곳: 울산시 동구/고양시 일산서구



- ◆ 전공: 전자전파공학(석사), 전파통신과(학사)
- ◆ 경력사항
  - 삼성종합기술원 인턴 ('07.01~'07.09)
    - MIMO-OFDM 채널 특성 분석
  - LG전자 MC사업본부 ('10.02~'21.05)
    - EU/중남미/북미 Data/ePDG Protocol 개발
  - LG전자 H&A본부 DX전략기획Task ('21.05~현재)
- ◆ Six Sigma BB, S/W 역량인증, DX역량인증 Lv.3
- ◆ '23.1H LG AI연구원 AI Expert Course 1위
- ◆ <https://kr.linkedin.com/in/juhyup-kim-4542b3205>

# 오늘의 학습목표



현재 경영 환경에서 혁신의 본질적 출발점 이해



LG전자의 CX 방향성 이해



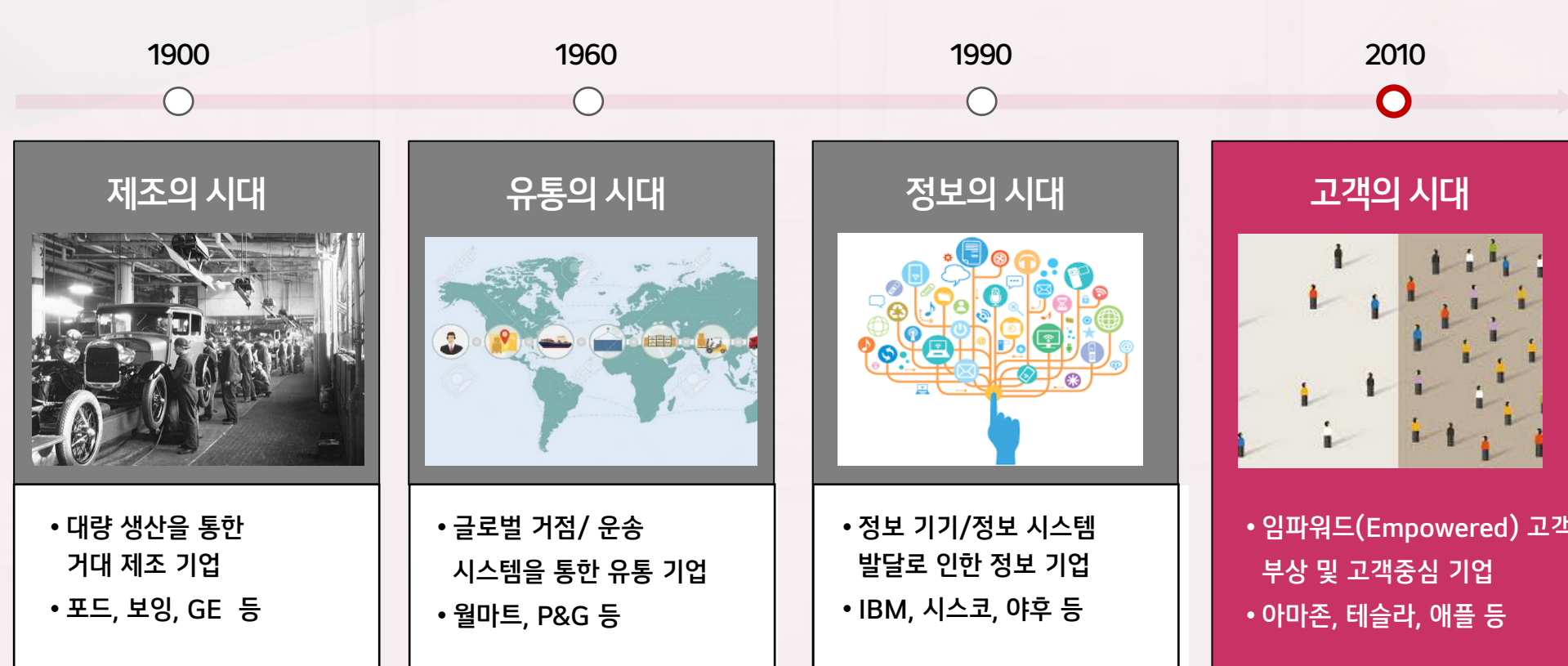
LG전자 DX프로젝트 BP 사례 소개



# I. 우리가 살고 있는 시대

# 1. 우리가 살고 있는 시대는?

기업 혁신의 원천이 제조, 유통, 정보 등 공급자 중심 경쟁 전략에서  
고객 중심으로 이동하는 **‘고객의 시대 (Age of Customer)’** 가 도래



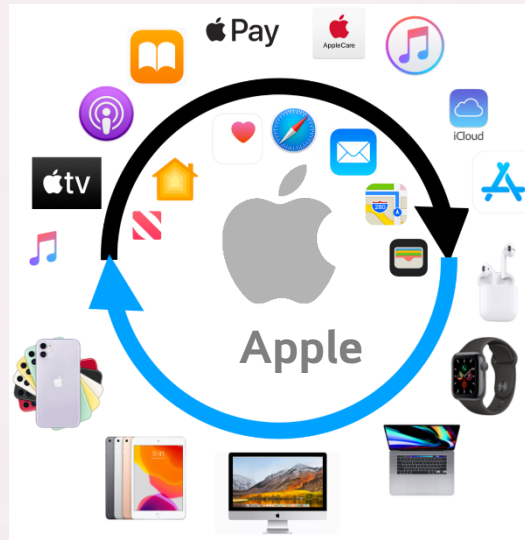
# 1. 우리가 살고 있는 시대는?

사이렌 오더  
모바일 결제  
빠른 Drive Thru



STARBUCKS®

밀어서 잠금 해제  
직관적인 UI



OTT 서비스  
오리지널 콘텐츠  
AI 추천 시스템

NETFLIX

amazon.com

혜택 많은 Prime 멤버십  
데이터기반 상품추천  
배송혁신

toss

쉬운 송금/결제  
쉽고 빠른 은행업무

kakaobank

coupan<sup>g</sup>

로켓배송  
로켓프레시  
밀어서결제

# 1. 우리가 살고 있는 시대는?



“어떻게 개선시킬 수 있을지에 대해  
**고객의 피드백**을 듣는 것이  
매우 중요하다고 생각합니다.”

## ● 테슬라의 소프트웨어 업그레이드 판매



모델 3 가격 : 4.7만불

- FSD 기능 (자율주행) : 1만불
- 뒷자석 열선 기능 : 2000불
- 가속성능 향상 : 300불



소프트웨어 매출  
**23억불 (20년)**

전체 매출 (315억불)의 7%

자동차의 온라인 판매 선언  
꾸준히 진화하는 자동차  
OTA(Over The Air-update)



FSD(Full Self Driving) 구독 서비스



사용자들이 직접 주행 정보를 전달  
(사용자 커뮤니티 후원/관리)





# 1. 우리가 살고 있는 시대는?



“우리의 모든 활동의 중심은 **‘고객’**이고  
모든 제품과 기술은 인류를 돕기 위해  
디자인됩니다.”

● 애플의 웨어러블 액세서리 판매



고객에게 잊지 못할  
매장 경험을 선사



상품과 만나는 순간,  
언박싱 경험 기획



애플, 생태계 안으로  
Lock-in



수리경험 브랜딩화  
(Genius Bar)





# 1. 우리가 살고 있는 시대는?



“커피가 아니라 스타벅스에서만  
가능한 **‘공간의 경험’**을 팔았습니다.”

고객과 스킨십하며 ‘관계’를  
만드는 서비스



지역의 문화와 특색을 반영한  
매장 인테리어, 음료 개발



들어서기만 해도 기분 좋아지는  
스타벅스의 공간 **Service Scape**



고객경험을 향상, 충성고객을 확보하는  
스타벅스 **Digital Flywheel**



# 1. 우리가 살고 있는 시대는?

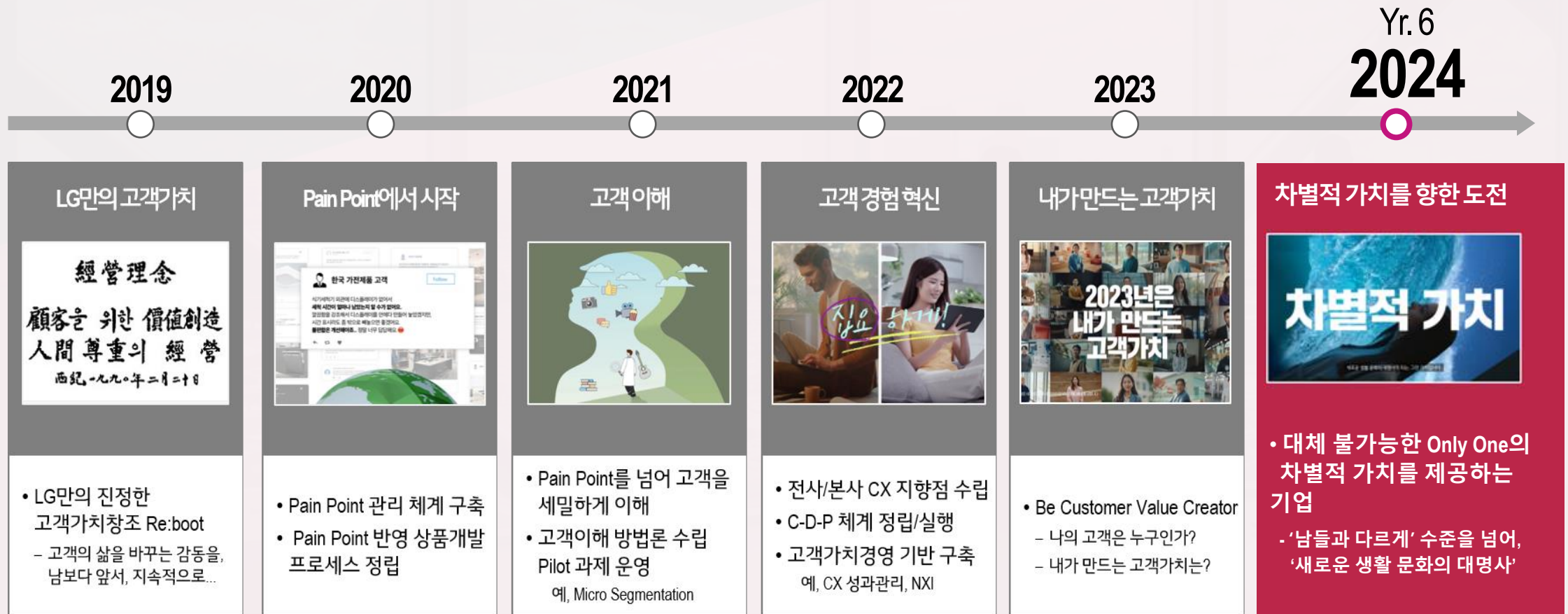
LG전자의 현안도 오직 '고객'입니다.

- 고객은 지금 어떤 것을 원할까?
- 고객은 지금 어떤 것이 불편할까?
- 고객을 더 깊이 이해하고 알 수 있는 방법은 무엇일까?

## II. LG전자 CX



# 1. LG그룹 고객가치 혁신 방향성



## 2. LG전자 비전

**미션? 비전?**

**차이점?**

# LG전자 Vision

## Smart Life Solution Company

2030년까지 연 성장률 7%, 영업이익율 7%, 기업가치 EBITDA Multiple 7배라는 Triple 7을 달성하는 매출 100조 기업으로 성장해 가겠습니다.

### 미션 Mission

존재의 이유

Innovation for a better life

### 비전 Vision

되고자 갈망하는 모습

Smart Life Solution Company

### 핵심가치 Core Value

믿고 따르는 원칙과 기준

고객

도전

최고

존중

정도



### 3. LG전자 CX 지향점

고객중심 기업으로 변화하기 위한 'LG만의 일하는 방식/경영체계'



고객에게 제공하는 궁극적 목표

‘내 일상의 따뜻한 감동,  
더 나은 삶을 위한 즐거운 변화’

고객 감동을 위해 제공해야 할 핵심 가치

First	기대를 넘어선, <u>최고의</u>
Unique	삶을 바꾸는, <u>차별화된</u>
New	기존에 누리지 못한, <u>세상에 없던 경험</u>

절대 훼손되면 안 되는 고객의 기본 가치

Quality	기본 품질을 넘어 감성품질까지
Cost	기대를 뛰어넘는 합리적 교환가치
Delivery	전체경험여정에서 고객과 신뢰 축적

# LG전자의 F.U.N. 사례

**First** 최고의



- 최고의 화질 OLED TV
- 초프리미엄 가전 'LG SIGNATURE'

**Unique** 차별화된



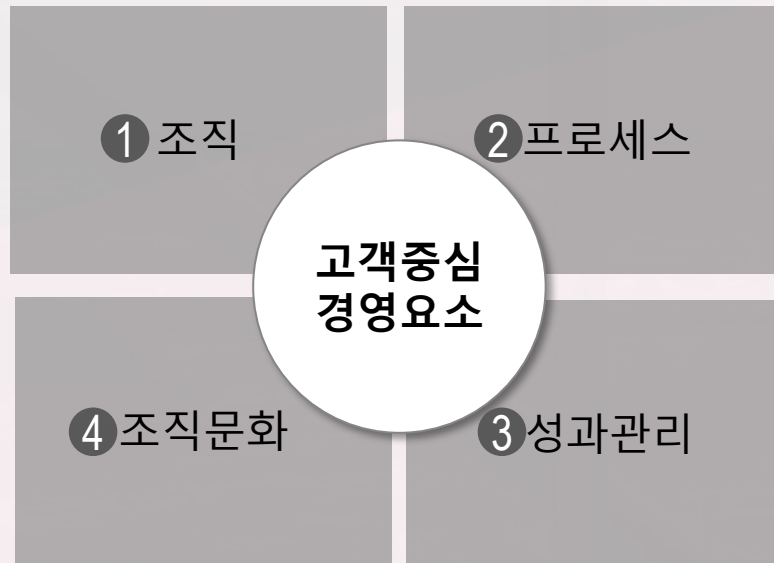
- 이동하며 즐기는 프라이빗 스크린: 스탠바이미
- 세탁 건조를 하나로, 워시콤보

**New** 세상에 없던



- 매일 씻어입는 의류관리기 : 스타일러
- 나에게 맞춤 진화하는 가전 플랫폼 : 업가전

## 4. 고객중심경영 체계



### ① 조직

제품 중심(Product-centric) → 고객 중심(Customer-centric) 조직 구조

### ② 프로세스

고객 관점 변화를 위한 내, 외부 프로세스 / 시스템 / 제도 / 정책 혁신

### ③ 성과관리

CX Index 기반 평가/보상/인사 체계 수립 / 변화 관리 실행

### ④ 조직문화

고객 중심 Mindset 및 일하는 방식 변화 촉진 (CX 혁신 활동 / REINVENT)



## 5. LG전자의 경쟁자는?

지금까지는...

- \* 경쟁업체가 어디인지 명확함
- \* 경쟁업체의 제품/서비스를  
빠르게 분석하여 대응 할 수 있음

지금부터는...

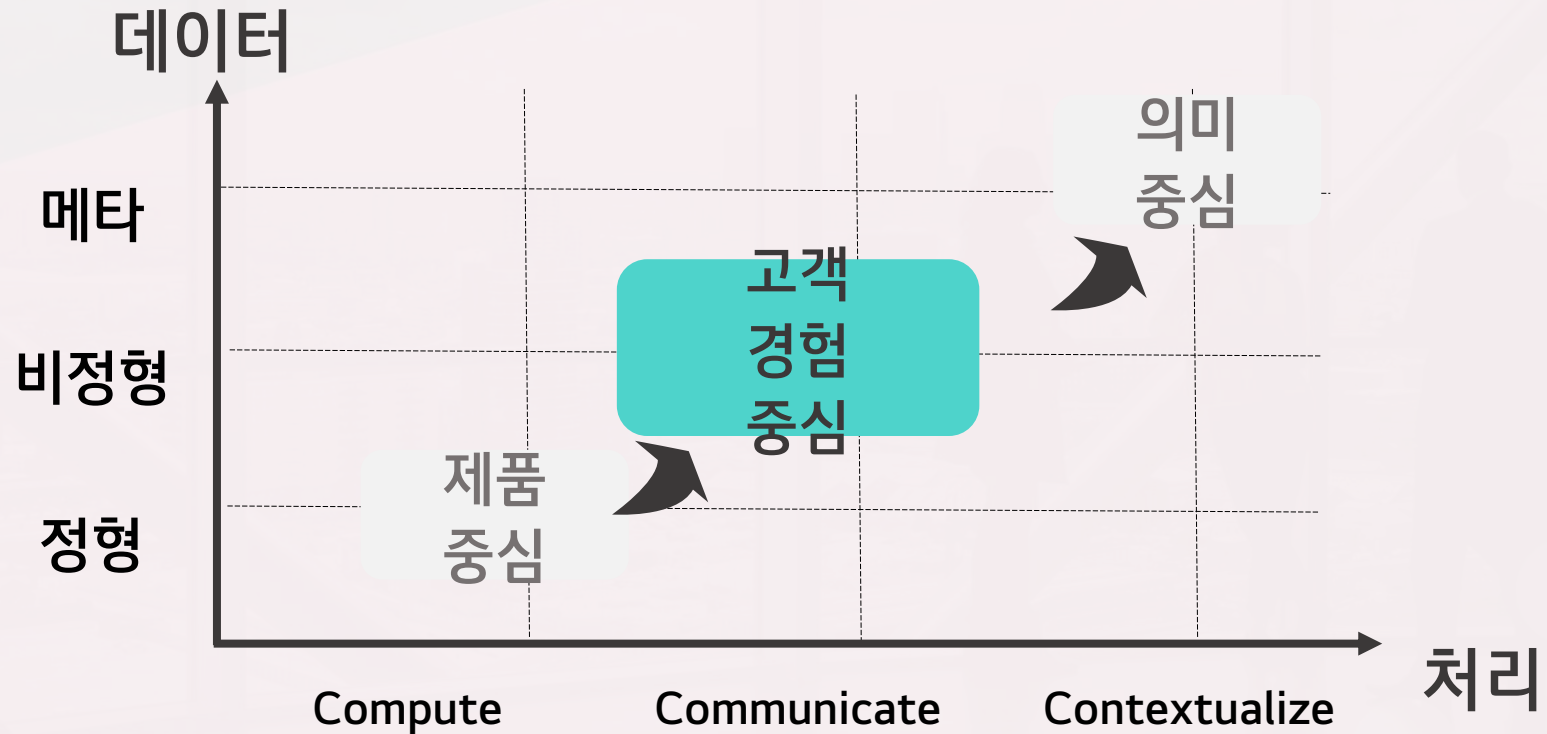
- \* 경쟁업체가 어디인지 불명확함
- \* 언제 어떤 방식으로 고객경험을  
혁신할지 알 수 없음

→ 그렇다면 Global 기업으로 생존하기 위해서는 어떻게 해야 하는가?

결론은 '고객'에게 있고, 누가 먼저 '**고객 경험을 혁신**' 하는 지의 싸움이다.

## 6. 새로운 가치 창출의 과정

| 디지털과 가치 스펙트럼의 변화



### III. LG전자 CX에서 DX로



# 여러분은 어떤가요?

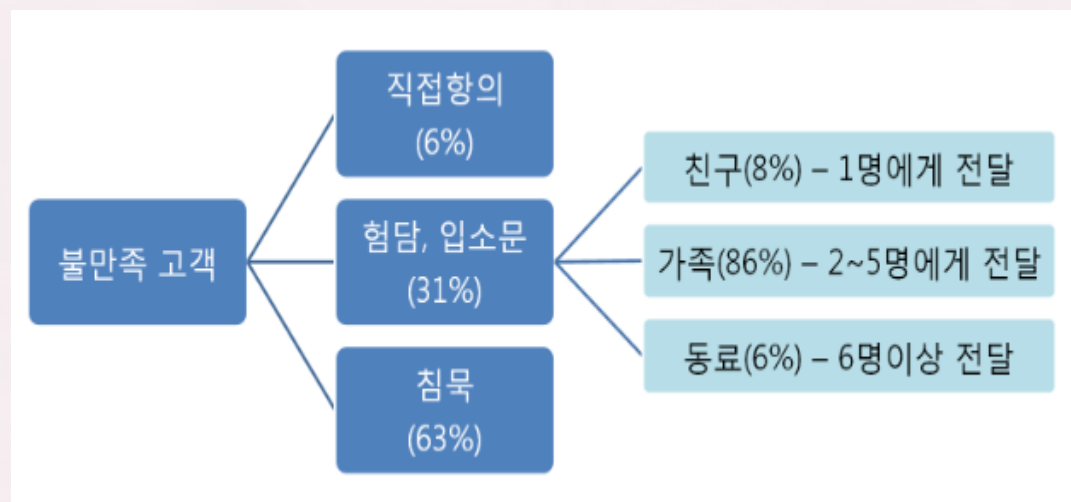
제품/서비스를 이용하다가 어딘가 **불만족** 스럽다면...

- 1 참을 수 없다. 직접 찾아가거나 전화를 하여 항의한다.
- 2 나와 같지 않기를... 가족/지인 등에게 알린다.
- 3 혼자 다짐한다. 다음부터 안 사고/안 쓰면 그만...

# 데이터가 없는 것과 있는 것의 차이

불만 고객의 6%만이 직접 불만을 토로한다.

즉, 94%의 고객은 침묵하거나 주변인들에게만 언급



## 고객이 불만을 말하지 않는 이유

- 개선의 여지가 보이지 않기 때문에
- 어느 곳에 말해야 하는지 적당한 창구를 모르기 때문에
- 말을 하기보다 자신의 사건을 인터넷이란 도구를 이용하여 공론화시킬 생각으로
- 불이익을 피하기 위해서
- 거래를 하지 않으면 되니까
- 경쟁 업체로 가면 되니까
- 주변 사람들의 눈총이 두렵거나 말하는 순간에 민망해질까 봐
- 일단 한 번은 기회를 주고 지켜보겠다는 심리
- 말하기 귀찮아서
- 서비스 선택의 폭이 넓기 때문에

# 데이터가 없는 것과 있는 것의 차이

고객 경험 **데이터**가 없다면...

우리 제품/서비스에 불만족스러운 고객은 6%이니  
94%의 고객이 만족하고 있군! 이대로 계속 하면 되겠어!

고객 경험 **데이터**가 있다면...

직접 불만을 제시하는 고객은 6%이나 고객 경험 데이터를 보니  
모든 고객이 불만족하고 있군! 이대로 계속 하면 안 되겠어!

→ 고객은 본인의 경험에 대해 모든 것을 솔직하게 말해주지 않는다.

그렇다면 어떻게 고객의 경험을 알고 혁신할 수 있나? 그 정답은 '**데이터**'에 있다.

# 핵심 데이터

## 내부 데이터

- 제품 개발 데이터
- 제품 생산 데이터
- 고객 제품 구매 데이터
- 고객 제품 사용 데이터
- 고객 서비스 데이터

...

## 외부 데이터

- 공공 데이터(날씨, 인구 등)
- 블로그, SNS(제품/서비스 평가 등)
- 트렌드 분석
- 이종 산업/서비스 분석
- 각종 뉴스, 언론매체

...

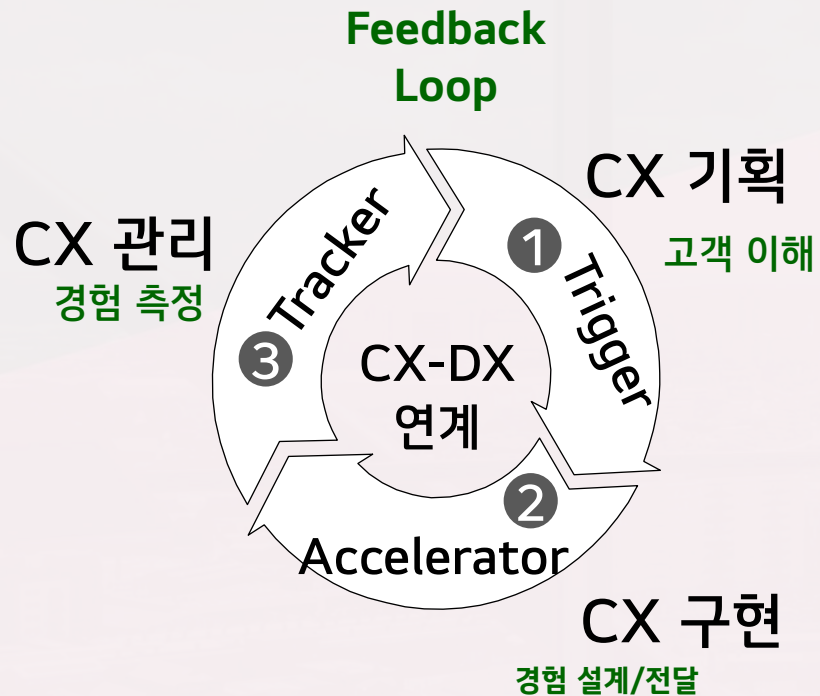


# 1. LG전자 비전 달성 위한 중장기 전략

LG전자 비전 '**스마트 라이프 솔루션 기업**' 으로 도약을 위해 집중해야 할 전략 방향

- 1 포트폴리오 고도화
- 2 DX를 통한 경영 성과 창출
- 3 미래 준비 역량 강화

## 2. LG전자의 DX Digital Transformation



### ① Data 기반 고객을 더 깊이 이해하고 Insight 발굴

[예시] - (내부)기기 사용 Data, VoC 분석

- (외부)제휴 Data 및 트렌드 / BP 분석
- 페르소나 기반 Data 분석

### ② Digital 기술 기반 CX 구현에 필요한 솔루션 제공

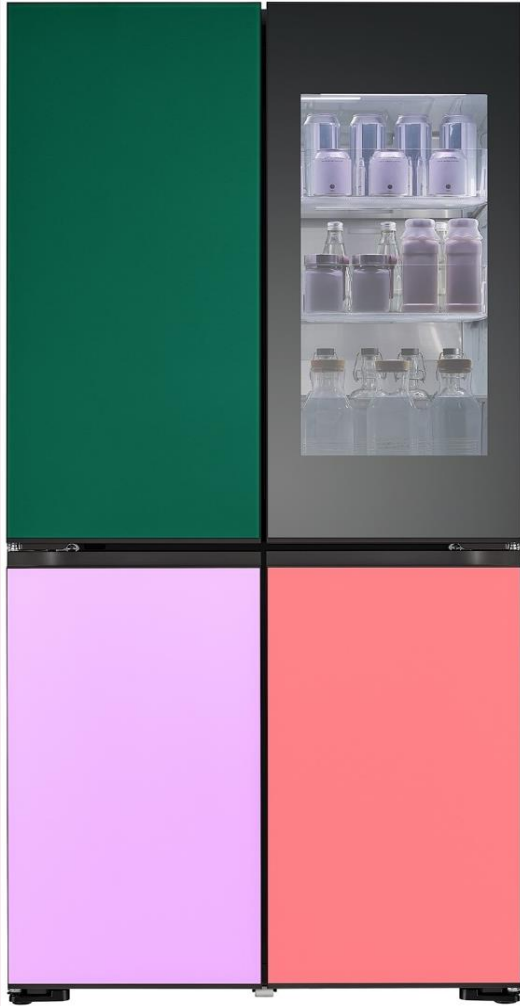
- Digital 기술을 통하여 고객 경험 구현
- Data 분석 로직 / 시스템 개발

### ③ Data기반 고개경험 전달 모니터링

- Data 수집 항목 및 방안 수립 구축
- CX 및 성과 관리

(고객경험관리 및 고도화를 위한 Data 분석/모니터링)

### 3. DX 기반의 새로운 고객경험 (새로운 시도)



무드업 냉장고



슈케이스



틱운 · 틱운 미니



맥주 제조기

### 3. DX 기반의 새로운 고객경험 (UP가전)

당신에게 맞춰 계속 더 좋아지는 가전 | LG UP가전





### 3. DX 기반의 새로운 고객경험 (UP가전)



냉장고 내 조명 밝기 정도를 조절해 보세요.  
한밤중에는 눈부심을 줄여 사용할 수 있어요.

LG 디오스 얼음정수기냉장고 오브제컬렉션 - 야간 눈부심 방지(내부)

반려동물 전용 세탁, 건조에 최적화된 코스를 다운로드해  
펫 전용 세탁기와 건조기로 바꿔보세요.



LG 트롬 세탁기/건조기 오브제컬렉션 - 펫케어 코스

계절과 이벤트를 따라  
배경화면이나 종료음을 바꿔보세요.



LG 트롬 세탁기/건조기 오브제컬렉션 - LCD 배경 테마 바꾸기 & 알림 멜로디 설정

LG 디오스 식기세척기 - 알림 멜로디 설정

### 3. VOC 데이터 기반 CX을 이끌어낸 사례

식기세척기 고객의 사용 빈도 높은 코스는 '00' 코스

☞ 많이 사용하는 코스, 가치가 증명된 코스를 메인 버튼으로 반영 → 쉽게 사용

오븐 조리 시 상태 확인을 위해 평균 00회 문을 열어 봄

☞ '노크온' 기능을 개발/적용하여 조리 중 내부 조리상태 확인



1) 식기세척기 통살균 기능



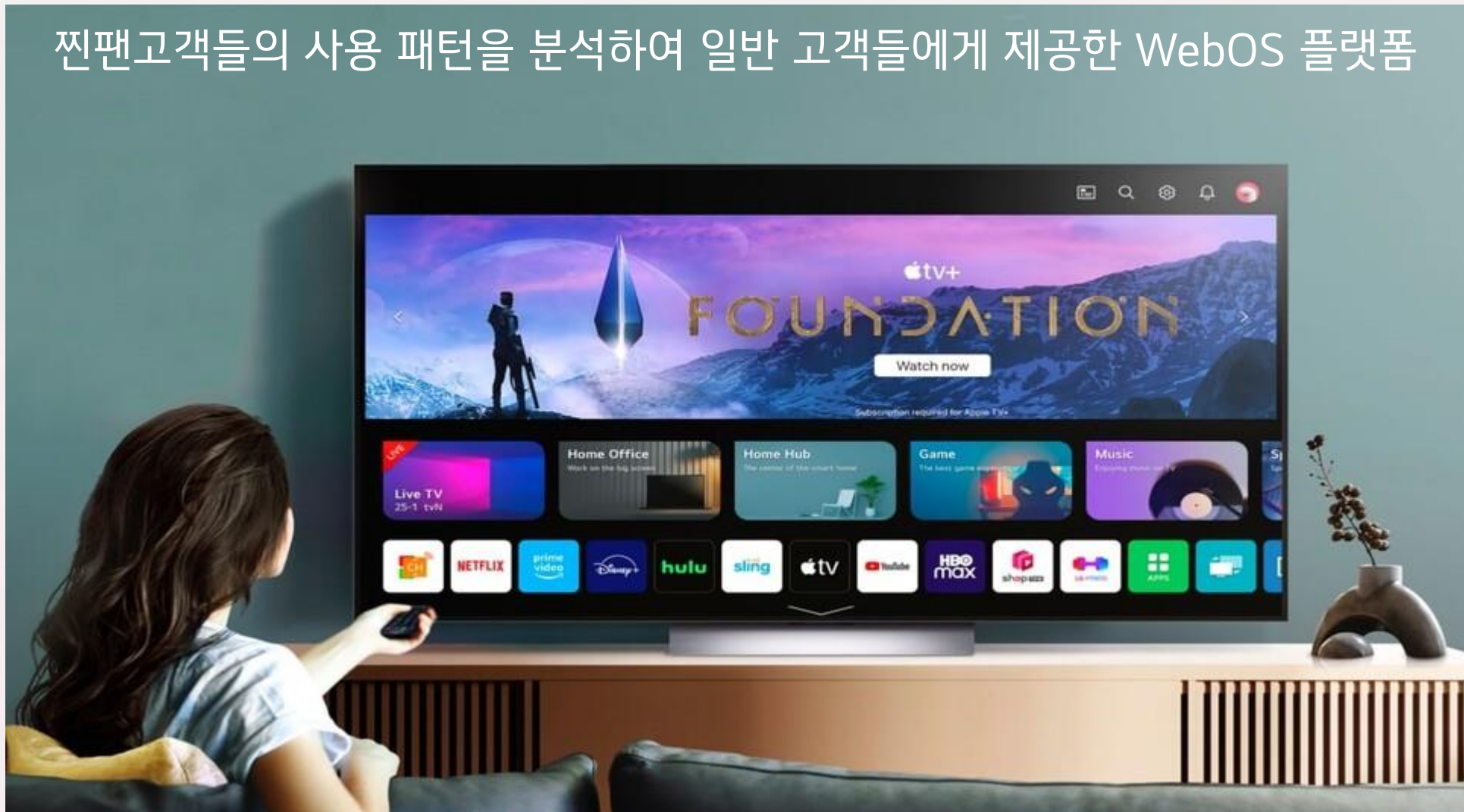
2) 인스타 뷰 오븐



3) 스타일러 주름/구김완화 기능

### 3. 사용데이터 기반 CX을 이끌어낸 사례

찐팬고객들의 사용 패턴을 분석하여 일반 고객들에게 제공한 WebOS 플랫폼





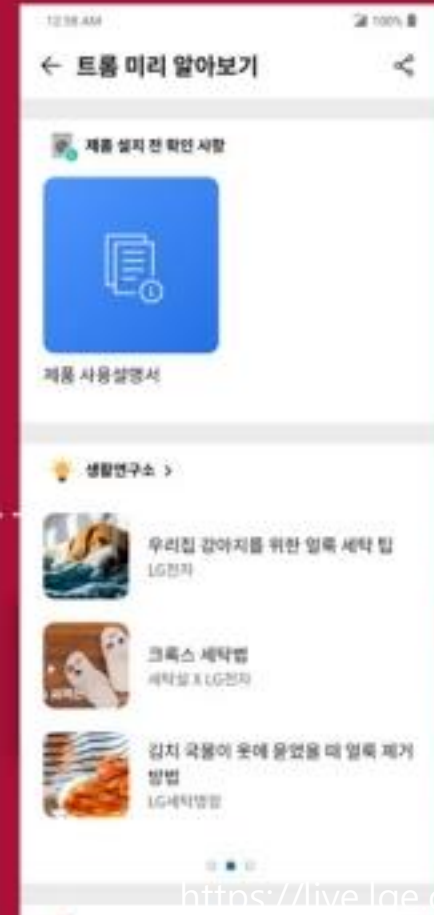
### 3. 생성형 AI 기반 빅데이터 분석서비스



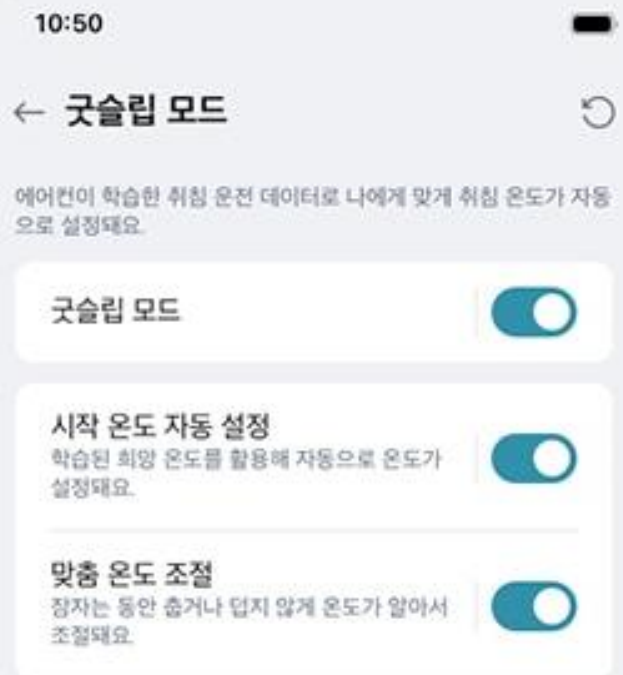


# 사례1. “LG 씽큐 앱에서 배송현황 확인하고 클릭 한번으로 제품연동까지” 고객경험 여정 챙기는『LG 씽큐』

## ThinQ 앱에서 배송 현황 확인하고 클릭 한번으로 제품 연동까지



## 사례2. [에어컨] 소중한 단잠을 지켜주는 '굿슬립 모드', '롱숙면 모드'



평소 내가 사용하던 에어컨 운전 데이터를 분석해, 취침 시 냉방 온도를 스스로 조절합니다.  
한여름에도 오래 숙면할 수 있도록 취침모드가 종료되는 시간을 최대 12시간으로 늘렸습니다.  
평일에도, 주말에도 나에게 맞게 운전 시간을 설정할 수 있습니다.

### 사례3. 접수부터 방문까지 1시간 컷...! 경이로운 속도의 서비스, LG전자





## 사례4. LG전자, AI로 상업용 시스템 에어컨 고장 미리 잡는다





## 사례5. [정수기] 맞춤 출수 + 음성인식

맞춤 출수

**자주 쓰는 용량과 온도는  
버튼 하나로 편리하게**

내가 자주 쓰는 용량과 온도를 조합해 저장할 수 있어요.  
좋아하는 차를 마시고, 요리를 할 때 버튼 하나만  
누르면 되니까 더욱 편리해요.



정수기 온라인 고객 의견 중 00%  
는 기본 제공 출수량에 대한 불편  
느낌

☎ 250ml 출수량 버튼 추가 →  
ThinQ 앱 통해 자유롭게 출수량  
설정

## 4. 데이터 기업으로의 변화 사례

### 【 창원 LG 스마트파크(냉장고) 】



#### Top 5 Use Case

1. Digitally-enabled end to end 공장물류 자동화(입체 물류)
2. 공장 물류 디지털 트윈(설비, 부품 이동, 재고 상황 등)
3. 설비 예지 보전(Advanced analytics)
4. AI 플랫폼 기반 검사 자동화
5. Intelligent Automation(혼류 생산)

### 【 미국 테네시 법인(세탁기·건조기) 】



1. 166대 AGV 활용 무인 물류 시스템
2. 자공정 완결형 자동화(Cognitive Automation)
3. 지능형 사출 시스템(i-mold)
4. 제품 설계 자동화
5. 가상 성능 / 품질 검증(Virtual Product Development)

포스코, LS산전에 이어 국내업체 세 번째로 등대공장 등재→이듬해 해외 공장까지 인증

등대공장 : 사물인터넷, 로봇, 인공지능 등 4차 산업혁명의 핵심기술을 도입하여 제조업의 혁신을 이끄는 공장을 의미(세계경제포럼에서 연 2회 선정)

데이터로 일하는 리더!

‘디지털 세상의 규칙과 성격’을  
이해해야 합니다

모든 것을 데이터로 실행하는

새로운 ‘능력’을 가져야 합니다!



여러분의 새로운 시작을 응원합니다!

데이터로 일하는 보즈니 지터

Thank you for listening

# Q & A



2024년 K-Digital Training  
디지털 선도기업 아카데미

