
고객 서비스 차별화를 위한 키워드 추출 시스템 설계에 관한 연구

이현창* · 최현석* · 신성윤** · 이양원**

*원광대학교 정보전자상거래학부, *군산대학교 컴퓨터정보공학과

A Study of a Keyword Extraction System Design with a differentiated Service for Customer

Hyun-chang Lee* · Hyun-seok Choi* · Yang-won Lee** · Sung-yoon Shin**

*Wonkwang University, **Kunsan University

E-mail : hclglory@wku.ac.kr

요 약

bv의 무한 경쟁 상황에서 고객에 대한 차별화 된 서비스에 대하여 많은 기업들이 그 중요성을 인식하고 고객 만족을 위하여 많은 노력을 해왔다. 그러한 노력들이 체계적인 관리 하에 이루어져 효과를 극대화하여 기업의 이익으로 연결되는지의 관심에 e-CRM에 대한 논의가 많아지고 있다. 이에 따라 e-비즈니스에서의 중요 요소 기술인 SCM, ERP, BPR, ISP 및 CRM (Customer Relationship Management)에 대한 기술개발에 막대한 예산을 책정하여 수익 모델 개발을 고민하고 있다. 이에 본 연구에서는 차별화 된 e-비즈니스 사업 모델을 마련하기 위한 필수 요소 기술로써 키워드 추출 시스템 구조에 대해 살펴보고, 고객확보, 고객개발 및 고객유지의 노하우를 습득한다. 고객확보에서는 잠재고객 및 우량고객을 정의하고 고객의 니즈를 판단하며, 고객개발 부문에서는 고객의 이용률 제고 방향과 잠재적 구매 니즈를 분석한다.

ABSTRACT

The business of companies has become more fierce due to the age of limitless competition. In addition, to improve the service satisfaction of their customers, they have continued their efforts. The researches about making their efforts get profits have done. As a result, CRM(customer relationship management) which is appropriate to analysis, evaluate and draw one of solutions to satisfy customers is received attention. Therefore, in this material we consider a architecture for keyword extraction system which is a kind of necessary technology for e-business model to provide a differentiated service. And then we could get the know-how of customer acquisition and maintenance.

고객서비스, 키워드추출 시스템, 고객관계관리

customer service, keyword extraction, CRM

1. 서 론

고객들의 다양한 요구에 부응하기 위해서 기업들은 스스로 차별화 된 서비스에 대하여 대부분 그 중요성을 인식하고 고객 만족을 위해서도 많은 노력을 해왔다. 이를 위한 일환으로 그 노력들

이 체계적인 관리 하에 이루어져 효과를 극대화하고 따라서 기업의 이익으로 연결되는지의 관심에 e-비즈니스 모델과 이를 지원하기 위한 키워드 추출 방법에 대한 논의가 많아지고 있다. 따라서 최근 사이버 공간에서의 e-비즈니스 모델이 기존 오프라인 사업에 비해 시간 및 비용 측면에서 그

효율성이 입증되어 대기업에서는 이미 사업의 필수요소로 인식되어 전사적으로 확산되어 있으며 중소기업에서도 앞 다투어 효율적인 e-비즈니스 모델 전략 마련에 부심하고 있다. 이러한 전략 구축의 일환으로 e-비즈니스 모델 개발에서의 중요 요소 기술인 SCM, ERP, BPR, ISP 및 CRM (Customer Relationship Management)에 대한 기술개발에 막대한 예산을 책정하여 수익 모델 개발을 고민하고 있다. 특히 생산자와 소비자 사이에 위치한 정보 중 개인이 생산자와 소비자를 주요 고객으로 인식하여 효율적인 e-마케팅을 수행하는데 필수적인 CRM 시스템을 도입하기 위한 대책을 마련하고 있다. 이에 본 연구에서는 차별화 된 서비스를 제공하기 위하여 e-비즈니스 모델의 기반으로 분류할 수 있는 키워드 추출 시스템 설계 방안을 제시하고자 한다.

II. 키워드 추출 시스템 기능 구성 요소

언어처리를 위해서 첫 번째로 키워드 추출 시스템의 구조를 분석하고 이에 따른 개체를 정의하며 개체별 기능 및 개체간 인터페이스 설계를 위한 요소기술을 파악한다. 주요 개체로는 사전 구축으로서 형태소 사전, 음절, 어절 및 문법 규칙 등을 생각할 수 있다. 키워드 추출시스템에서의 개발자와 사용자 인터페이스 설계를 위한 필요 요소 기술들을 분석함으로써 기업에서 필요로 하는 e-비즈니스 모델에 활용할 수 있도록 효율적으로 추진할 수 있다. 또한 본 시스템은 다양하게 응용할 수 있다. 대표적인 예로서, e-CRM 시스템에서의 주요 개체인 콜 센터의 구조 및 이의 운영방안을 제시하여 고객과의 맞춤형 고객관계를 유지할 수 있도록 도움을 줄 수 있다. 아울러 이를 통해 유통채널 고객 및 최종 소비자에 대한 영업활동 등 고객에게 좋은 인상과 제품 및 서비스에 대한 신뢰감 형성을 통해 궁극적으로 기업의 제품에 대한 수요 및 구매를 유도하기 위한 일련의 프로세스를 효과적으로 추진하게 된다. 뿐만 아니라 순수 마케팅 부문을 포함하여 영업사원이 혹은 서비스 인력이 고객에 대한 정보 및 분석 내용을 주고 받는 활동과 상품 기획에 참여하는 등의 내용을 포함하고 수요 및 판매 등을 통해 고객과의 확실한 관계가 형성된 후에 고객을 보살피는 일련의 활동을 체계적으로 하기 위한 기능을 콜 센터에서 수행하게 된다. 이와 같이 대기업에서 활성화가 된 e-CRM 시스템 등 다양한 분야에 응용하기 위하여 키워드를 추출할 수 있는 핵심 모듈로서 다음과 같은 것을 들 수 있다.

- 키워드 추출 시스템 구조 및 기초
- 키워드 추출에 필요한 시스템 인터페이스 설계 요소 기술 분석
- 시스템 구조 및 운영 방안 제시
- 적용 방안과 응용 기술

III. 개발 내용

사용자에게 다양한 서비스 제공을 위한 키워드 추출 시스템은 e-비즈니스 모델에서 사용자들에게 차별화 된 서비스 제공을 위한 일련의 비즈니스 프로세스와 활동을 지원하는 시스템 또는 솔루션으로 기업이 현재 고객 및 잠재고객 정보를 정확하게 파악, 고객을 보다 효율적으로 서비스 할 수 있는 기반 기능을 제공한다. 이에 본 장에서는 가격, 성능 및 기능, 키워드 추출 모듈, 용도 그리고 수요자 및 수요자 요구 등에 대한 내용을 중심으로 사용자 만족도 향상을 위한 키워드 추출 시스템이 구성되어야 할 것이다. 이에 다음과 같은 내용이 충족되어야 할 것이다.

첫 번째 요건으로 규격은 키워드 추출 시스템 구조 및 개체 설계/사용자 인터페이스 설계 요소 기술 개발/형태소 사전 및 음절 등 구조 및 개발에 필요한 기술 요소 제시/국내외 활용 실태 조사 분석이 이루어져야 할 것이다.

두 번째 요건으로 성능 및 기능에 관한 사항이다. 이 요건에서는 추출 모듈을 위한 키워드 활용 위한 다양한 접점 창구 및 미디어 활용 기술/고객의 요구사항을 실시간으로 분석에 활용될 수 있는 키워드 지원 시스템 개발/상담, 문의를 통한 거래의 불만을 해결하는 온라인 시스템 개발/피드백을 통한 회사 이미지 제고 방안 제시/응용지원 시스템/본 시스템 활용을 통한 응용 시스템 개발/영업실적 보고 및 판매 분석 시스템/상품 및 서비스에 관한 전문지식 도움말 제공 시스템을 언급할 수 있다.

세 번째 요건으로 용도를 다루어야 할 것이다. 이에 차별화된 서비스 제공을 위해 e-비즈니스 모델 개발 사업을 위한 키워드 추출 필수 요소기술로 활용됨을 의미한다.

네 번째 요건으로 수요자 및 수요자의 요구를 들 수 있다. 이에 e-비즈니스모델 활용 사업자의 사업 전략/신속한 외부 데이터베이스 운영업자의 관련 정보 취득/도소매 업자의 정보중개인 역할/마케팅 전문업자의 신속한 캠페인 전략 정보로 활용/고객의 요구사항 접수 및 불만요소 해결이 다루어져야 할 것이다.

II IV. 결 론

가트너 그룹의 정의에 따르면 CRM이란 “신규 고객 획득, 기존 고객 유지 및 고객 수익성을 증대 시키기 위하여 지속적인 커뮤니케이션을 통해 고객 행동을 이해하고, 영향을 주기 위한 광범위한 접근이다.”라고 정의하고 있으며 다른 문헌 (“e-비즈니스 모델에 맞는 e-CRM”)에서는 “고객에 대한 광범위하고 심층적인 지식을 바탕으로 개개인에게 적합한 차별적 제품/서비스를 제공함으로써 고객과의 관계를 지속적으로 강화해 나가

는 마케팅/경영혁신 활동”으로 정의하고 있다. 이러한 고객 관계 관리 및 기타 e-비즈니스 모델에서 고객을 만족시키기 위해 이루어지는 다양한 시스템들은 고객이 접근하는 인터넷 환경에서 원하는 항목 및 사이트 등을 찾기 위해 1차적으로 키워드 입력이 이루어진다. 이에 본 연구에서는 사용자의 만족도 향상을 위한 키워드 추출 시스템에서 갖추어야 할 구성 요소에 대해 살펴보았다. 이를 통해 신속한 사용자 서비스 구축과 적용 내용을 구체화 할 수 있을 것으로 판단된다.

참고문헌

- [1] Kozaburo Hachimura, "Retrival of Paintings Using principal Color Information", IEEE Proceedings of ICPR, 1996
- [2] Chung-Sheng Le, Rakesh Mohan and John R. Smith, "Multimedia Content Description In the InfoPyramid," IEEE ICASSP, Vol.6, pp3789-3792, 1998
- [3] Ajay divakaran, Hirofumi Nishikawa, Kohtaro Asai, "A Description Scheme For Video Based On Feature Extraction In the Compressed Domain", IEEE, pp278-279, 2000