

학습자료 [CS블랙홀, 블랙 컨슈머에 대비하라]

■ 1차시 - 블랙 컨슈머란 무엇인가

* 블랙 컨슈머가 발생하는 사회적 변화

- SNS의 발달
- 소비자 권리의 과도한 행사
- 인터넷 발달로 제품 정보에 접근 용이

*블랙 컨슈머의 특징

- 증거 수집이 곤란한 경우를 이용한다.
- 행동에 범죄의 소지가 포함될 수 있다.
- 정해진 소비자 피해구제절차를 무시한다.

*블랙 컨슈머가 일으키는 피해

- 제품 가격이 상승한다.
- 블랙 컨슈머 문제 해결에 사회적 비용이 든다.
- 기업의 활동이 위축된다.

*블랙 컨슈머 사례

- 빵에 지령이를 일부러 넣고 신고를 하여 보상금을 받음
- 호텔 지하주차장에서 룸서비스를 시키는 고객
- 백화점에서 매장 직원이 불친절하다는 이유로 항의한 후 무료 쿠폰을 요구함

*불만고객

- 소비자의 분류에서 구매 당시의 기대와 다른 성능 때문에 민원을 제기하지만 빠른 해결 시 다시 만족하는 고객층

■ 2차시 - 블랙 컨슈머 발생원인

*블랙 컨슈머의 발생원인

- 경기침체로 인한 생계형 범죄 증가
- 기업의 이미지 중시 경향
- 소비자의 과도한 권리의식

*블랙 컨슈머가 식품업계에 주로 집중되는 이유

- 유통 중인 식품의 관리가 어렵기 때문이다.

*기업이 소비자 문제 행동을 유발하는 요인

- 미숙한 대응
- 제품이나 서비스의 부실
- 부정확한 정보 제공

*기업이 이미지를 중시하게 된 이유

- 부정적인 이미지는 매출감소로 이어짐
- 마케팅의 효과

- 소셜미디어의 영향

***소비자분쟁해결기준**

- 공정거래위원회에서 고시하여, 소비자와 기업 사이에서 분쟁이 발생하였을 때 이를 조정하고 해결의 기준으로 삼기 위해 만든 것

■ 3차시 - 블랙 컨슈머의 위험성-감정노동 스트레스

***감정노동**

- 친절을 요하는 서비스직군에서 발휘되는 노동

***감정노동이 특히 서비스업에 중요한 이유**

- 제품 신뢰도가 향상되는 효과
- 고객을 안심시키는 효과
- 매출과 직결되므로

***감정노동 스트레스가 유발하는 정서적 반응**

- 우울
- 고립감
- 경직성

***소진**

- 감정노동 스트레스가 지속되어 피로해지는 현상

***감정의 불일치**

- 감정노동이 스트레스를 유발하는 원인

■ 4차시 - 블랙 컨슈머 구별하는 법

***윤리적 소비**

- 소비의 도덕적 정당성에 대해 생각하기 시작하면서 환경을 생각하는 녹색소비, 슬로우 푸드, 공정무역과 같은 소비형태

***불매운동**

- 세계적인 분유회사 네슬레가 과도한 홍보로 착취에 가까운 공격적 마케팅을 펼쳤을 때 소비자들이 대응했던 방식

***전자제품이 고장 났을 때 바람직한 불만제기 방식**

- A/S에 연락한다.
- 방문 수리를 요청한다.
- 고장난 부분을 고칠 수 없을 때 교환을 요구한다.

***블랙 컨슈머**

- 환불기간이 지나도 환불 요청을 한다.
- 작은 하자에도 곧바로 항의하며 매장에 찾아 오는데 드는 시간, 차비 등을 따진다.
- 큰소리로 항의한다.

***공정무역**

- 소비자들의 윤리적 소비를 자극하기 위해 유럽에서 시작된 것으로 개발도상국에서 선진국으로 수출되는

물품을 생산하는 과정에서 노동착취가 없도록 적절한 비용을 지불하는 무역 방식은 무엇인가?

■ 5차시 - 블로그와 SNS를 악용하는 블랙 컨슈머

*SNS로 분류되는 서비스

- 트위터
- 페이스북
- 미투데이

*트위터

- 최근 TV뉴스 프로그램이나 TV토론에서 시청자들의 의견을 수렴하기 위해 주로 사용하는 서비스

*블라인드 처리

- 인터넷 게시판에 명예훼손의 가능성이 있는 글을 보았을 때 해당 사이트 운영자에게 그 글이 노출되지 않도록 요구하는 것

*강력한 전파력

- SNS를 블랙 컨슈머도 이용할 수 있는데, 강력한 전파력 때문에 악용의 소지가 있다.

*소셜 네트워크 (SNS)

- 새로운 문화트렌드로 실시간으로 고객의 반응을 살필 수 있다.
- 전파력이 강하며 비용이 거의 들지 않아 기업에서 마케팅 도구로 활용한다.
- 전면적 감시가 불가능하고, 블랙 컨슈머가 악용할 경우 기업에 위기를 가져올 수 있는 것

■ 6차시 - 위기관리 커뮤니케이션

*위기

- 위기는 위험과 기회의 결합이다.
- 위험이지만 기회로 삼아 성과로 발전시켜야 한다.

*위기인지 호기인지 파악하는데 필요한 것

- 통찰력
- 관찰력
- 분석력

*위기관리 대응 매뉴얼 작성

- 위기의 정의
- 정보 수집
- 상황별 대응방법
- 피드백

*위기관리 커뮤니케이션

- 위기 상황에서 기업 내부의 정보를 수집하여 조직을 강화하고 대외적으로 적절히 기업의 상황을 알려 위기를 극복하려는 일련의 과정

*존슨앤존슨의 타이레놀 사건

- 위기관리 커뮤니케이션이 잘 가동된 것을 알 수 있다.
- 소비자의 신뢰 회복을 위한 일이다.

■ 7차시 - 고객 불만 발생 예측

*범죄심리학

- 깨진 유리창 이론이 처음으로 만들어진 분야

*깨진 유리창을 발견하기 위해 필요한 역량

- 분석력
- 관찰력
- 통찰력

*산업재해

- 하인리히 법칙을 발견하게 된 분야

*하인리히 법칙을 일반적으로 표현하는 수치

- 1:29:300
- 1개의 중대 사고에는 29개의 경미한 사고와 300개의 징후가 있다는 법칙이 하인리히 법칙이다. 그러므로 이를 1:29:300이라고도 부른다.

*하인리히 법칙

- 위험 발생 빈도를 통계적으로 나타낸 통계법칙으로 중대한 사건 뒤에는 그와 관련된 작은 사건들이 존재함을 의미하는 법칙

■ 8차시 - 블랙 컨슈머 대응 매뉴얼 작성법

*브레인스토밍법

- 악성고객이 일으키는 문제 또는 문제가 발생할 소지를 사전에 발견하고자 할 때 사용하는 아이디어 도출 방법으로 문제가 될 수 있는 부분을 모두 쏟아내어 기록하는 것

*고객불만 사항인 클레임을 분석할 때 고려하는 것

- 중요도
- 불만사항 수집
- 불만 유형 분류

*고객 보고

- 고객 불만사항 처리과정에서 가장 마지막에 하는 것

*고객 불만사항 해결 시 기준

- 소비자 분쟁해결 기준

*피드백

- 대응 매뉴얼 작성 후 실제 현장에서 활용하면서 지속적으로 유지 보완하는 작업

■ 9차시 - 기업의 문제해결 역량강화

*고객 담당자의 불만 대응 전략

- 까다로운 민원이 발생했을 경우 초기대응에 유의한다.
- 담당자는 전체상황을 파악해야 한다.
- 고객의 불만 사항을 빠르게 이해해야 한다.

***문제해결능력**

- 고객담당자가 악성고객이 일으키는 문제에 대처하기 위해 필요한 것 중에서 가장 기본

***이해와 설득**

- 불만고객을 응대하는 과정

***과다 보상과 같은 적극적인 고객불만 해소 방법이 기업에게 주는 단점**

- 기업의 비용 손실 및 유사 사례 증가

***고객불만 대응 매뉴얼**

- 고객불만에 대응하기 위해 필요한 것으로서 직원들의 응대요령, 대처방법 등을 기재한 것

■ 10차시 - 블랙 컨슈머의 법적 대응 사례

***약관규제에 관한 법률**

- 약관을 사용하여 계약하는 경우, 중요한 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명해야 한다.
- 이를 위반한 때에는 해당 약관을 계약의 내용으로 주장할 수 없다.

***제조물책임법상 결함**

- 설계상 결함
- 제조상 결함
- 표시상 결함

***입증책임의 완화**

- 일반적으로 주장하는 자에게 입증책임이 있는데, 입증이 어려운 경우 제조물책임법과 같이 입증책임이 완화되는 경우가 있다.

***징벌적 손해배상제**

- 미국의 경우 위법 부당한 자에게 손해배상을 하는 경우 고액의 손해배상을 인정하고 있다.
- 우리나라에서도 이 제도를 도입하려는 움직임이 있다.

***표시상의 결함**

- 제조물책임법상 결함 중 제품사용이나 안전에 대한 설명, 표시가 안 되어 이로 인한 사고가 주로 발생하고 있다. 이러한 결함을 이르는 말.

■ 11차시 - 민사적 대응과 민사소송 절차

***민법 제750조에 해당하는 불법행위에 의한 손해배상이 발생할 수 있는 요건**

- 고의
- 위법행위
- 타인의 손해발생

***과실상계**

- 채무불이행 또는 불법행위에 대해 손해배상의 금액을 산정할 때, 과실이 있는 경우 이를 참작하여 손해배상 액수를 정하는 것

***문서제출명령**

- 어느 문서를 서증으로 제출하고자 하나 이를 상대방 또는 제3자가 소지하고 있기 때문에 직접 제출할

수 없는 경우 그 문서를 재판에서 제출할 수 있는 방법

***지급명령신청**

- 간이소송 절차 중에서 유가증권 등의 일정 수량 지급을 목적으로 하는 청구에 대해 채무자를 심문하지 않고 법원에서 직접 채무자에게 지급하도록 하는 신청

***민사조정절차**

- 민사분쟁이 발생한 경우 당사자들 쌍방의 합의로 분쟁을 할 수 있는 절차

■ 12차시 - 형사적 대응

*** 폭행죄에 해당하는 행위**

- 직원에게 침을 뱉는 행위
- 사람에게 몽둥이를 휘두르는 행위
- 옷을 잡아 당기는 행위

***협박죄가 성립하려면 해악의 고지가 있어야 한다.**

- 형사고소를 하겠다고 계속 말함
- 신문에 비리를 공개를 하겠다고 말함
- 세무조사를 받게 하겠다고 말함

***명예훼손죄에 해당하는 행위**

- 사실을 공연히 유포
- 오로지 공공의 이익을 위해 허위사실을 공연히 알림
- 허위 사실을 공연히 유포

***모욕죄**

- ‘야 이 X같은 XX야’ 같은 욕은 모욕죄에 해당될 수 있다.

***반의사불벌죄**

- 고소인의 의사에 반하여 처벌하지 않는 죄
- ex) 블랙컨슈머의 행동이 명예훼손죄에 해당하여 고소를 하였다. 그런데 수사가 진행되는 도중에 블랙컨슈머가 반성을 하고 사정이 딱하여 처벌하지 않기로 했다. 경찰에 블랙컨슈머의 처벌을 원하지 않는다는 서면을 제출하여 처벌을 면하게 해주었다.

■ 13차시 - 형사소송 절차

***고발**

- 고소권자가 아닌 사람이 수사기관에 범죄 사실을 신고하여 처벌을 구하는 것

***불기소처분에 해당하는것**

- 무혐의
- 공소권 없음
- 기소유예

***고소장에 기재할 필요적 기재사항**

- 고소인과 피고소인의 인적사항
- 피고소인에 대한 처벌의사
- 범죄사실과 죄명

***대질조사**

- 블랙컨슈머와 고소인의 진술 상호간에 서로 모순되는 점이 있어서 어느 말이 진실인지 판단이 곤란할 경우 수사기관이 피고소인과 고소인을 함께 불러 진술이 엇갈리는지 조사하는 것

***수사**

- 경찰 또는 검찰이 고소, 고발에 따라 범죄의 혐의유무를 명백히 하고, 범인과 증거를 발견, 확보하는 것

■ 14차시 - 산업별 적용 : 식품, 제조업

***식품제조과정**

- 식품의 소비주기 중 이물질이 혼입될 가능성이 높은 단계

***자발적 리콜**

- 제품에 하자가 있어서 기업 스스로 하자를 치유하기 위한 조치

***보증기간(6개월) 이내에 정상적인 사용 상태에서 성능, 기능상의 하자가 발생한 경우 보상 기준**

- 수리가 불가능한 경우 구입가 환급
- 수리비 보상
- 무상수리

***블랙 컨슈머가 식품업계에 주로 등장하는 이유**

- 제조, 유통, 소비의 주체가 달라 누구의 잘못인지 판단이 어렵다.

***식품에서 별레가 나왔다며 무턱대고 소리를 지르며 보상금을 요구하고, 들어주지 않을 경우 인터넷에 짜악 퍼뜨리겠다고 협박하는 전화를 받을 경우 적절한 조치**

- 녹취 후 경찰에 신고

■ 15차시 - 산업별 적용 : 서비스, 백화점, 금융

***주유소 혼동 주유의 발생원인**

- 차량 주유구의 혼동
- 경유차량과 휘발유 차량의 혼동
- 운전자의 설명 누락

***보험사기가 발생하는 근본적인 원인**

- 발생원인에 대한 책임규명이 어려운 점을 노림

***은행, 증권사의 경우 상품 판매 시 고객들의 불만이 가장 많이 발생할 수 있는 사항**

- 상품 판매할 때 가장 문제가 되는 것은 설명불충분이다. 이로 인해 불완전 판매가 야기된다.

***불완전 판매**

- 펀드, 보험 등 금융상품 판매 시 주요 사항에 대해 고지 하여야 하는데 이를 누락한 경우

***체리피커**

- 상품이나 서비스를 구매하지 않고 사은품만 챙기거나 잇속만 차리는 암채고객

■ 16차시 - 산업별 적용 : 온라인 쇼핑몰, 병원

*전자상거래법의 단순변심으로 인한 청약 철회가 가능한 기간

- 전자상거래법에서 7일 이내는 단순변심으로 인한 반품도 가능하다.

*무고죄

- 허위로 수표 분실 신고를 하는 것처럼 고의로 거짓말을 하여 수사기관의 업무에 혼란을 주었을 경우 처벌 받을 수 있는 죄

*블랙컨슈머 문제를 해결하는 방법

- 소비자 분쟁해결기준에 의한 원칙적 보상

- 문제해결능력 강화로 대응

- 교환 또는 환불

*경찰청 사이버테러대응센터

- 온라인상의 명예훼손, 온라인 쇼핑물 사기 등을 당했을 때 고소하기 위한 신고가 가능한 공공기관

*기망행위

- 제품 포장지의 가공일자를 바꾸는 등 거래관계에서 지켜야 할 신의칙에 반하는 행위로서 착오를 일으키게 하는 행위