

## CRM 도입을 위한 핵심성공요인에 관한 연구

박주석, 경희대학교 경영학과

박진휘, 경희대학교 경영학과

정진서, 경희대학교 경영학과

국내의 경영환경의 급변으로 기업에서 효과적이고 효율적인 경영활동의 중요성이 그 어느 때보다 부각되고 있다. 정보화 사회의 기업은 환경변화에 신속히 대처하고 경쟁우위 제고를 위해서 기업 경영에 정보기술을 도입하는 것이 필수적인 부분이 되었다. 이는 기업들이 정보기술에 대한 지속적인 관심과 투자가 이루어져야함을 시사해주고 있다.

최근 많은 기업은 경쟁력 향상을 위해 부서별, 지점별로 관리됐던 기업내부자원을 전사적으로 통합·운영함에 따라 효율성을 증가시켰다. 그리고 이를 지원하기 위해 도입된 정보기술중의 하나가 바로 ERP(Enterprise Resource Planning, 전사적 자원관리)이며, 이를 통해서 기업의 내부 인프라를 효율적으로 활용할 수 있는 기반을 형성하게 되었다. 이와 더불어 기업들은 당사와 업무적 연계를 가지고 있는 협력업체 및 고객의 중요성을 인식하게 되었고, 이는 기업내부에서 외부로 그 관심과 관리의 범위가 넓어진 것을 의미한다. 이에 상응하여 등장한 개념이 SCM(Supply Chain Management, 공급망관리)과 CRM(Customer Relationship Management, 고객관계관리)이다. 기업과 관련협력업체와의 업무효율성을 지원하는 개념이 SCM이고, 고객의 효과적인 관리를 위한 것이 CRM이라 말할 수 있다. 그리고 이러한 개념들이 ERP와 연계되면서 Extended ERP로 그 개념이 확장되고 있다.

대부분의 기업에서는 신규고객 확보보다는 기존 고객에 대한 자사의 충성도를 높여 새로운 수요를 창출하는 것이 그들의 과제임을 인

식하게 되었고, 이러한 개념을 지원해주는 정보기술이 바로 CRM이다. CRM은 고객에 대한 정확한 이해를 바탕으로 고객이 원하는 제품과 서비스를 지속적으로 제공함으로써 고객 이탈을 방지하고 결과적으로 고객 평생가치를 극대화하여 기업의 수익성을 높일 수 있는 통합된 고객관계관리 프로세스라 정의 할 수 있다.

CRM 도입이 가장 활발히 이루어지고 있는 산업군을 보면 금융, 통신 분야이다. 이는 금융, 통신 분야와 같은 서비스 산업의 특성상 제품 자체보다는 고객만족을 통하여 그 차별화를 이룰 수 있기 때문이며, 이러한 추세는 국내에서도 비슷하게 나타나고 있다. 최근 국내의 많은 기업에서 주로 Call Center(콜 센터), Campaign(캠페인)과 Data Mining(데이터 마이닝) 부분을 중심으로 CRM 구축을 계획하고 있거나 구축중에 있다.

본 논문에서는 여러 산업군 중에서, CRM의 도입이 가장 활발히 이루어지고 있는 금융산업을 중심으로 국내외 사례에 대해 연구 조사하고자 한다. 선행연구를 통해서, CRM과 관련된 정보기술을 기업에 도입할 때 고려해야 할 성공요인을 분석하고, 이에 CRM의 특징적 요인과 금융업의 특성을 접목하여 CRM의 핵심성공요인을 도출하고자 한다. 그리고 이를 CRM 도입 기업을 대상으로 설문과 인터뷰를 통해서 검증하고자 한다. 이는 차후에 국내기업이 CRM을 도입하고자 할 때 참고할 수 있는 지침으로 활용하고자 하는데 그 의의가 있다.