

eBusiness에서의 효율적인 eCRM 적용기법

김병철(bkim@e-net.co.kr)

EC&CRM 사업본부

e-Business Solutions

"E-net, selected as one of the World's Best Companies by Forbes."



목 차

1. CRM과 eCRM
 - 구성요소 및 장단점
 - eCRM Ecosystem
 - eCRM 모델의 진화방향
2. 국내 및 해외 Solution Vender 현황
3. eCRM 구축전략 및 시나리오별 활용방법
 - eCRM Framework 및 구축단계별 이슈
 - 적용분야 및 시나리오별 활용방안

포럼스 산학

Copyright © 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to <http://www.e-net.co.kr>

enet

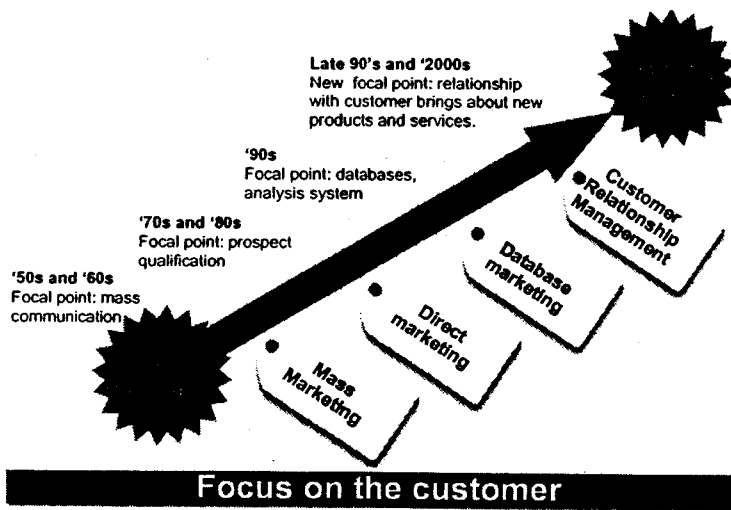
CRM *IT* eCRM



Copyright (c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to <http://www.e-net.co.kr>

nct

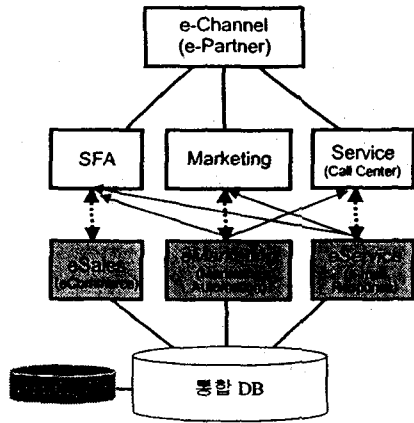
CRM Overview



Copyright (c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to <http://www.e-net.co.kr>

nct

CRM의 개념



▶ CRM

- Off-Line상의 신규고객 획득
- 기존고객 유지 및 고객수익성 증대
- 지속적인 커뮤니케이션을 통한 고객 행동 분석

▶ eCRM

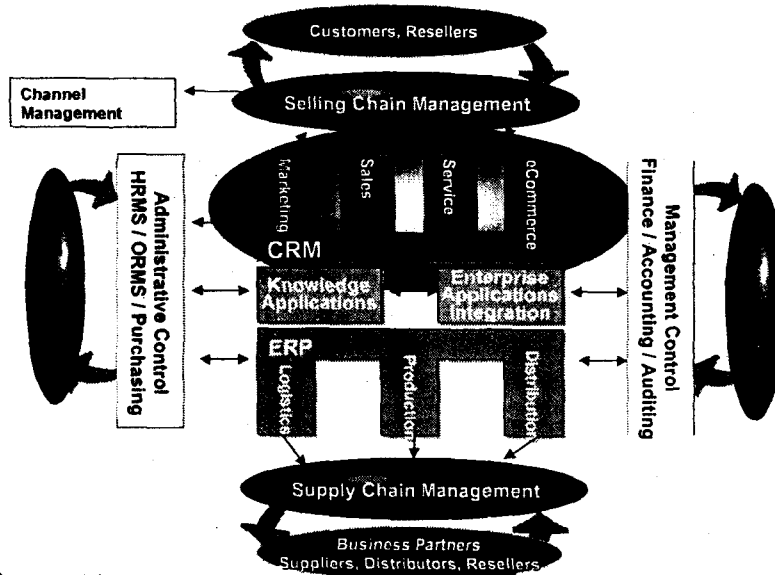
- 인터넷상의 고객의 행동을 파악 및 세그먼트 분석
- 집중적인 온라인 타겟마케팅
- 마케팅활동의 자동화
- 고객관리 프로세스의 효율성을 제고

포브스 신빙

Copyright(c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

n e t

CRM Solution의 위치



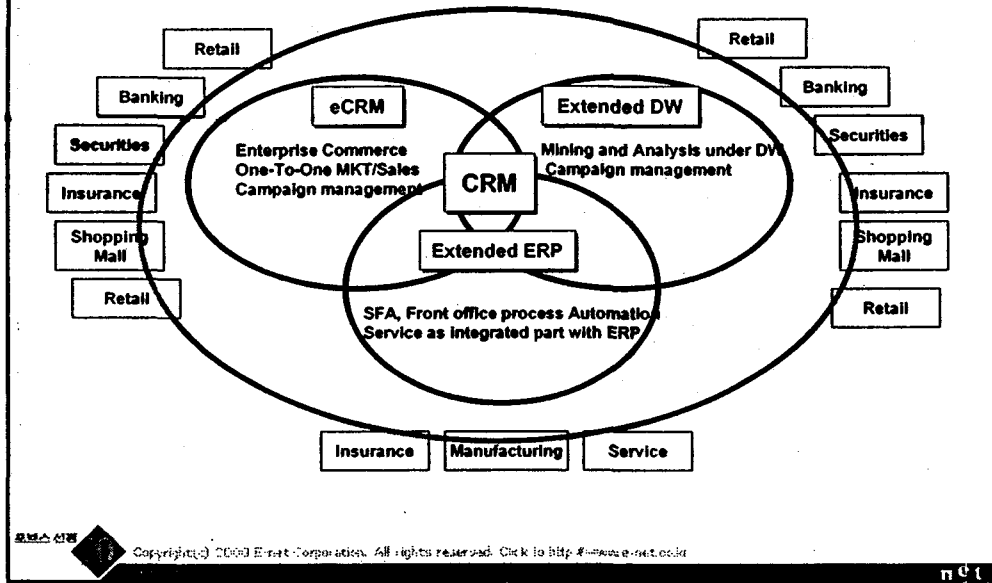
포브스 신빙

Copyright(c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

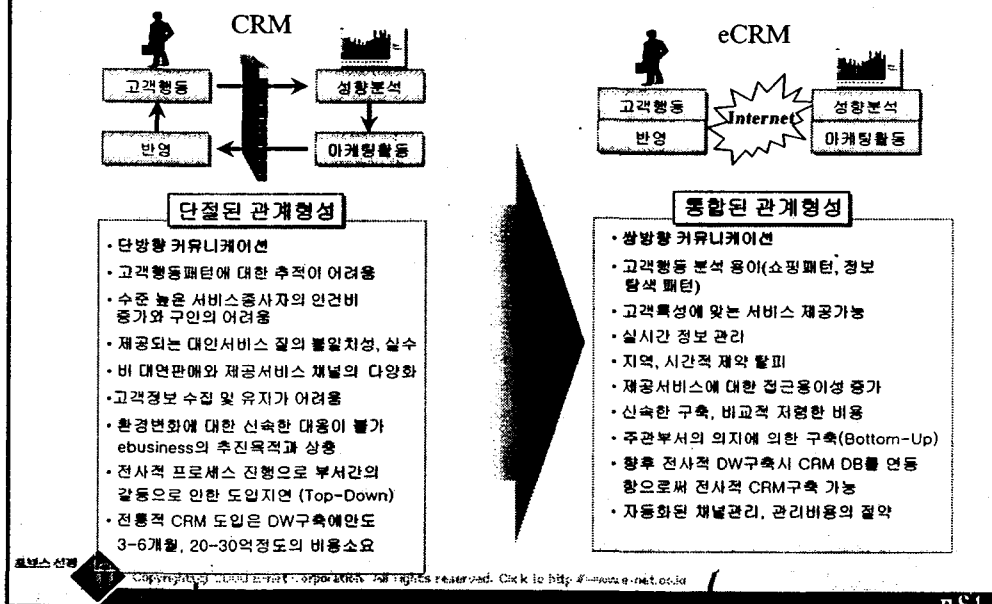
출처: E-Business Roadmap For Success

n e t

CRM Solution 의 구성요소



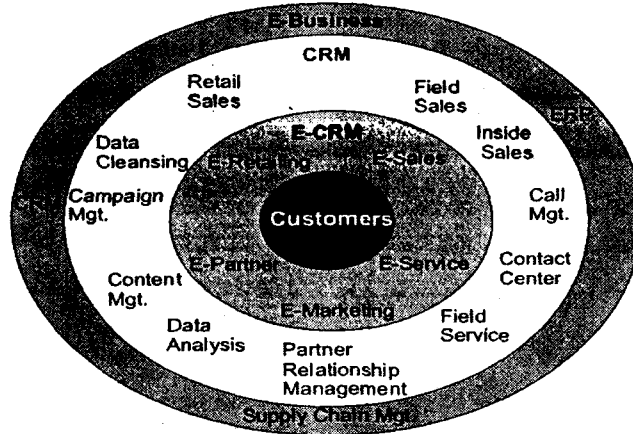
CRM과 eCRM의 비교



단절된 관계형성
 고객행동
 → 상황분석
 → 마케팅활동
 → 반응
 → 고객행동

통합된 관계형성
 고객행동
 → 상황분석
 → 마케팅활동
 → 반응
 → 고객행동

eCRM Ecosystem



Gartner

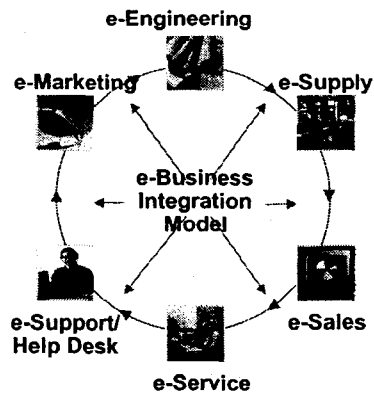
Source : Gartner Research

Copyright (c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

net

Why eCRM? *고객 CRM까지 온리 follow up --*

- 동적으로 변하는 시장에 신속한 대응
- 인터넷을 기반으로 한 고객관계관리
- 고객, 직원, 파트너들을 위한 셀프 서비스 정보 제공을 가능하게 함
- 공급업체와 유통업체와의 관계를 관리
- 손쉽게 액세스 가능하고 통합되어 있는 정보를 바탕으로 한 보다 나은 의사결정
- 비즈니스의 효율성과 효과를 개선시킬 수 있음



Copyright (c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

net

eCRM의 심계명

- Real-Time Information Management
- Customer Scorecard
- Closed-Loop Processes
- Listening Posts
- Institutional Memory
- Economic Segmentation
- Total Experience Management
- Collaboration
- Touch-point Alignment
- One and Done

→ loyalty를 위한 회원의 상(상)관리

→ 고객이 문제를 제기하기 quick response

Inbound & out-bound

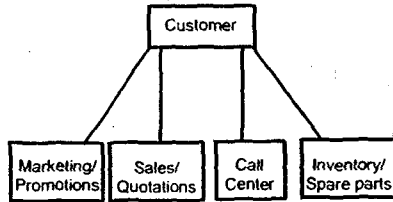


Copyright (c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

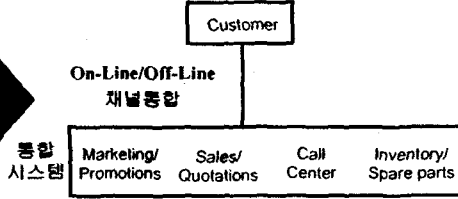
net

eCRM 모델의 진화방향

Current State eCRM: Multichannel



Future State eCRM: Integrated



Inbound and out-bound을 통합

향후 eCRM 애플리케이션들은 하나로 통합되고 동시성을 지닌 시스템으로 옮겨 갈 것이다(온라인/오프라인 통합 및 채널통합)



Copyright (c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

net

middle ~ up down 전략 . : 새턴 eCRM 전략

국내 및 해외 Solution Vender 현황

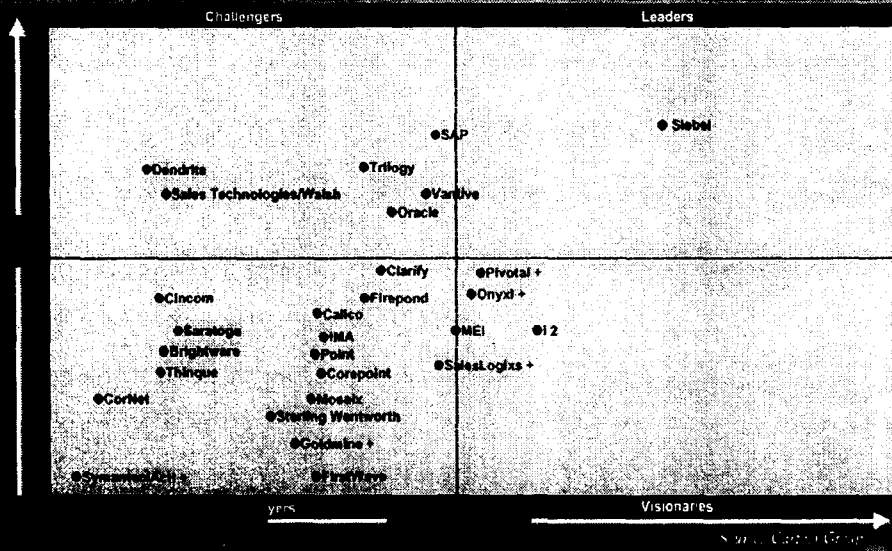
www.nct.com



Copyright (c) 2000 NCT Corporation. All rights reserved. URL: http://www.nct.com

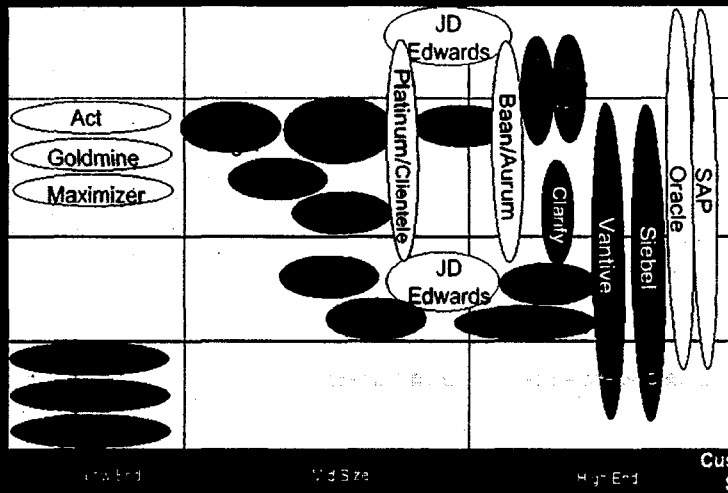
nct

Leading Vendors



Leading Vendors

Functionality



해외 주요업체별 기능비교

	OMS	SCS	E-Partner Sales	E-Sales	Sales Comp.	Content Mgmt.	E-Service	Call Mgmt.	Field Serv.	Personalization	Data Mart/ Analytical Software	Campaign Mgmt.
Nortel	4	2	■	■	■	■	4	6	5	■	■	■
Oracle	3	4	■	3	3	3	4	4	5	■	3	3
PeopleSoft	5	□	1	■	■	□	3	6	5	■	4	□
SAP	3	3	2	2	■	3	■	2	2	2	3	2
Siebel	8	5	4	4	3	4	7	8	6	4	4	4
E-net	■	■	3	5	■	3	3	□	■	5	3(6)	3

OMS(Opportunity Management System) : 판매 프로세스에서의 세일즈 활동을 관리하는 시스템
 SCS(Sales Configuration System) : 상품, 가격결정, 판촉, 서비스, 금융 등에 대한 마케팅 변동을 구성할 수 있도록 하는 시스템
 Sales Compensation : 보상시나리오 설계 및 영향측정/모니터링
 E-Service : 인터넷을 통한 Q&A, FAQ, 주문현황, 배송현황 조회등 셀프서비스 기능

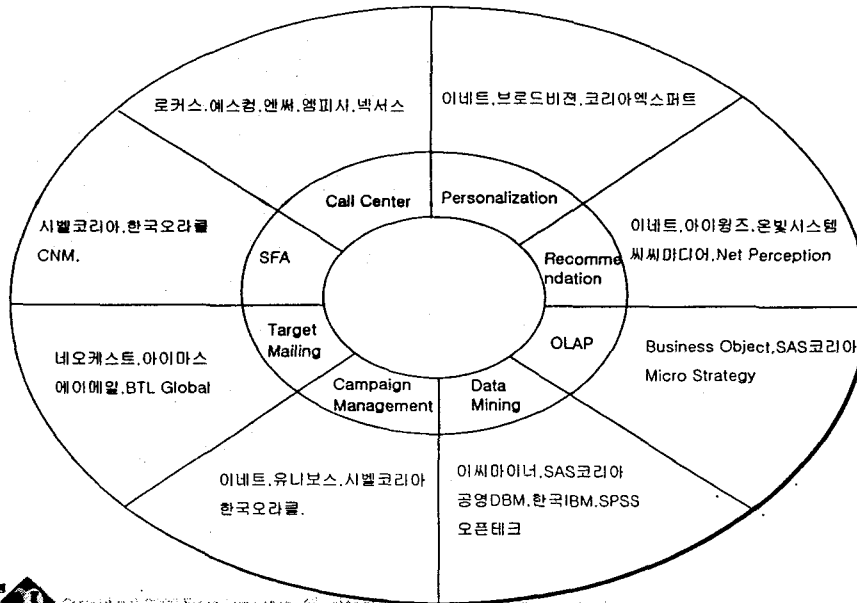
등급 -1-10등급:
 1 = 기대치 달성에 실패
 3 = 일부 기대치 충족
 5 = 대부분의 기대치 충족
 8 = 모든 기대치 충족
 10 = 모든 기대치 이상의 충족

■ 해당 분야의 기능성을 아직 증명하지 못한 반면, 아직 적극적인 활동을 하고 있지 않음.
 □ 적용을 통한 기능 지원(벤더가 제품을 전액 하지 않거나, 기본적인 기능만 지원함)

포텐스 선정

*IDC
 ncl

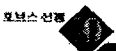
국내업체 현황



Copyright © 2005 E-Net Corporation. All rights reserved. Contact: info@e-net.net

*IDC
net

eCRM 구축전략 및 시나리오별 활용방안

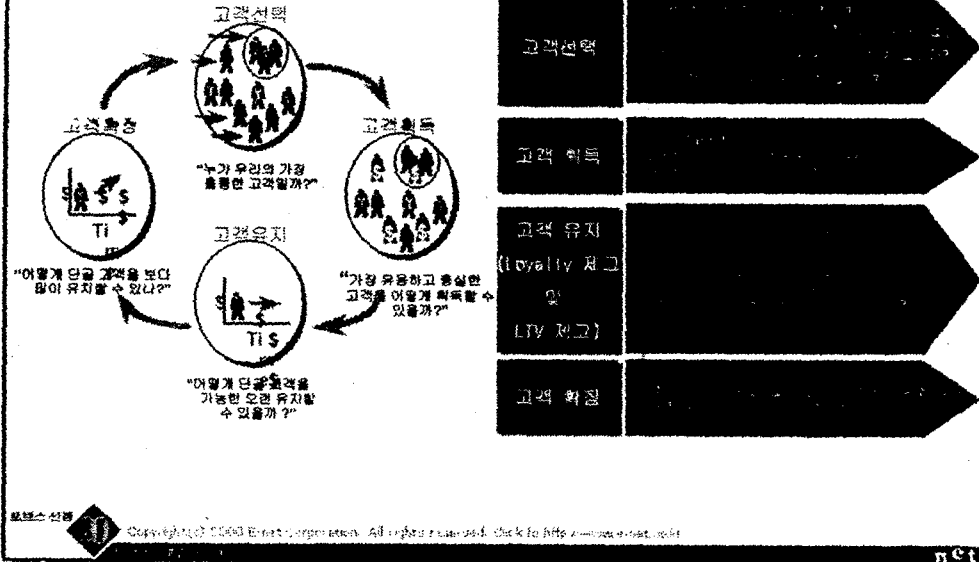


Copyright © 2005 E-Net Corporation. All rights reserved. Contact: info@e-net.net

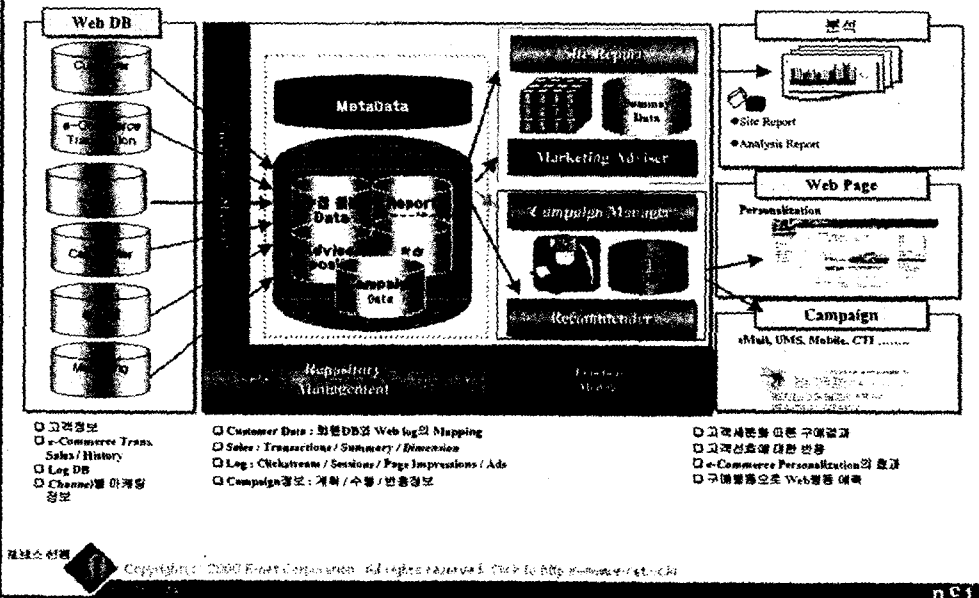
net

고객 관리 방법론

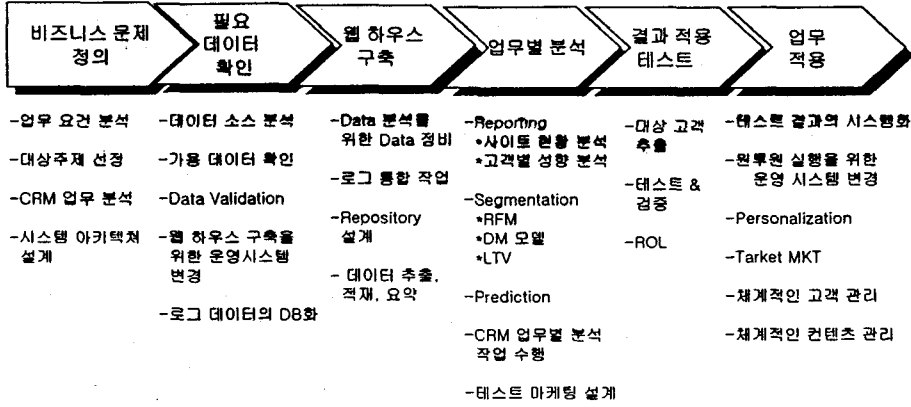
고객 life Cycle 에 따른 접근



eCRM Framework



eCRM 구축 Process



포털스핀넷

Copyright(c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to <http://www.e-net.co.kr>

net

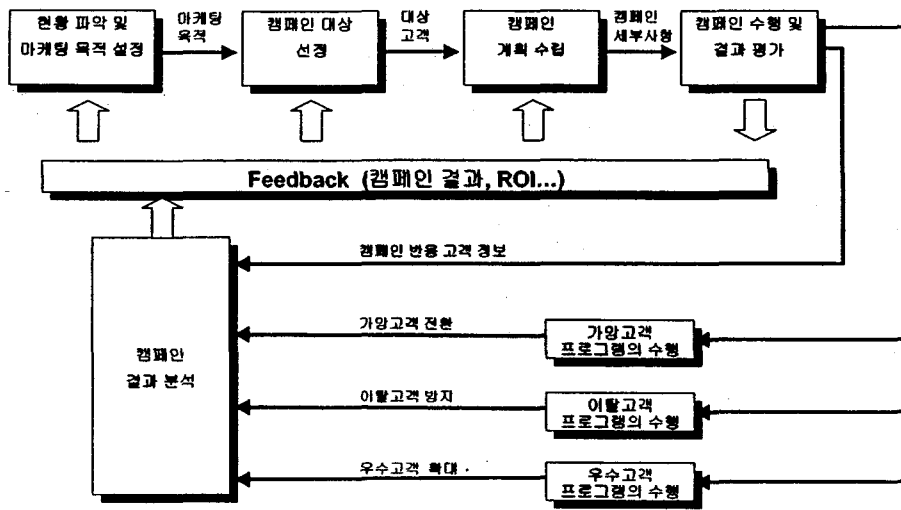
Scenario : Cross Selling

포털스핀넷

Copyright(c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to <http://www.e-net.co.kr>

net

Scenario 수행 프로세스



포넌스 신영

Copyright (c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

ncl



• 목적

- 최근에 가장 많은 판매량을 보이는 A제품을 찾아내고 해당 제품을 구매하는 고객과 비슷한 특성을 가지는 고객에게 A제품에 대한 구매 제안을 실시하고자 함.

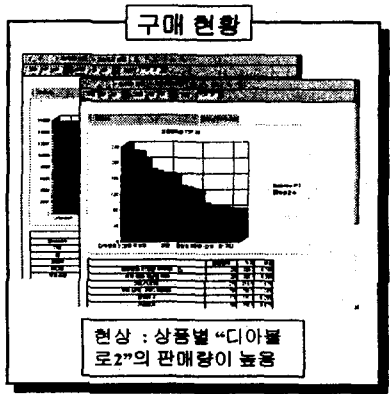
• 절차

- 최근 상품의 판매 동향을 분석해서 많은 판매량을 보이는 A상품을 분석
- 마케팅 전략을 수립하고 A상품을 구매한 고객의 특성을 찾아냄 (Right Customer)
- 해당 고객군이 선호 하는 채널을 찾아냄 (Right Channel)
- 해당 고객군이 선호 하는 시간대가 휴일 오후 (Right Time)
- A상품 구매 제안 전달 (Right Offer)

포넌스 신영

Copyright (c) 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

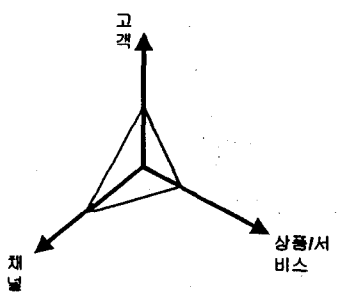
ncl



- 최근 현저히 판매량이 증가된 상품을 선정함
- Reporting Tool과 Mining Tool을 활용하여 판매현황과 판매분석을 시행함

포브스 신빙 (FBS) Copyright © 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

net



- 고객** 고객 세분화를 통한 세부집단별 특성 파악 (연령, 직업, 지역..)
- 채널** 채널 이용 패턴 분석을 통해 선호 채널 파악 (eMail, DM, SMS)
- 상품** 상품구매/서비스 이용 패턴 분석 (Cross, Up-Selling)

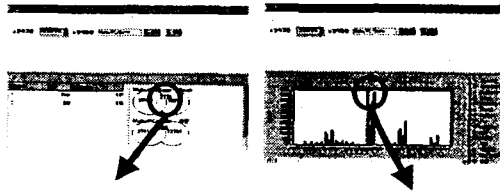
포브스 신빙 (FBS) Copyright © 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

net



- 축적된 고객정보를 통해 각종 통계분석 및 데이터 마이닝 등의 다양한 기법을 통해 현재 고객의 특성을 분석, 세분화를 수행하는 과정
- 캠페인 대상이 되는 고객군 식별

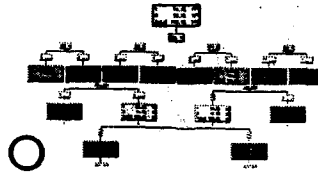
“Right Offer”



• 다이블로 2의 상품을 구매하는 고객들이 가장 많이 구매하는 상품은 마우스로 분석됨 (Cross-Selling)

• 20대 초반 여성이 가장 많이 이용하는 Content는 게임 리뷰

“Right Customer”

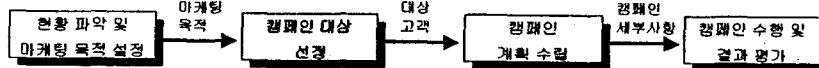


• 다이블로 2의 상품을 구매하는 고객의 특성은 20대 초반의 강남에 사는 남성

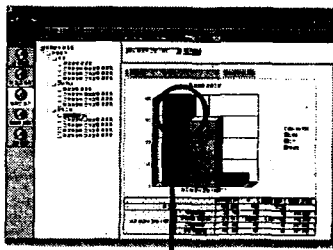
포브스 선정

Copyright © 2009 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

nct

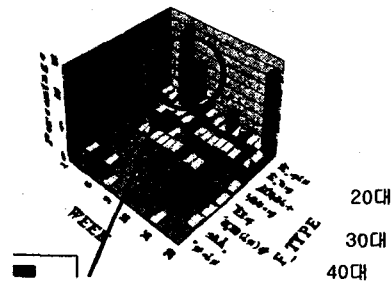


“Right Channel”



• 20대 남자들이 가장 선호하는 채널은 eMail

“Right Time”

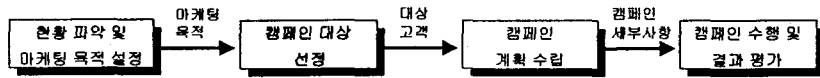


• 20대 남자들이 평균 구입 시기 : 주말

포브스 선정

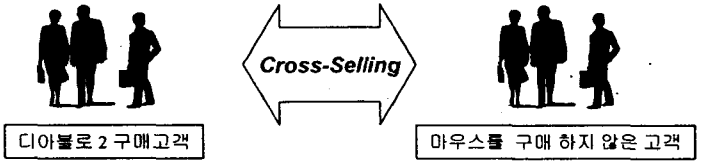
Copyright © 2009 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

nct



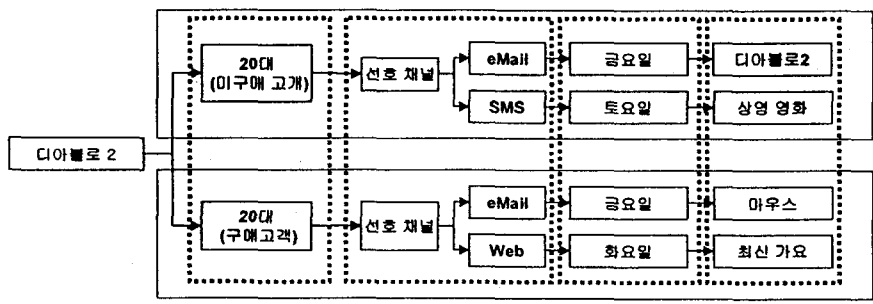
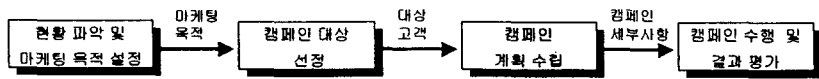
Analysis - 결과

- 최근 급증하는 판매상품
 - 최근 급증하는 판매상품은 "디아블로 2"
- 최근 판매량이 높은 상품을 가장 많이 구매하는 고객군
 - "디아블로 2"를 가장 많이 구매하는 고객은 20대 초반의 강남에 사는 남자라는 정보를 알아냄
 - "디아블로 2"를 구매한 고객들 중 추가적으로 구입한 상품은 "마우스"
 - 신규 마케팅으로 디아블로 2를 구입하지 않은 강남에 사는 20대 초반의 남자에게 디아블로 2에 관한 게임리뷰를 포함한 eMail을 발송함
 - "디아블로 2"를 구매한 고객 중 마우스를 구입하지 않은 고객에게 "마우스를 소개하는 eMail"을 발송함



포브스 선정 Copyright © 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

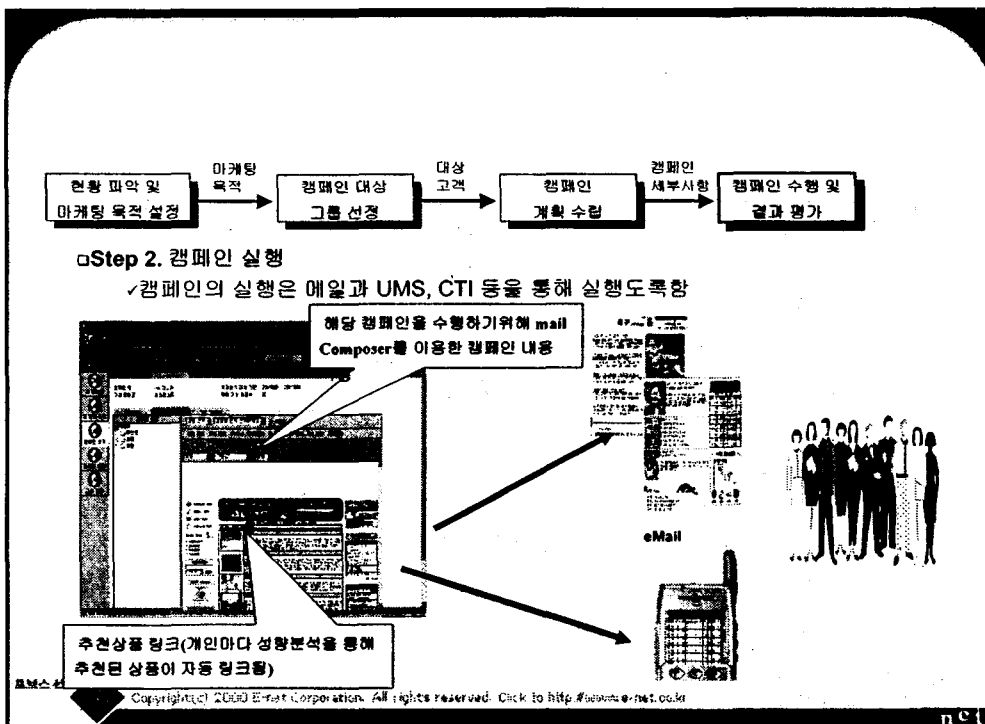
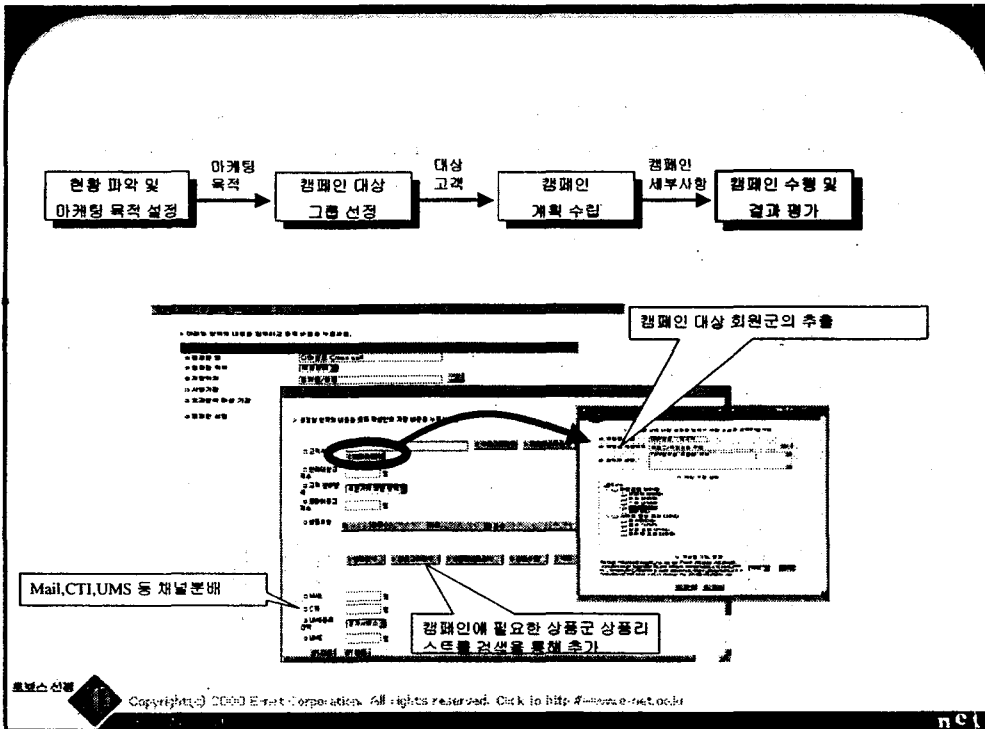
nct

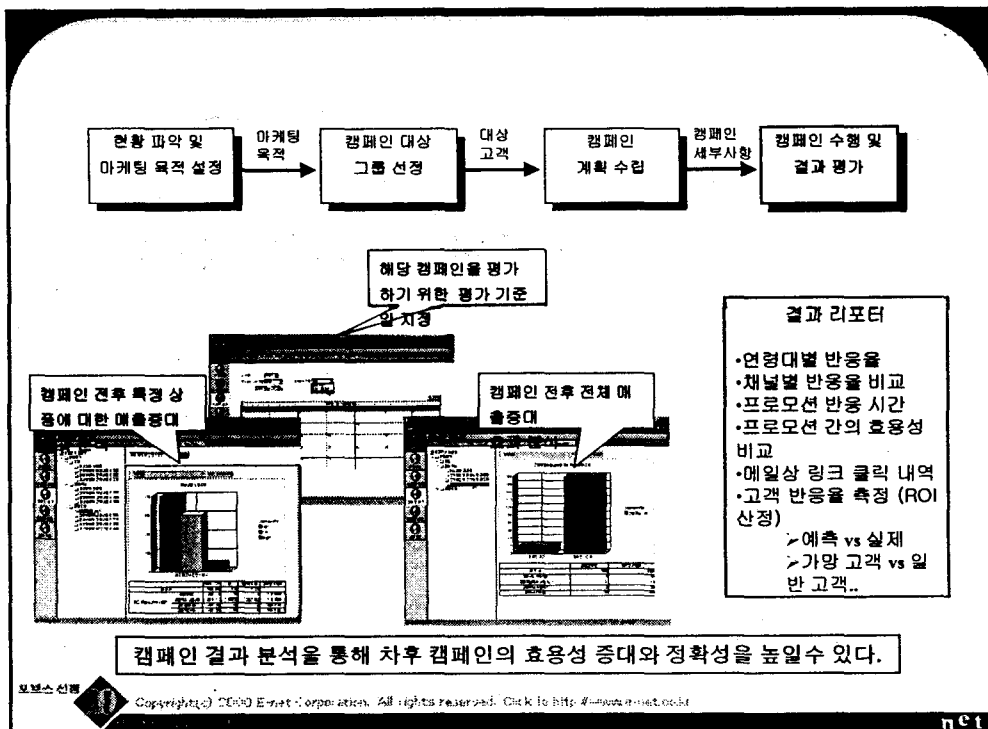


Right Customer Right Channel Right Time Right Offer

포브스 선정 Copyright © 2000 E-net Corporation. All rights reserved. Click to http://www.e-net.co.kr

nct





감사합니다!

Q&A

