



# CRM 설명회

(Customer Relationship Management)

2000.11.3

한국 IBM CRM Consulting & Services  
Offering Manager H.D. Kang



## Contents

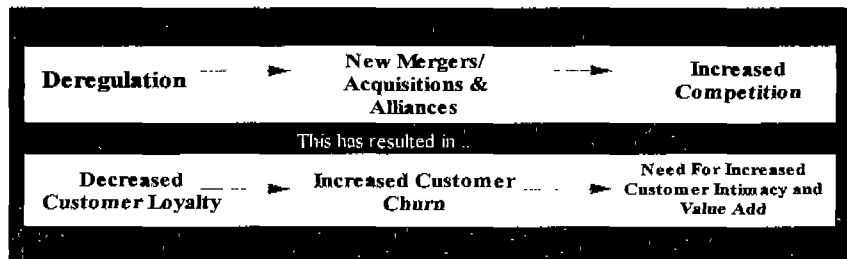
1. CRM 개요
2. IBM의 CRM BluePrint
3. CRM 프로젝트 구도
4. 국내 구축 사례

## 제 1 장. CRM 개요

- 1.1 CRM의 추진 배경
- 1.2 CRM의 정의
- 1.3 CRM의 구현

### 1.1 CRM의 추진 배경

Business Environment: Challenging Market



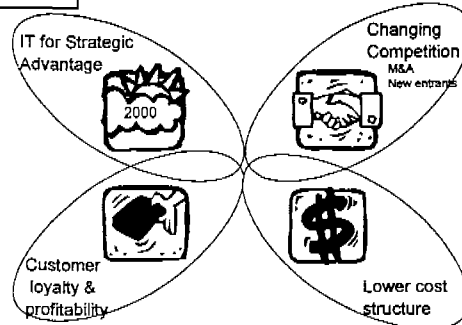
"Market power is shifting to the customer who has unprecedented powers of choice today"  
*The McKenna Group*

"Incumbent businesses today face 'life threatening' competition from new market entrants, category killers who use customer knowledge to provide new levels of customized service and value to their clients. Business survival will depend on how you prevent customer defections."  
*Mercer Management Consulting*

"We know you have choices....We know you can leave....If we didn't understand that, we would be stupid"  
*Crestar Bank Television Ad*

## 1.1 CRM의 추진 배경

### Senior Management's Challenge



### Business Pressures

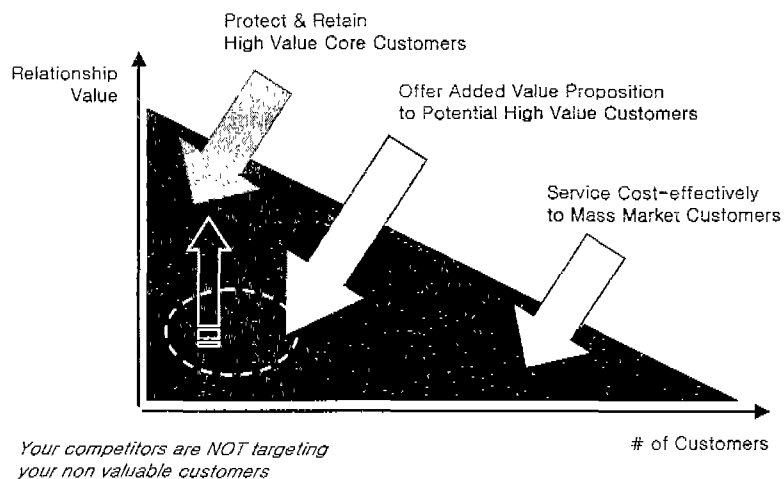
- Meeting customer expectations for services, access to information and immediate action
- Extended availability
- Cost pressures – focus on reduction of cost without diminishing overall service and matching cost of customer value
- Retaining and building customer base in competitive marketplace
- The need to know the customer, their relationship to the organization

5

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

## 1.2 CRM의 정의

### To Know Who's Who



5

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

## 1.2 CRM의 정의

### The Three Core Marketing Objectives

# “ WAR ”

Wallet Share Improvement  
*Increase Revenue in the existing customers*

Acquisition  
*New customers including win back*

Retention  
*Preventing customer attrition*



7

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

## 1.3 CRM의 구현

### CRM Study of 50 Early Adopters

- ✓ Create a single view of the customer
- ✓ Consists of a set of tools & technologies
- ✓ Provides a consistent face for the company across points of interaction
- ✓ Involves pushing customer data to employee on the front line
- ✓ Represents a shift from product-centric to customer-centric organization



8

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

## 1.3 CRM의 구현

CRM...

- ✓ NOT a NEW one
  - ➔ Change of View ('Relationship')
  - ➔ Technology-enabled
- ✓ From Where to Where?
  - ➔ Clarify Objectives of Your Own
  - ➔ Communicate everyone to get '*Focused*'
- ✓ Integration? Coordination? Collaboration?
  - ➔ Seamless / Consistency
- ✓ Start simple – get early payback

9

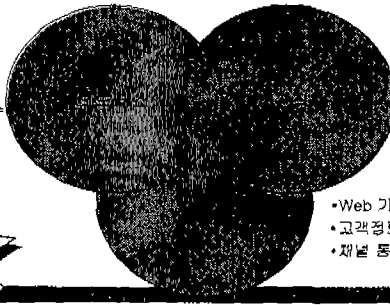
Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

## 제 2 장 IBM의 CRM 설계 사상

## 2. IBM의 CRM 설계 사상

성공적인 CRM 전략은 프로세스, 조직, I/T를 함께 고려하여 고객서비스레벨이 향상됩니다.

- 고객점인 통합 프로세스 설계
- 채널통합 프로세스 설계
- 점점체널의 이전 부서업무 흡수



- 조직 통합 및 신규 조직 생성
- 전문인력 양성
- 새로운 기술에 대한 교육

- Web 기반의 통합상당 적용업무 개발
- 고객정보 DB구현으로 CRM기반 조성
- 채널 통합, 영업점 지원의 인프라 구축

Customer Service Level

효율적인 조직 운용과 Customer Service Level의 조화는 CRM의 기본 성공 요소이다!!

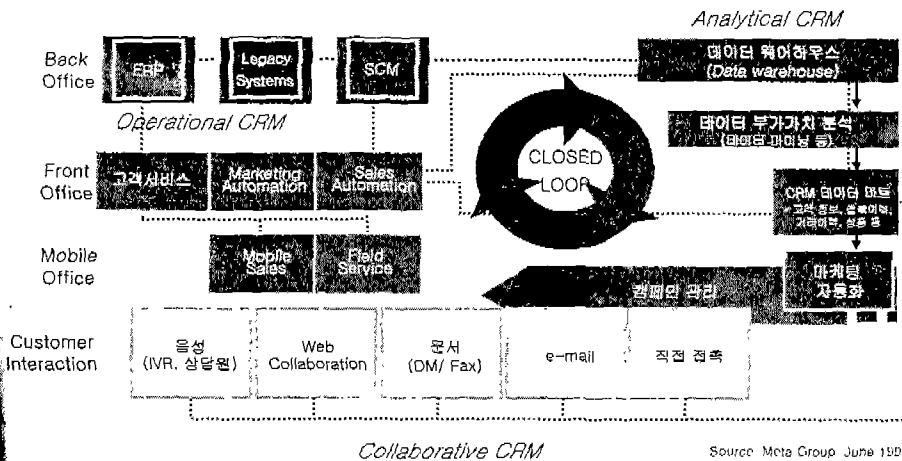


11

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

## 2. IBM의 CRM 설계 사상

CRM 전략 구현을 위한 3대 구성요소 중의 하나인 I/T Infra를 구축하기 위해서는 다음과 같은 3개의 CRM 분야를 고려되어야 하며, 이들의 유기적인 연계가 이루어져야 만이 CRM의 구현이 가능합니다.

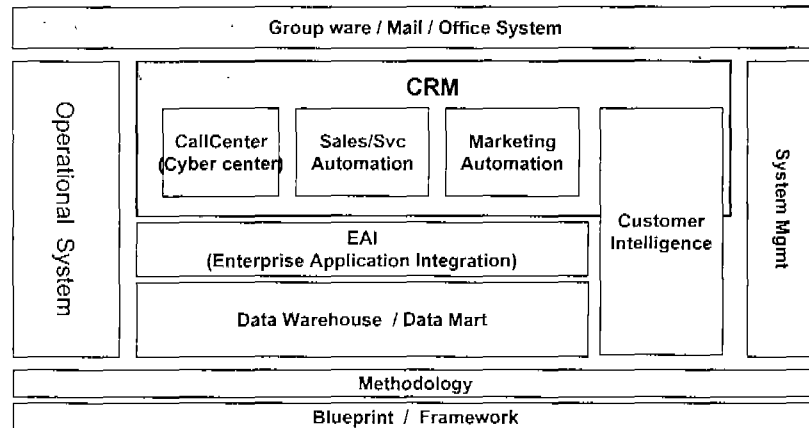


12

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

## 2. IBM의 CRM 설계 사상

CRM Solution 요소들은 시스템 아키텍처상에서 논리적으로 다음과 같은 위치에서 상호 연동합니다



IBM

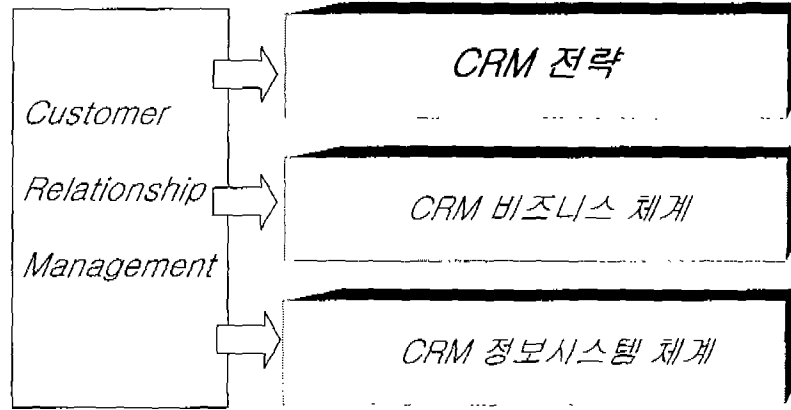
13

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

## 제 3 장 CRM 프로젝트 구도

- 3.1 CRM 전략 프로젝트 구도
- 3.2 CRM 비즈니스 체계
- 3.3 CRM 정보시스템 체계

### 3. CRM 프로젝트의 구조

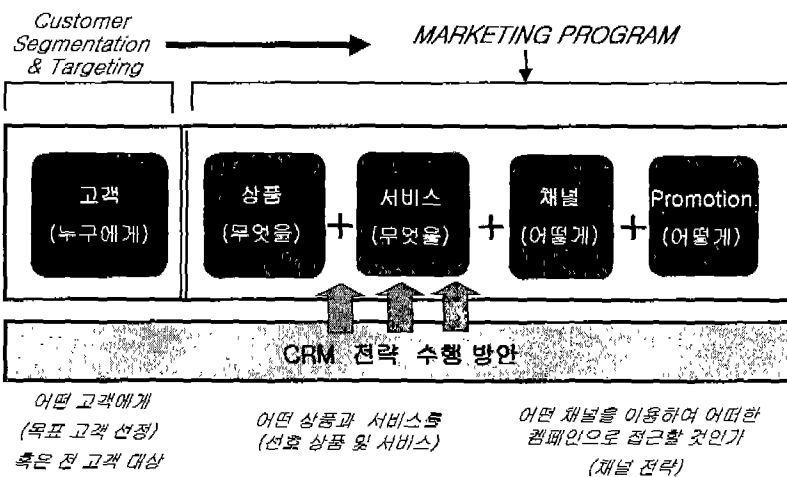


15

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구조

#### CRM 전략

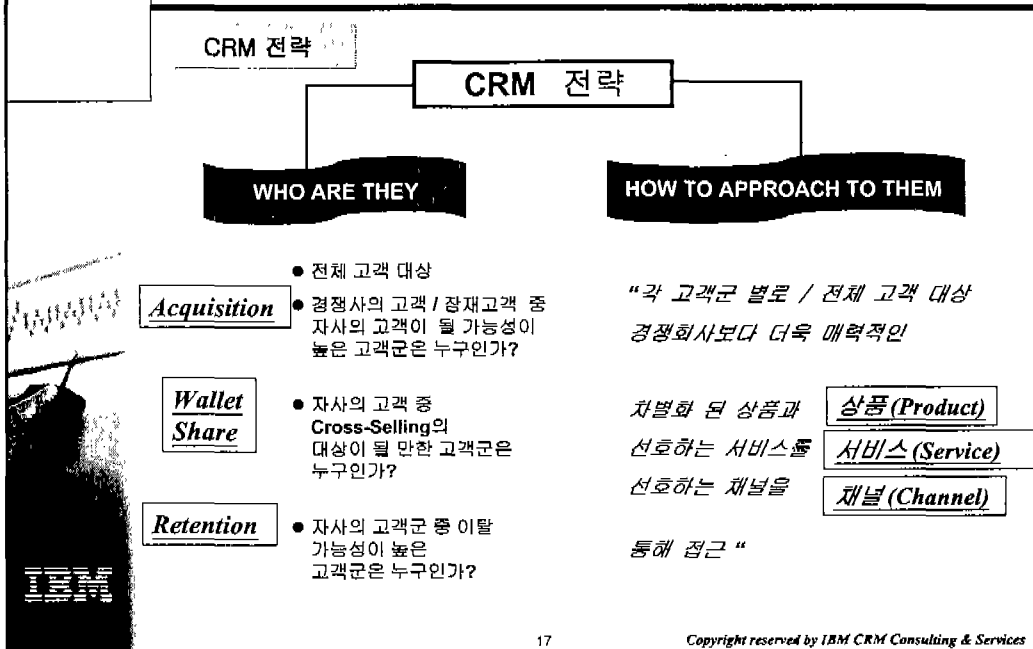


16

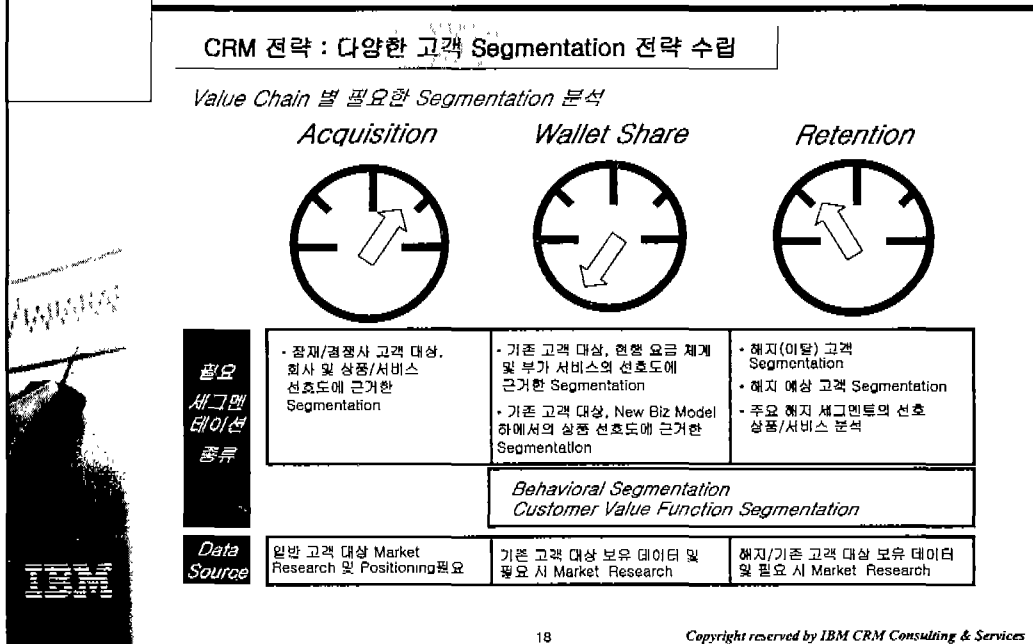
Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services



### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구도



### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구도

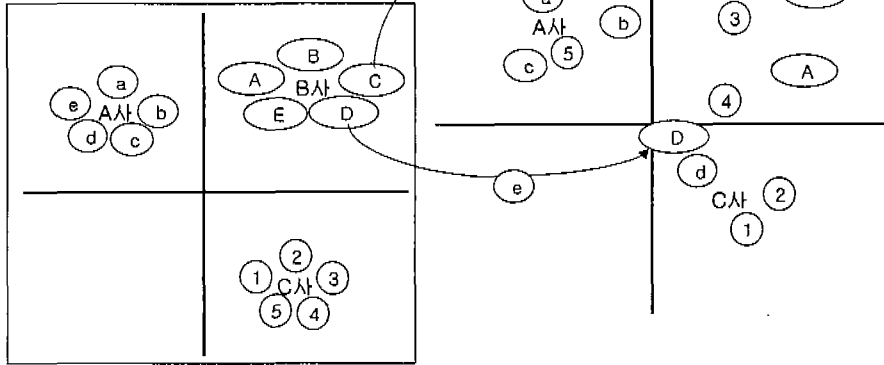


### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구조

CRM 전략

고객의 선호도에 근거한 각 사의 위치

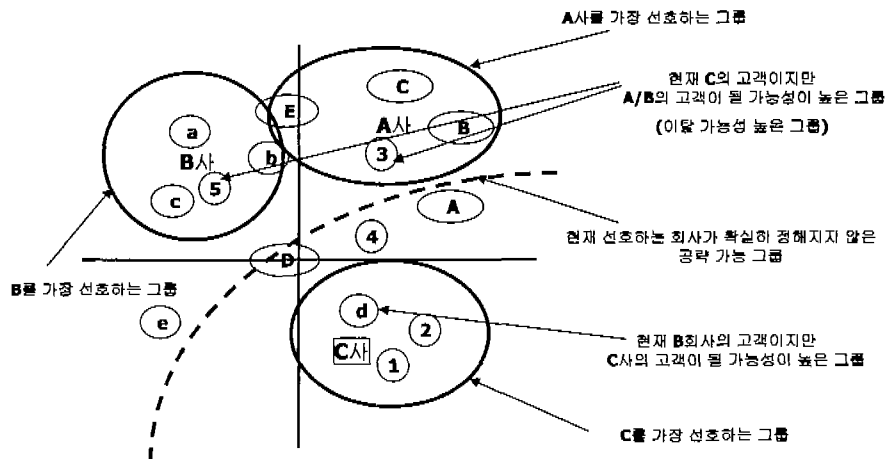
현재 각 회사의 고객 보유 현황



### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구조

CRM 전략

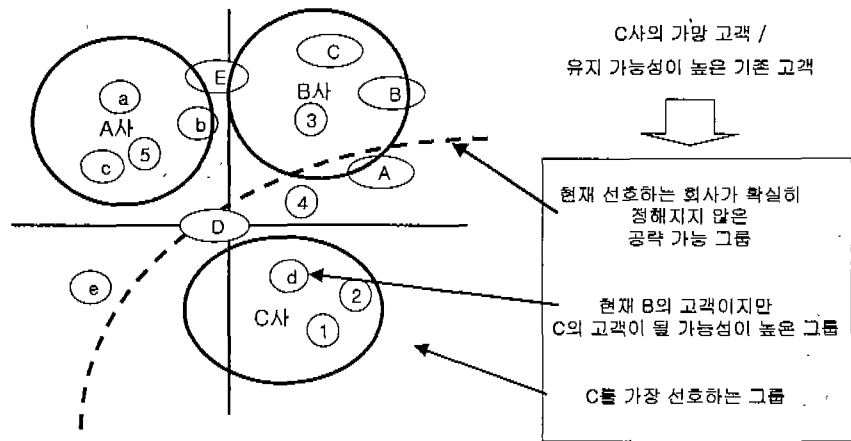
고객의 선호도에 근거한 각 회사의 위치



### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구도

#### CRM 전략

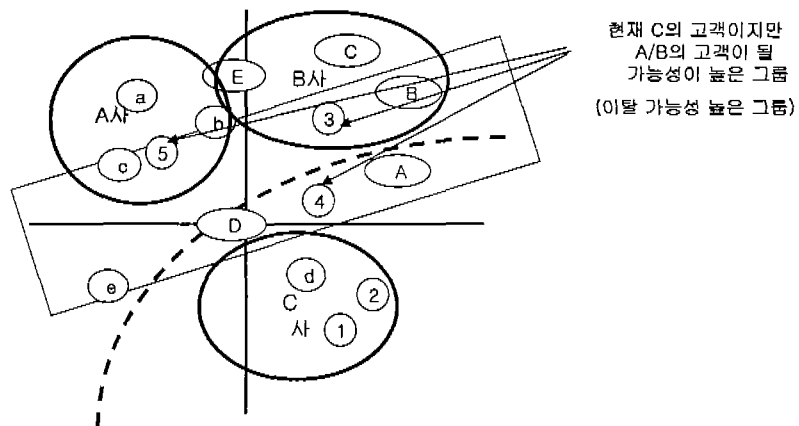
고객의 선호도에 근거한 각 회사의 위치



### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구도

#### CRM 전략

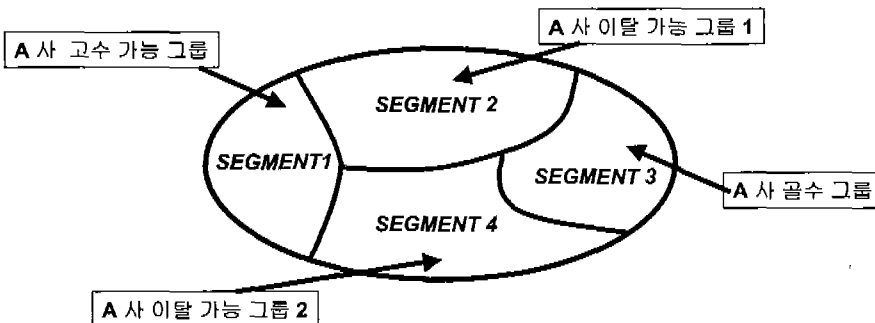
고객의 선호도에 근거한 각 회사의 위치



### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구조

#### CRM 전략 사례

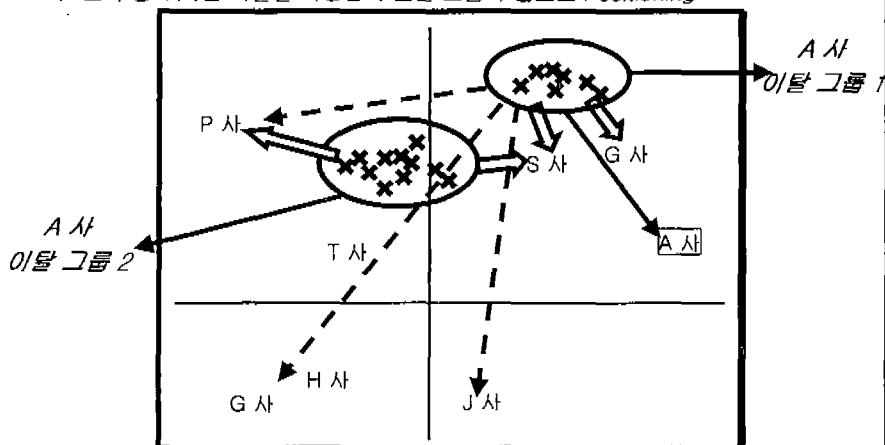
Cluster	1	2	3	신설1	신설2	4	5	6
1 (60)	6,572,221	7,150,000	7,766,671	5,894,444	5,886,111	7,583,333	8,450,000	5,400,000
2 (38)	2,000,000	2,868,842	4,526,321	1,868,842	2,026,321	5,052,632	6,578,955	1,763,116
3 (85)	4,164,711	5,105,688	7,117,655	4,023,353	4,270,649	6,635,299	7,705,688	2,364,711
4 (43)	4,116,238	5,348,884	5,348,884	4,581,140	4,511,633	7,232,566	7,930,233	6,581,140



### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구조

#### CRM 전략 사례

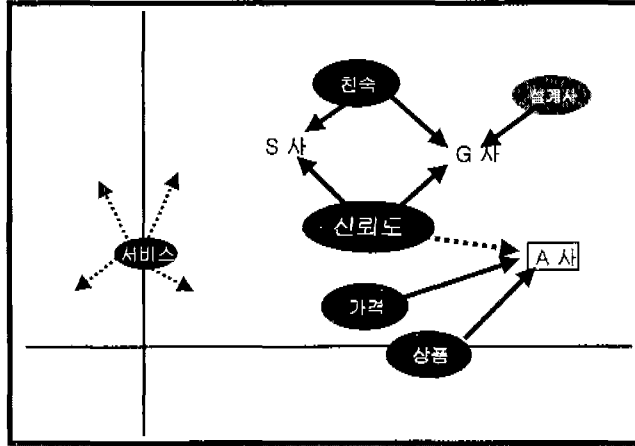
A 사 고객 중 A사를 이탈할 가능성이 높은 그룹의 선호도 Positioning



### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구도

#### CRM 전략 사례

A 사 이탈 그룹 1의 회사 선호 요인 Positioning



A 사 이탈 그룹 1

- S 사와 G 사에 대한 평가에서는 여전히 신뢰도 측면이 많이 고려되나 충보에 의한 친숙함이 많이 고려되고 있고 K 사의 경우 설계사도 많이 고려되고 있음
- 자사에 대한 평가에서는 가격 등 상품적 측면을 고려하고 있는바
- 이들의 이탈 방지에는 집중적 홍보를 통한 친숙 함 및 신뢰성의 배양과 함께 추후 추가 구매를 유도 할 경우, 상품적 측면을 활용해야 할 것임.

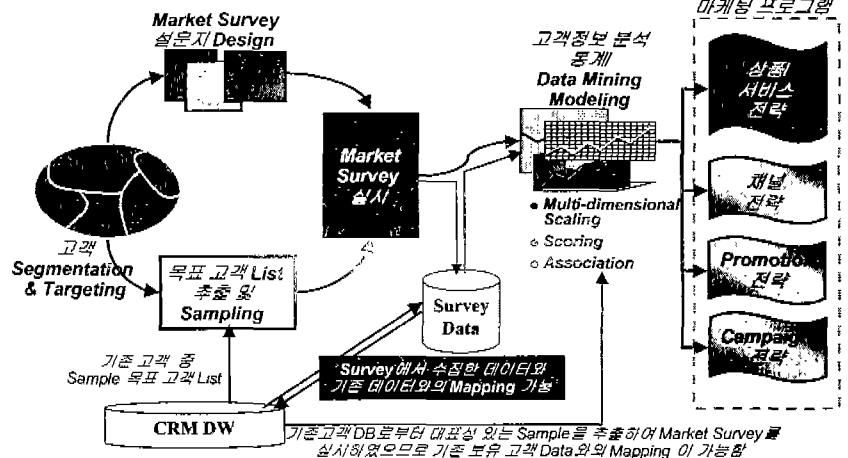
\* 위의 Positioning Map에서는 거리가 가까울 수록 선호도가 높음.



### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구도

#### CRM 전략 : 마케팅 프로그램 설계

#### 마케팅 프로그램 설계 흐름도



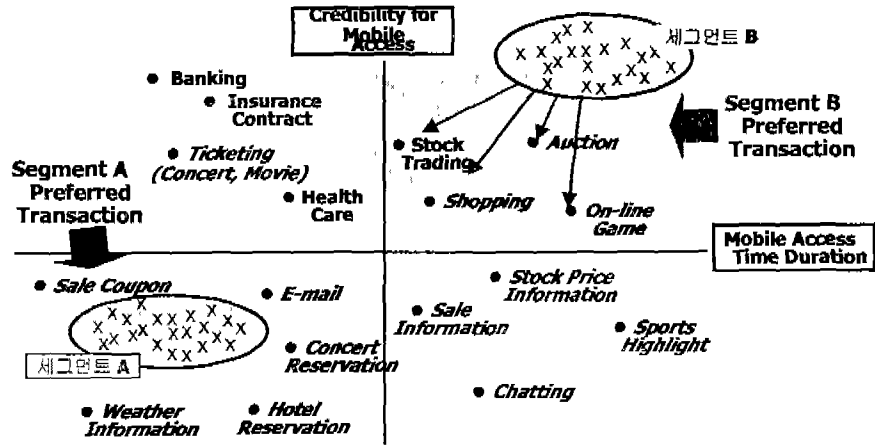
기존 고객 DB로부터 대표성 있는 Sample를 추출하여 Market Survey를 실시하였으므로 기존 보유 고객 Data와의 Mapping 이 가능함



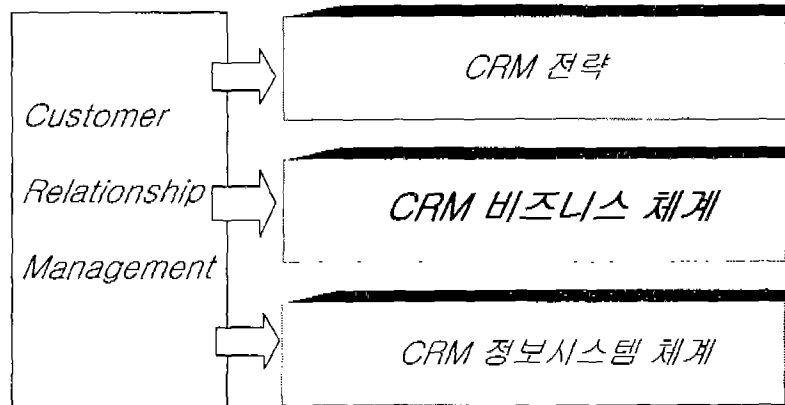
### 3.1 CRM 전략 프로젝트 구도

#### CRM 전략 사례

Telecom 고객의 향후 Business Model 하에서의 Positioning

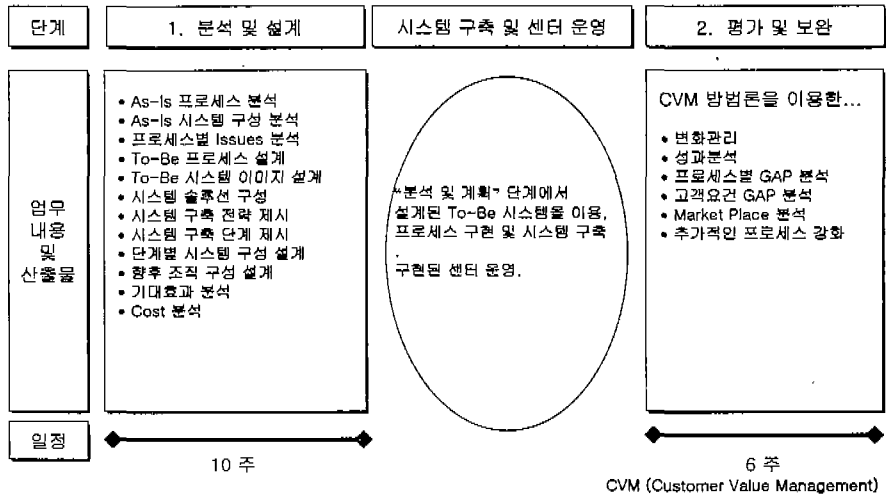


### 3. CRM 프로젝트의 구도



### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : 분석 및 설계

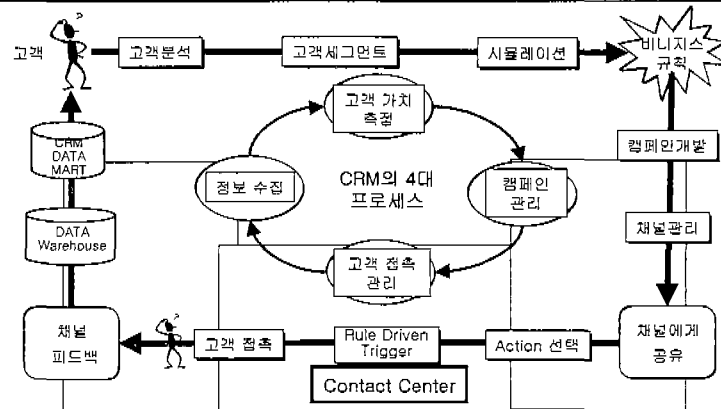
CPR Solution은 CRM 시스템 구축을 위한 프로세스/시스템 분석 및 설계와 시스템 구축 후 변화관리와 Gap 분석을 제공합니다. \*CPR (Customer Process Reengineering)



### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : 분석 및 설계

진정한 CRM은 IT가 아닌 비즈니스 Philosophy입니다. 그러므로 CRM을 구축하기 위해서 전사적인 차원의 'CPR (Customer Process Reengineering)'이 이루어져야 합니다.

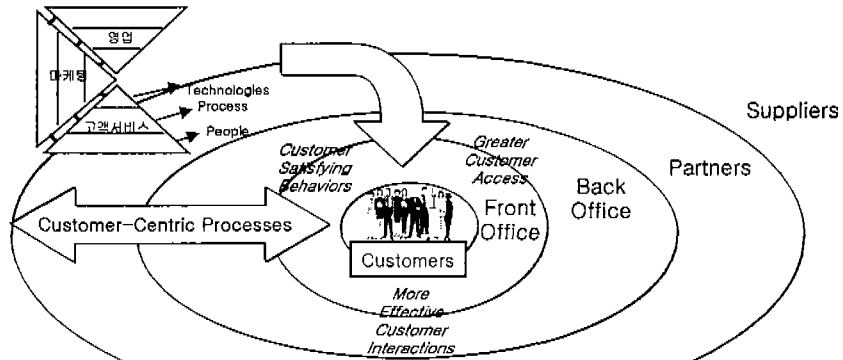
전사적인 프로세스 리엔지니어링을 수행하지 않으면, 2004년까지 CRM 프로젝트의 50%이하만이 원금을 회수 할 수 있을 것이다. (가능성 70%) - Gartner Group



### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : 분석 및 설계

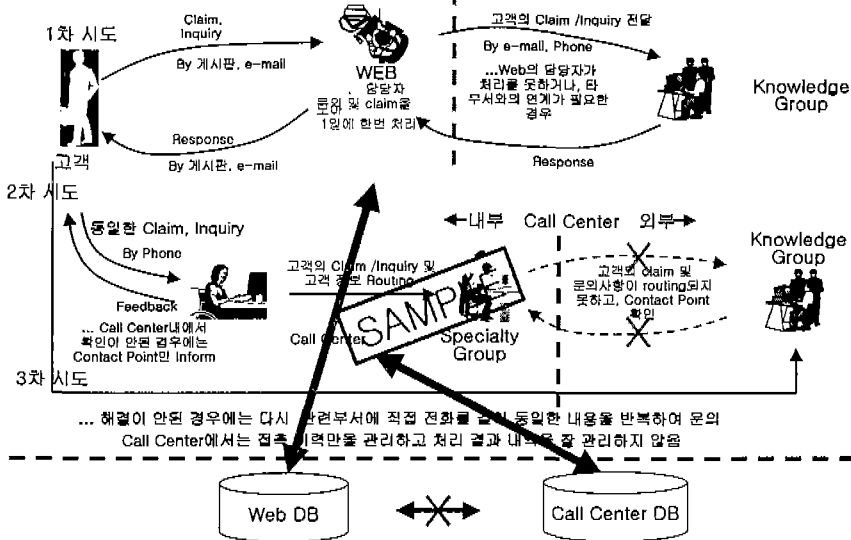
CPR (Customer Process Reengineering)은 전사적인 차원에서 더 나아가 외부조직까지 그 영역이 확장 되어야 합니다.

2005년까지 기업들의 CPR 적용 정도는 다음과 같을 것이다. : 20%전혀 수행 안함, 50% Front Office만 수행, 20% Back Office도 수행, 10% 공급자까지. (가능성80%)  
- Gartner Group



### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : Issue(1)

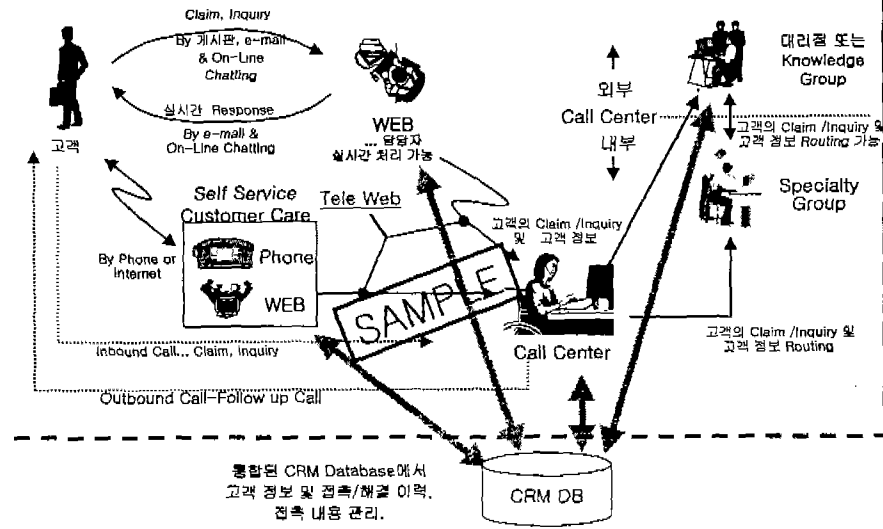
AS-IS : Channel 간의 Collaboration 필요





### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : Issue(1)

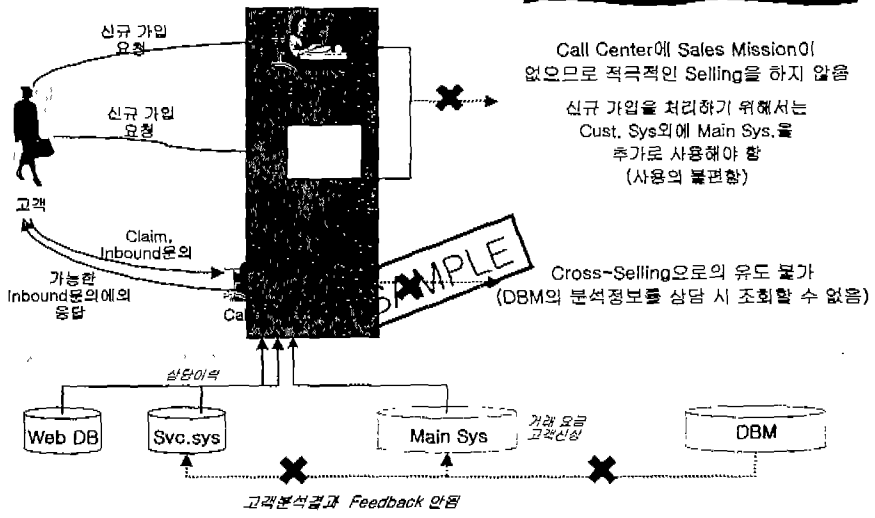
#### TO-BE : Channel 간의 Collaboration 필요



### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : Issue(2)

#### AS-IS : 내부 채널 Sales 기능 부족

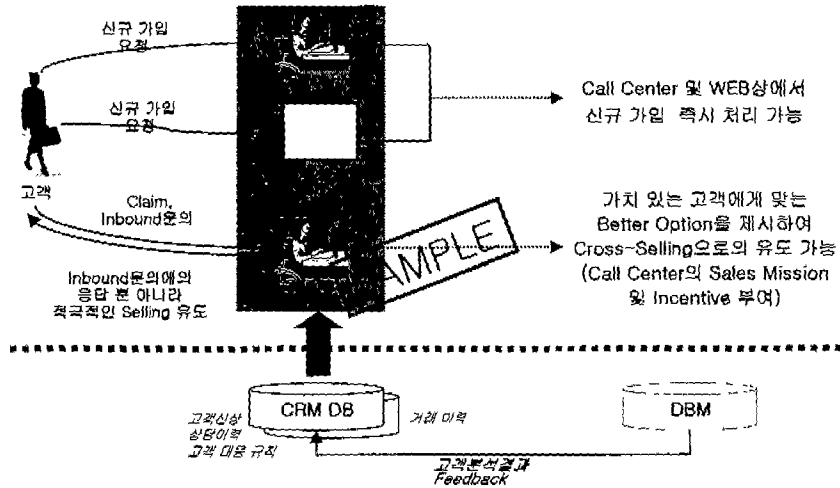
#### 현행 프로세스 (As-Is Process)



### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : Issue(2)

TO-BE : 내부 채널 Sales 기능 부족

향후 프로세스 (To-Be Process)

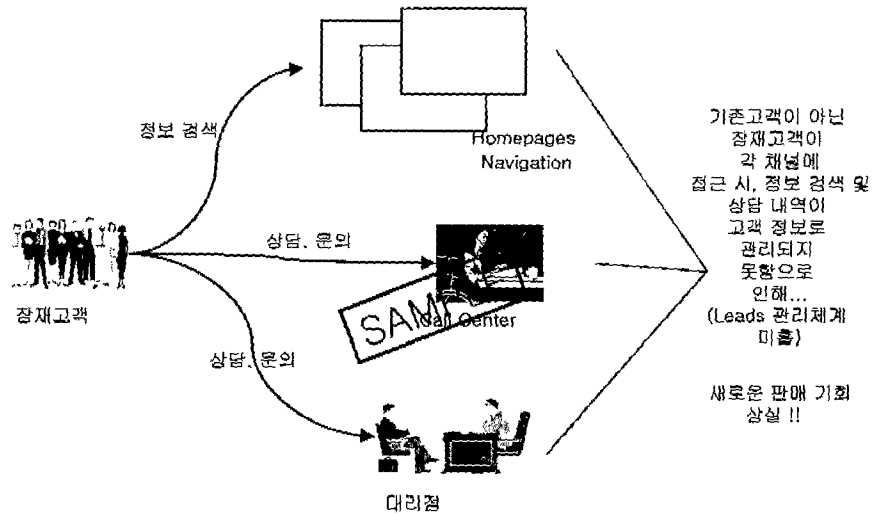


35

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : Issue(3)

AS-IS : Leads 관리 체계 미흡

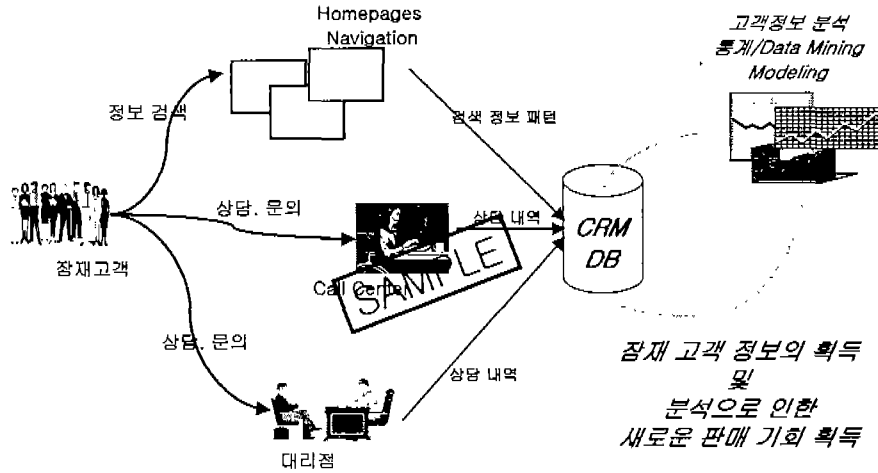


36

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : Issue(3)

#### TO-BE : Leads 관리 체계 미흡



37

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : 분석 및 설계

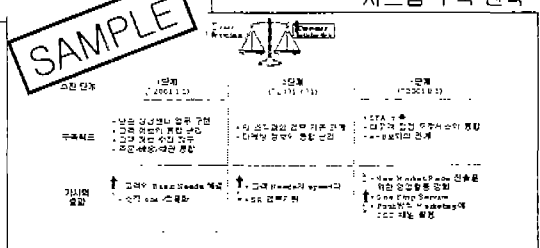
CRM은 현 프로세스 분석을 통해 구체적인 시스템 구축 전략을 제시하고 기대 효과를 예상할 수 있어야 합니다.

#### 기대효과 - Cost Perspective

구분	구분	구분	구분	구분	구분
1. 시스템 구축	2. 운영	3. 유지보수	4. 교육	5. 평가	6. 기타
1.1. 시스템 구축	2.1. 운영	3.1. 유지보수	4.1. 교육	5.1. 평가	6.1. 기타
1.2. 시스템 구축	2.2. 운영	3.2. 유지보수	4.2. 교육	5.2. 평가	6.2. 기타
1.3. 시스템 구축	2.3. 운영	3.3. 유지보수	4.3. 교육	5.3. 평가	6.3. 기타
1.4. 시스템 구축	2.4. 운영	3.4. 유지보수	4.4. 교육	5.4. 평가	6.4. 기타
1.5. 시스템 구축	2.5. 운영	3.5. 유지보수	4.5. 교육	5.5. 평가	6.5. 기타
1.6. 시스템 구축	2.6. 운영	3.6. 유지보수	4.6. 교육	5.6. 평가	6.6. 기타
1.7. 시스템 구축	2.7. 운영	3.7. 유지보수	4.7. 교육	5.7. 평가	6.7. 기타
1.8. 시스템 구축	2.8. 운영	3.8. 유지보수	4.8. 교육	5.8. 평가	6.8. 기타
1.9. 시스템 구축	2.9. 운영	3.9. 유지보수	4.9. 교육	5.9. 평가	6.9. 기타
1.10. 시스템 구축	2.10. 운영	3.10. 유지보수	4.10. 교육	5.10. 평가	6.10. 기타
1.11. 시스템 구축	2.11. 운영	3.11. 유지보수	4.11. 교육	5.11. 평가	6.11. 기타
1.12. 시스템 구축	2.12. 운영	3.12. 유지보수	4.12. 교육	5.12. 평가	6.12. 기타
1.13. 시스템 구축	2.13. 운영	3.13. 유지보수	4.13. 교육	5.13. 평가	6.13. 기타
1.14. 시스템 구축	2.14. 운영	3.14. 유지보수	4.14. 교육	5.14. 평가	6.14. 기타
1.15. 시스템 구축	2.15. 운영	3.15. 유지보수	4.15. 교육	5.15. 평가	6.15. 기타
1.16. 시스템 구축	2.16. 운영	3.16. 유지보수	4.16. 교육	5.16. 평가	6.16. 기타
1.17. 시스템 구축	2.17. 운영	3.17. 유지보수	4.17. 교육	5.17. 평가	6.17. 기타
1.18. 시스템 구축	2.18. 운영	3.18. 유지보수	4.18. 교육	5.18. 평가	6.18. 기타
1.19. 시스템 구축	2.19. 운영	3.19. 유지보수	4.19. 교육	5.19. 평가	6.19. 기타
1.20. 시스템 구축	2.20. 운영	3.20. 유지보수	4.20. 교육	5.20. 평가	6.20. 기타
1.21. 시스템 구축	2.21. 운영	3.21. 유지보수	4.21. 교육	5.21. 평가	6.21. 기타
1.22. 시스템 구축	2.22. 운영	3.22. 유지보수	4.22. 교육	5.22. 평가	6.22. 기타
1.23. 시스템 구축	2.23. 운영	3.23. 유지보수	4.23. 교육	5.23. 평가	6.23. 기타
1.24. 시스템 구축	2.24. 운영	3.24. 유지보수	4.24. 교육	5.24. 평가	6.24. 기타
1.25. 시스템 구축	2.25. 운영	3.25. 유지보수	4.25. 교육	5.25. 평가	6.25. 기타

Assumption  
 1. 시뮬레이션 기술은 사후처리 상당량이 절감을 하지만 30%의 범위가 감소한다  
 2. ARS 나 ADS를 도입할 때 50% 감소, 50%의 범위가 80%가 감소하다  
 3. 기타 시스템의 50% 및 50%의 범위로 50%의 범위를 감소

#### 시스템 구축 전략



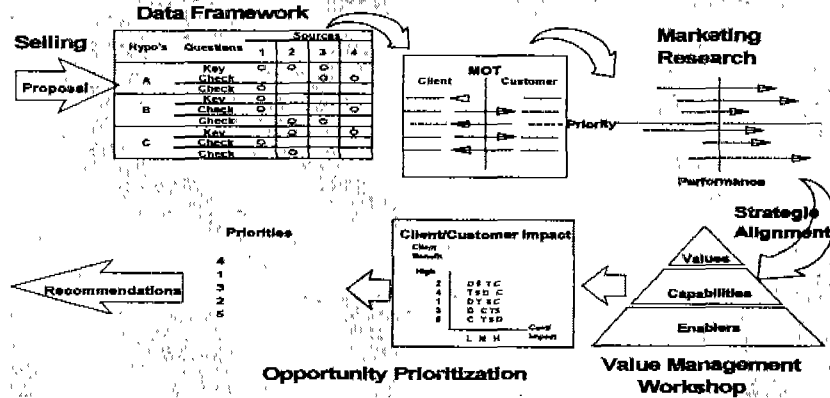
38

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : 평가 및 보완

#### CVM (Customer Value Management)

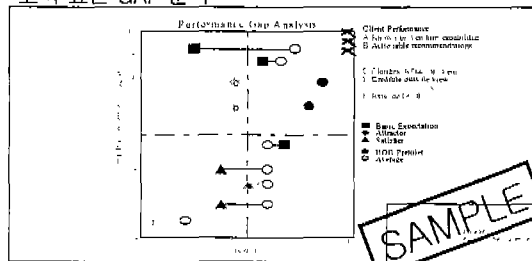
고객의 Needs 및 Wants를 이해하기 위해 IBM은 CVM(Customer Value Management) 방법론을 사용합니다. 고객 관리의 적극적인 목표인 고객의 Needs/Wants는 고객 세그먼트 별로 다르게 나타날 것이고 각 세그먼트 별 고객의 가치에도 차이가 있으므로 정량적/정성적인 철저한 고객 분석이 선행되어야 합니다.



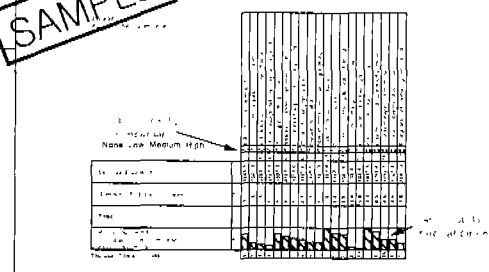
### 3.2 CRM 비즈니스 체계 : 평가 및 보완

CPR은 구현된 프로세스와 구축된 시스템에 따른, 고객 요건 GAP 분석과 프로세스 강화를 통한 변화관리를 지원해야 합니다.

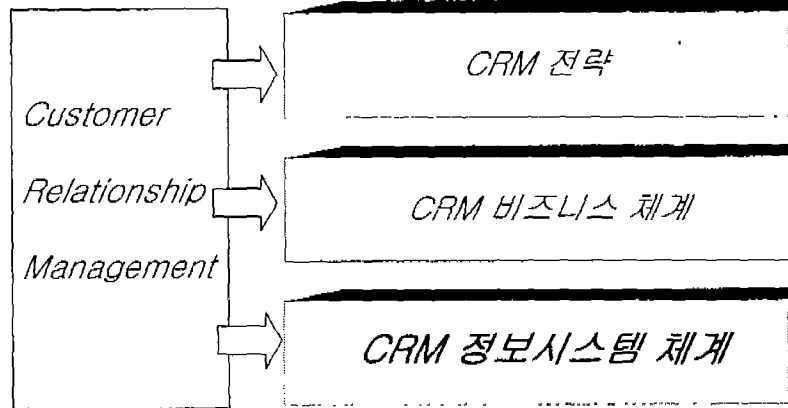
#### 고객 요건 GAP 분석



#### 추가적인 프로세스 강화 분석

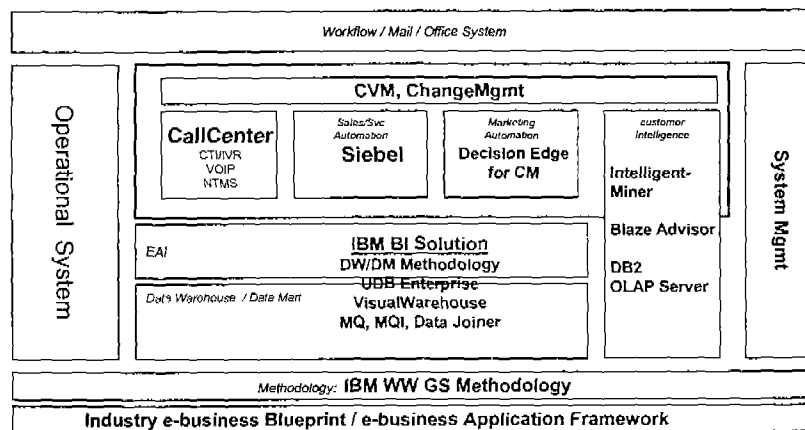


### 3. CRM 프로젝트의 구조



### 3.3 CRM 정보시스템 체계

CRM Solution 제품/서비스군의 지원범위



### 3.3 CRM 정보시스템 체계

#### 3.3.1 Analytical CRM -Data Mining Solution

요건 정의 및 마이닝 둘 설치	데이터 추출 및 클린징	데이터 분석	모델 구축	결과 분석 및 활용 방안 도출
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 마이닝 주제 정의</li> <li>□ 분석 대상 영역 정의</li> <li>□ 가능 데이터 정의</li> <li>□ 마이닝 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 추출 데이터 정의</li> <li>□ 추출 방법 정의</li> <li>□ 클린징 추출</li> <li>□ 클린징</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 분류 분석</li> <li>□ 변수별 기호 통계 분석</li> <li>□ 주제와 변수간 연관성 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 주제별 의미있는 변수 선정</li> <li>□ 마이닝 모델링</li> <li>□ 모델 테스트를 위한 모델 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 모델링 결과 분석</li> <li>□ 주제별 활용 방안 도출</li> </ul>

산출물

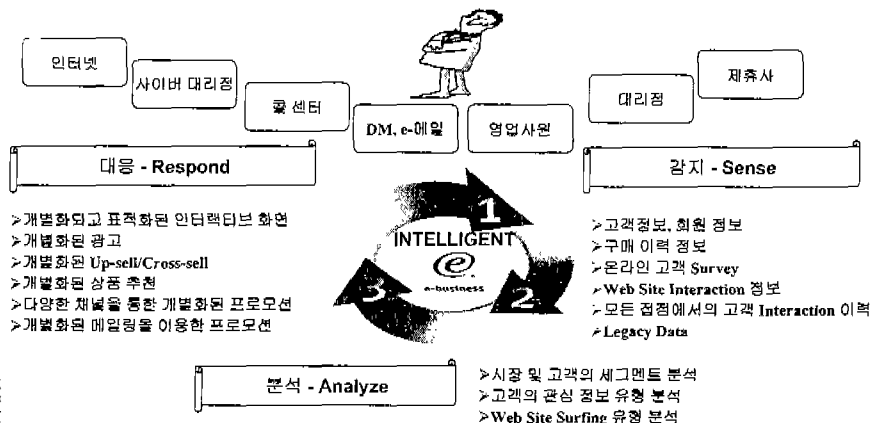
- 요건 정의서
- 추출 데이터 리스트
- 데이터 분석서
- 주제에 따른 모델 구축에 사용된 변수 리스트
- 마이닝 모델
- 모델 결과 분석서
- 마이닝 모델 추후 개선 방안
- 마이닝 시스템

### 3.3 CRM 정보시스템 체계

#### 3.3.1 Analytical CRM -1 to 1 Marketing Solution

##### Web CRM Solution

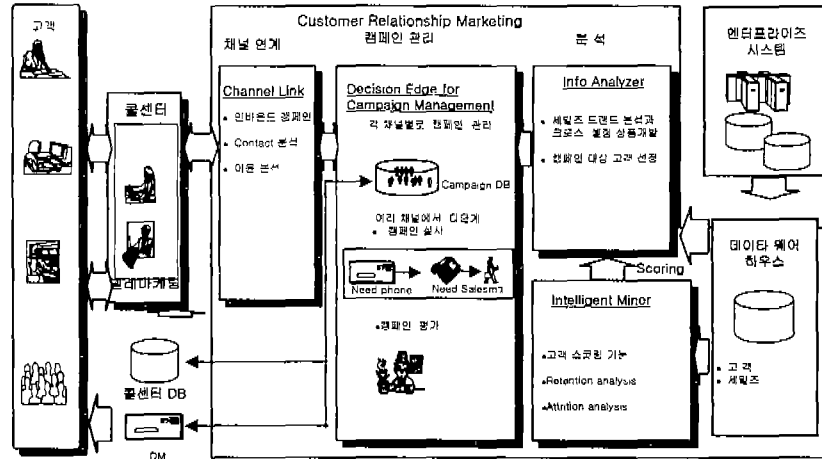
다양한 고객접점을 통하여 1) 필요 정보를 감지, 수집하고 2) 이를 효과적으로 분석하여 3) 고객 개인에 대하여 차별화되고 개별화된 맞춤 대응을 할 수 있습니다.



### 3.3 CRM 정보시스템 체계

#### 3.3.1 Analytical CRM - Campaign Mgmt Solution

CRM 시스템간의 업무 흐름 및 솔루션 구성은 다음과 같으며, 대개 내부적으로 Info, Analyzer와 Campaign Management 두개의 모듈로 구성되어 있습니다.



45

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

### 3.3 CRM 정보시스템 체계

#### 3.3.2 Collaborative CRM

향후의 Contact Center는 인터넷을 포함한 모든 고객의 접점 채널 통합과 비즈니스 프로세스 리엔지니어링을 포함한다.

Customer Contact Center Roadmap

Source : Gartner Research

	Triage	Containment	Quality SVC	기능중립	장소중립	Media 중립	Consolidation	Exploitation
Technology	PBX Key Sys	ACD	SKBR IVR CTI Dialer Rec	Script 통합 Front-office Data Mining Monitoring	Nw routing 분산PBX/CTI Remote Agt	E-mail Speech - Recognit'n ATM video	VoIP Workflow ERM 통합 Front/Back office 통합 Mgmt	Process reengineering Change Mgmt KM Cultural - Transition
Capability	전화 응대	효과적 응대 비용 관리 call queue	최적 agent routing "one & done" processing	고객 정보 수집&활용 Defensive revenue generation	Death of distance resilience Global Biz. 지원	고객의 media 선택: Not call, Transaction 중점	통합 Control 효율 Complex transactions 지원	Protective revenue generation Customized Call 최적 중대
	Call Handling		Call Center			Contact Center		

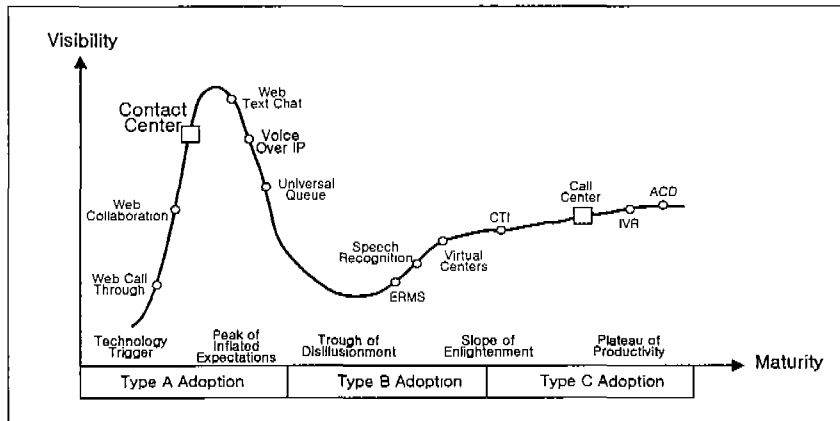
46

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

### 3.3 CRM 정보시스템 체계

#### 3.3.2 Collaborative CRM

2002년까지 음성, 화상, 데이터가 모두 함께 공유되어야 하는, VoIP는 e-서비스 환경의 필수 컴포넌트가 될 것이다. -Gartner Group



\*\*\*\* Type A Adoption : 기술혁신자  
 Type B Adoption : 기술보수주의자  
 Type C Adoption : 기술지연체력자

Source : Gartner Research

### 3.3 CRM 정보시스템 체계

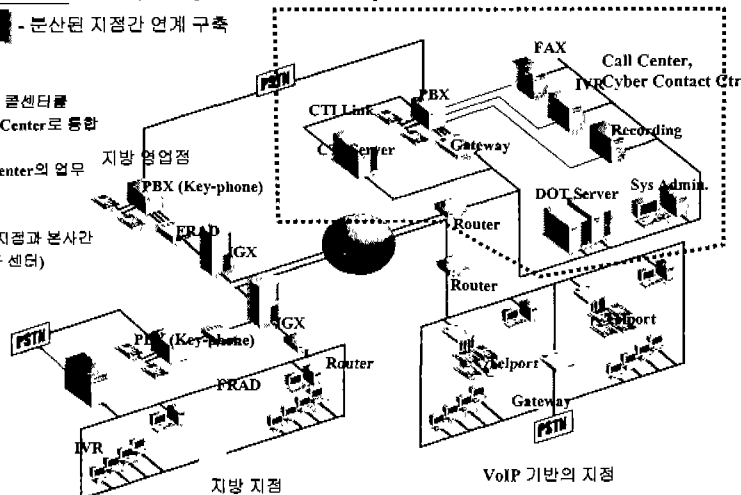
#### 3.3.2 Collaborative CRM

##### NTMS(Network Telephony Multi-media System)

활용방안 - 분산된 지점간 연계 구축

=> 신규 지점이나 콜센터를 NTMS기반의 Center로 통합

- Cyber contact Center의 업무 지점 영업점 구현
- 지점과 지점간, 지점과 본사간 Call전달 (정중화 센터)





3.3 CRM 정보시스템 체계																	
3.3.3 Operational CRM – Sales & Service Automation																	
<p align="center"><b>Siebel Industry Applications</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siebel eFinance</li> <li>• Siebel eInsurance</li> <li>• Siebel eHealthcare</li> <li>• Siebel eCommunications</li> <li>• Siebel eAutomotive</li> <li>• Siebel eEnergy</li> <li>• Siebel ePharma</li> <li>• Siebel ePublic Sector</li> <li>• Siebel eConsumer Goods</li> <li>• Siebel eApparel &amp; Footwear</li> <li>• Siebel eTechnology</li> </ul>																	
<p><b>.COM Applications</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siebel eSales</li> <li>• Siebel eMarketing</li> <li>• Siebel eService</li> <li>• Siebel eBriefings</li> <li>• Siebel eContent Svcs</li> <li>• Siebel eMail Response</li> </ul>	<p><b>Call Center</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siebel Call Center</li> <li>• Siebel Service</li> <li>• Siebel Telesales</li> </ul>	<p><b>Field</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siebel Sales</li> <li>• Siebel Field Service</li> <li>• Siebel Configurator</li> <li>• Siebel Handheld</li> <li>• Siebel Phone</li> </ul>	<p><b>Channel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siebel eChannel</li> </ul> <p><b>Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siebel Marketing</li> </ul>														
<p align="center"><b>Siebel eBusiness Architecture</b></p> <table border="1"> <tr> <td>Security</td> <td>Data Visibility</td> <td>Workflow</td> <td>Transaction Management</td> <td>Data Synchronization &amp; Replication</td> <td>Data Analysis / Data Mart</td> <td>Customization</td> <td>Software Distribution</td> </tr> <tr> <td>Personalization</td> <td>Content Management</td> <td>Routing and Assignment</td> <td>Dynamic Load Balancing</td> <td>Multi-Language / Multi-Currency</td> <td>Data Movement</td> <td>Application Upgrades</td> <td>EAI</td> </tr> </table>		Security	Data Visibility	Workflow	Transaction Management	Data Synchronization & Replication	Data Analysis / Data Mart	Customization	Software Distribution	Personalization	Content Management	Routing and Assignment	Dynamic Load Balancing	Multi-Language / Multi-Currency	Data Movement	Application Upgrades	EAI
Security	Data Visibility	Workflow	Transaction Management	Data Synchronization & Replication	Data Analysis / Data Mart	Customization	Software Distribution										
Personalization	Content Management	Routing and Assignment	Dynamic Load Balancing	Multi-Language / Multi-Currency	Data Movement	Application Upgrades	EAI										
<p align="center">49 <span style="float: right;">Copyright reserved by IBM CRM Consulting &amp; Services</span></p>																	

제 4 장 국내 구축 사례

## 4.2 국내 구축 사례

### CRM 컨설팅 및 Data Mining 구축

회 사	기 간	구 축 내 용
한솔 M.Com	1999.8~1999.12	이탈 고객 예측 모델링 (고객세분화, 신용평가, Customer Value) 이탈 고객 Pilot Project 고객 유지 컨설팅 및 CRM 시스템 구축
한미은행	1999.9~1999.12	이탈고객방지를 위한 Modeling 캠페인 프로세스 정립
하나은행	2000.4~현재 진행중	CRM 평가 1:1 마케팅 전략 컨설팅
신세계 백화점	1999.8~1999.9	CRM 컨설팅 - CVM
흥국생명	1999.11~2000.3	고객 Segmentation 고객이탈방지 우수고객관리
국민은행	2000.4~현재 진행중	CRM 현황 평가 CRM 추진 전략 수립 우수고객관리전략수립
LG Caltex	199.3~1999.10	고객 서비스 센터 컨설팅
LG 증권	2000.2~200.3	고객 차별화 관리 전략 컨설팅 CRM RoadMap 정의
현대전자	1999.6~1999.10 2000.8~현재 진행중	반도체 수출 관리 전국 반도체 공장으로 확장

51

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

## 4.2 국내 구축 사례 (1)

### Call Center 구축

회 사	현 황	구 축 내 용	기대효과 및 성과
주목은행	<ul style="list-style-type: none"> <li>상업인수 450</li> <li>Node수 5</li> <li>ARS 2,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Telebanking/고객 상담업무의 연계</li> <li>연체특수 ACS 업무 Power Dialing 기능</li> <li>입금자동화 서비스</li> <li>전 영업점 통합 콜센터 (전국의 고객문의 통합 처리후 해당 지점으로의 연결 처리)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>금융기관 최초 전국 단일 번호로 통합 제공</li> <li>장구 감소율 생산성 향상</li> <li>고객 DB 정리</li> <li>고객만족도/기밀 이미지 향상</li> </ul>
한국외환은행	<ul style="list-style-type: none"> <li>상업인수 50</li> <li>ARS 720</li> <li>BHCC 10,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Telebanking/고객상담업무연계</li> <li>텔레마케팅 CTI 기능</li> <li>인바운드 &amp; 아웃바운드 관리통계 일원화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>텔레마케팅과의 연계기반 구축</li> <li>지방고객에 대한 서비스 향상</li> <li>다채널 마케팅 프로세스 자동</li> <li>다양한 분석자료를 통한 효율적 고객관리</li> </ul>
삼성생명	<ul style="list-style-type: none"> <li>상업인수 350</li> <li>ARS 270</li> <li>Center 5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>고객의 다양한 업무를 One Stop Service로 처리</li> <li>전화 특수시 Call Back</li> <li>Telemarketing Center와의 통합을 통한 아웃바운드 업무구현</li> <li>녹음장비의 CTI 통합, 상담정보의 중앙정보화로 지점/연계사와 연계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상담/자문처리 건수 증가 200-300%</li> <li>고객불구 구조조정으로 투자 비용 절감</li> <li>센터간 협업 및 연계</li> <li>Telemarketing 신규시장 개척 (기존 설계사 대비 계약건수 4-5배)</li> <li>고객의 복음 내용 전국 Network화로 통합/중앙관리</li> </ul>
흥국생명	<ul style="list-style-type: none"> <li>상업인수 60</li> <li>ARS 72</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ARS 업무구현</li> <li>고객만족센터 구축(인바운드)</li> <li>TM 센터 구축 / Inbound와 연동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상업인 Workload의 감소</li> <li>기존 고객 및 신규고객에 대한 차별화된 서비스로 수익률 향상</li> <li>In-Out 연계로 투자비용 절감</li> </ul>
삼성화재	<ul style="list-style-type: none"> <li>상업인수 115</li> <li>ARS 90</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>부산지방센터 콜센터, TM 센터, Speed 센터 구축</li> <li>서울센터와 지방센터간 호와 데이터 연계</li> <li>대구, 대전, 광주 지방센터 구축 (콜센터, TM, Speed 센터)</li> <li>주요 5개 도시간 호 분배 및 연계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>서울센터와 지방센터의 콜센터 기능 동일화로 지방고객에게도 일원화되고 수준 높은 서비스 제공</li> <li>콜센터와 TM 센터의 시스템적인 연계로 신규고객 유치율 증가</li> <li>CTI 기능 도입으로 상담원 효율 증대</li> <li>모니터링 기능 강화로 TMR업무 능력 향상</li> </ul>

52

Copyright reserved by IBM CRM Consulting & Services

## 4.2 국내 구축 사례 (2)

회사	현황	구축 내용	기대효과 및 성과
현대자동차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상담원수 : 96</li> <li>• ARS : 72</li> <li>• BHCC : 10,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일일상담, 불만상담 (익바운드)</li> <li>• Smile Call, Call Back, 원콜서비스, 연락처 안내, 고객관계 강화프로그램, 비정기 캠페인 (이웃바운드)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기투자 부분 보호, 신기술 수용이 용이</li> <li>• 고객 상담업무의 연동/융합이 가능한 시스템</li> <li>• 주권산기 DB를 효율적으로 운영할 수 있는 소프트웨어 구성</li> <li>• 지방센터와의 통합 및 효율적 상담원/회선운영</li> <li>• 사용자 위주의 상담원 GUI 환경제공</li> </ul>
SK 텔레콤	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상담원수 : 500</li> <li>• ARS : 550</li> <li>• BHCC : 20,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 만일서비스 청구업무, 고객분류 및 조건에 따른 Call Routing</li> <li>• 전화 특주시 Call Back을 통한 Power Dialing 구현</li> <li>• 국내 최대 상담원 좌석수(500석) 전방판 녹음장비 CIL Link</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상담원 Workload 30% 감소</li> <li>• BHCC 450% 증가, 침투율 28% 증가</li> <li>• Fax 기능의 자동화, ARS 자동 안내 기능 제공</li> <li>• Forecasting &amp; Scheduling 기법 도입</li> </ul>
외환카드	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상담원수 : 100</li> <li>• ARS : 150</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고객 상담센터 구축 (Inbound)</li> <li>• 전화 특주시 Call Back 서비스</li> <li>• 상담 그룹간의 Call Backing</li> <li>• 정량 상담원제 구현</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고객 등급에 따른 차별화된 서비스</li> <li>• 텔레마케팅과의 연계기반 구축</li> <li>• 상담원 Workload 감소</li> </ul>
굿모닝 증권	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상담원수 : 70</li> <li>• ARS : 4,200</li> <li>• Node : 10</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음성인식 서비스 구현</li> <li>• 전국의 지점 연계 서비스</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ARS 사용의 편리성 극대화</li> <li>• 영업점의 상담업무 감소/집중화</li> <li>• Cross-Selling 기회 창출</li> </ul>
세종증권	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상담원수 : 45</li> <li>• ARS : 60</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cyber Trading 종합 시스템 구축</li> <li>• Internet과 Telephony 시스템 동시 수용</li> <li>• In/Outbound Multi Campaign 동시수행</li> <li>• Web Collaboration 구축중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세종 Cyber 시스템과의 통합으로 Call Center 시스템 관리운영 원경화</li> <li>• Web 사용고객에게 1:1 Marketing/Support가 가능하여 회사 이미지 제고</li> <li>• 동계 및 보고시스템 통합</li> </ul>

\* 이 밖에도 대신증권, 교보증권, 씨티은행, 동양화재 등에서 프로젝트가 진행 중입니다.