

학생관계관리 모델을 적용한 홈페이지 개발

박주환 · 오성균 * · 이재호 **
부친삼곡초등학교
서일대학 전자계산과 *
인천교육대학교 컴퓨터교육과 **

요 약

고객관계관리 기술은 고객의 로열티 향상을 통해 이익 증대를 목적으로 한다. 현재 인터넷상의 교육용 사이트들은 구조화되지 못한 경우가 대부분이며, 아동 개개인에 대한 차별화된 서비스는 제공하지 못하고 있는 실정이다. 고객과 기업의 관계는 아동과 교육 사이트의 관계와 크게 다르지 않으므로 교육환경에서도 유용하게 이용될 수 있다. 본 논문에서는 CRM 이론에 대하여 알아보고, CRM 이론이 적용된 상업용 사이트와 널리 알려진 교육용 포털사이트 및 학교 홈페이지를 분석하여 효율적인 학생관계관리를 위해서는 어떤 개인화된 서비스가 필요하며, 학교 홈페이지가 어떠한 형태로 설계되어야 하는지에 대해 알아보았다. 그리고 회원가입, 관리자메뉴, 개인화설계, 학생에 대한 오피, 커뮤니케이션 측면에서 부분적으로 구현하였다.

Development of Homepage by using eSRM Model

Juhwan Park · Sungkyun Oh * · Jaeho Lee **
Puchon Simgok Elementry School
Seoil College, Dept, of Computer Science *
Inchon National Univirsity of Education, Dept. of Computer Education **

ABSTRACT

Customer relationship management skills seeking to increase profits through an elevation in customer loyalty. Education sites are not structured, and are not able to provide the customers with needed services. As the company-customer relationship is not much different from the education portal site-student relationship, CRM can be utilized in educational environments as well. This paper looked into the CRM theory, and through analyses of CRM-applied commercial sites and well-known education portal sites and school homepages, aims to present which individualized services are needed and how school homepages should be designed for effective student relation management. On the basis of school homepage design, we implemented partly sign-up form, admin's menu, and personalization design.

1. 서론

다가오는 21세기 비즈니스 상황에서 변하지 않을 단 하나의 사실이 있다면 그것은 바로 급격한 변화의 연속이 될 것이라는 점이다. 전세계를 묶는 인터넷을 통한 네트워크가 가속화되어 기업은 점점 더 고유의 영역을 잃어 갈 것이다. 또한 날마다 새롭게 출현하는 e-컴퍼니들과의 치열한 경쟁 등 기존의 전략으로는 대응할 수 없는, 전에 없던 새로운 환경이 도래하고 있는 것이다.

고객들의 행동을 완벽하게 이해하기 위해 등장한 새로운 과학이 있다. 이것이 흔히 'CRM' 이라고 일컬어지는 '고객관계관리(Customer Relationship Management)' 이론이다. 이러한 과학의 성공적인 활용을 통해 기업들은 새로운 환경하에서 고객들과의 긴밀한 관계 유지 및 형성을 통해 높은 수익을 보장받을 수 있음은 물론 재투자자를 통해 지속적인 성장을 할 수 있다.

CRM은 이제, 개별 고객에게 중요한 가치가 무엇인지 이해하는 과정이며, 이러한 지식을 이용하여 고객이 진정으로 원하는 편익을 제공하고 따라서 기업과의 거래를 유지할 수 있도록 지원하는 기업전략으로 자리 매김하고 있다.

현재 각급 학교가 직접 홈페이지를 구축하고 운영함으로써, 기보급된 교단선진화 장비 및 전산망 시설을 적극 활용하고, 홈페이지 활용을 통한 정보의 공유와 ICT 교수-학습을 실천한다는 취지아래 거의 모든 학교의 홈페이지가 구축되었다. 그러나 구축에 급급했고, 모든 것을 정보화 담당교사가 해결해야 하는 현실적 여건 때문에 대다수의 학교 홈페이지는 학교 소개와 게시판 수준에 머물고 있는 것이 현실이다. 초기에는 학생들이 호기심 차원에서 접속을 하였으나, 시간이 지남에 따라 활용도가 점점 낮아지고 있는 실정이다.

학생들의 활발한 학교 홈페이지 이용을 통해 얻을 수 있는 교육적 효과는 다양하다. 그러나 그렇다고 해서 강제적으로 홈페이지를 이용하게 할 수는 없는 것이다. 대부분의 학교 홈페이지가 구축된 지금의 시점에 와서는 학생관계관리 측면에서의 접근이 요구되고 있는 것이다.

학생을 대상으로 하고 있는 교육용 웹사이트에서

도 아동의 흥미와 방문을 유도하기 위해서 다양한 노력을 하고 있으나 이것만으로는 부족하다. 아동이 그 사이트에 접속했을 때, 자신이 존중받는다라는 것을 느끼고, 지속적인 관계를 통해 충성도를 높일 수 있어야 한다. 이를 위해서는 질 높은 콘텐츠를 갖추는 것을 떠나 개인화된 서비스, 다양한 커뮤니케이션 수단 등이 필요하며 학생관계관리를 통해 해결할 수 있다고 본다.

본 논문에서는 CRM 이론에 대하여 알아보고, CRM 이론이 적용된 상업용 사이트와 널리 알려진 교육용 포털사이트 및 학교 홈페이지를 분석하여 효율적인 학생관계관리를 위해서는 어떤 개인화된 서비스가 필요하며, 학교 홈페이지가 어떠한 형태로 설계되어야 하는지에 대해 알아보고 회원가입, 관리자 메뉴, 개인화 설계, 학생에 대한 오피, 커뮤니케이션 측면에서 부분적으로 구현하였다.

학생관계관리(eSRM)는 교육용 사이트에서 개인화된 서비스와 지속적인 커뮤니케이션을 통해 학생들의 충성도를 향상시키는 방법을 의미하며, [4]에서 최초로 제안한 개념적 용어이다.

본 논문의 2장에서는 CRM 관련 이론들에 대하여 알아본 후 기존 사이트 분석을 통해 등록데이터와 학교 홈페이지에 응용가능한 서비스를 추출하며, 3장에서는 학교 홈페이지의 구조를 설계하고, 4장에서는 학생관계관리 모델을 적용한 학교 홈페이지를 구현하며, 5장에서는 결론을 제시한다.

2. 관련연구

현재 많은 국내외 기업들이 CRM을 도입하였거나 도입을 검토 중에 있다. 우리나라에서도 초기단계이기는 하지만 백화점, 쇼핑몰 등을 중심으로 급격히 확산되는 중이다. 본 장에서는 기구축된 상업용 eCRM 관련 사이트를 분석하여 어떤 형태로 고객관계관리 활동을 하고 있는지 알아보고 널리 알려진 아동 대상의 교육 포털사이트와 학교 홈페이지에서의 학생관계관리 활동과 비교 및 분석하였다.

2.1 고객관계관리 기술

CRM에 대해서 통일된 정의는 없다. 마케팅, 교수, 경영 전략 컨설턴트, IT 전문가 등 다양한 분야의 사람들이 자기 입장에서 CRM을 이야기하고 있다. 다만 고객관계경영이라는 용어 자체에서 알 수 있듯이 고객과의 장기적 관계를 강조한다는 점에서는 모두 공통점을 갖는다. 이런 공통점을 체계적으로 정리해 보면 CRM이란, '고객에 대한 광범위하고 심층적인 지식을 바탕으로 개개인에게 적합한 차별적 제품/서비스를 제공함으로써 고객과의 관계를 지속적으로 강화해 가는 마케팅/경영혁신활동'이라고 할 수 있다[2].

2.2 기존 사이트 분석

CRM 이론을 다루는 인터넷 사이트에서 CRM 구축사례로 소개된 국내 상업용 사이트 6개를 선정하여 주로 어떠한 방법으로 고객관계관리 활동을 하고 있는지 분석한 결과 상업용 CRM 사이트에서는 고객 유지 관리 측면에서 이미 상당한 진보를 이루고 있었다. 개인화 설계, 우량고객에 대한 혜택, 커뮤니티케이션 수단 등의 측면에서 다양한 고객 중심 서비스가 실시되고 있다.

교육 포털 사이트에서는 활동이 활발한 학생에 대한 혜택이 거의 없었다. 다만 일부 사이트에서만 활동이 활발한 학생에게 관리 책임을 맡기거나 상품 구매 혹은 정보 제공시 포인트 적립 및 사이버 캐쉬 제도를 운영하는 수준에 그치고 있다.

2000년도에 실시된 경기도 학교홈페이지 경연대회에서 입상한 50여개 학교중 '고객관계관리'이론의 관점에서 의미가 있다고 판단되는 8개 학교를 골라 학생관리 활동과 커뮤니케이션 수단의 관점에서 분석한 결과 대부분의 학교 홈페이지는 사용 대상이 학교에 재학하고 있는 전제하에 구축·운영된다는 특성을 지니고 있어 회원등록을 통한 관리활동이나 부가적 혜택 서비스는 거의 없는 실정이었고 단순히 학교활동에 관한 정보를 제공하거나, 학년별 혹은 학급별 게시판을 제공하는 수준에 머물고 있다.

2.3 등록데이터 추출

학교 홈페이지의 회원가입양식을 제안하기 위해 상업용 CRM 사이트, 교육 포털사이트, 우수학교 홈페이지를 분석해 본 결과 다음과 같은 시사점을 얻게 되었다. 상업용 CRM 사이트에서는 기본입력사항 이외에도 개인화된 서비스를 제공하기 위한 항목이 포함되어 회원가입시 보다 많은 시간을 요하였다. 일부 교육 포털사이트에서도 CRM 이론을 적용하기 위한 시도를 엿볼수 있었으나 대부분의 경우 개인 신상정보를 입력하는 수준에 머물러 있었다. 학교 홈페이지의 경우 회원가입을 하도록 요구하는 학교가 극히 드물었는데 이것은 학교환경의 특수성에서 그 이유를 찾아볼 수 있다.

위에서 언급한 세가지 군의 회원가입시 등록데이터를 분석해 본 결과 사용자 ID, 추천인 ID/이메일 주소, 본인 이메일주소, 비밀번호, 이름, 성별, 등과 같은 기본 입력사항과 취미, 관심분야, 교육받고싶은 분야 등의 선택입력사항, 그리고 부모님정보를 학교 홈페이지의 등록 데이터로 선정하였다.

2.4 학교홈페이지에 응용 가능한 서비스 추출

현재 상업용 eCRM 사이트에서 실시되고 있는 다양한 고객관계관리 서비스중 eSRM 측면에서 응용 가능한 서비스는 맞춤 서비스, 추천 서비스, 미결정 서비스, 고객주문 서비스, 알림 서비스, 로열티 프로그램 등이 있는데 이를 응용하여 학습 콘텐츠 검색 서비스, 교육용 콘텐츠 추천 서비스, 학습 콘텐츠 주문서비스, 학습 콘텐츠 알림 서비스, 로열티 프로그램을 학교 홈페이지에 응용 가능한 서비스로 제안하였다.

3. 학교 홈페이지의 구조 설계

3.1 가입양식

상업용 CRM 사이트와 교육 포털사이트 및 학교 홈페이지의 가입양식을 분석한 결과 너무 많은 입력 항목은 학생들에게 거부감을 줄 수 있으므로 기본입력사항과 선택입력사항으로 구분한 후 선택입력사항

을 입력한 아동에게는 일정한 보상을 주도록 구성해야 한다. 상업용 CRM 사이트와는 달리 학교에서는 재정적 상황을 고려하여 비금전적 혜택을 주어야 할 것이다. 학교 홈페이지의 경우에는 기본입력사항과 더불어 학교의 현실에서 실현가능한 서비스를 제공하기 위하여 항목을 2-3개정도 추가하는 것이 바람직하며, 필요에 따라 부모님정보 입력항목을 추가할 수도 있다. 학교 홈페이지 가입양식의 예시는 <그림 1>과 같다.

<그림 1> 학교 홈페이지 가입양식의 예시

3.2 학생에 대한 오피 결성

학생에 대한 오피는 학습컨텐츠 측면의 오피와 부가적 혜택 측면의 오피로 나누어 볼 수 있다. 학습컨텐츠 측면의 오피는 맞춤 학습페이지 제공서비스와 학생에게 적합한 학습컨텐츠제공 서비스로 나누어 볼 수 있다. 맞춤 학습페이지 제공서비스는 개인화 페이지에서 제공될 수 있는데 학생의 학년, 관심분야, 과목 등을 분석하여 이에 적합한 학습컨텐츠를 제공하는 것이다. 부가적 혜택 측면의 오피는 크게 금전적 혜택과 비금전적 혜택으로 나누어 볼 수 있는데 금전적 혜택은 운영자 측면에서 볼 때 부담이 크기 때문에 비금전적 혜택에 비중을 두어야 한다. '에듀피아'에서는 개인별로 아바타를 선택하고 이용도에 따라 지급되는 사랑지수를 축적하여 아바타를 꾸미거나 성장시키는데 사용하고 있다. 아동들에게 금전적 혜택을 제공하는 대신 사랑을 가지고 꾸준히

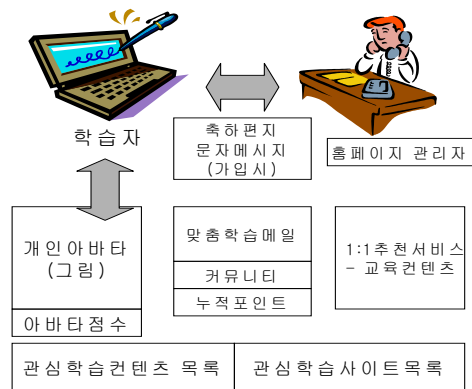
학교 홈페이지를 방문할 수 있는 좋은 부가적 혜택이라고 볼 수 있다. 학생에 대한 부가적 혜택은 <표 1>과 같다.

<표 1> 학생에 대한 부가적 혜택

비금전적 혜택	정보욕구 충족	맞춤학습 e-mail 맞춤 웹페이지 주문형 정보제공
	자기존경 욕구충족	가입시 감사/축하편지발송, 문자메시지 전송 홈페이지 관리자의 응대(전화, 메일) 학생 커뮤니티에 대한 지원
	성취욕구 충족	아바타 점수제 계급제(금별, 은별, 동별)

3.3 개인화 설계

개인화는 고객의 개인적 특성에 적합하게 상품이나 부가적 혜택의 오피를 제공하는 것이다. 오피가 결정된 다음에 한사람 한사람의 학습자에게 어떻게 전달할 것인가에 대한 방법적인 측면이라고 볼 수 있다. 축하편지와 문자메시지는 가입시에 제공하고, 사이트 방문과 학습 활동 정도에 따라서 포인트를 지속적으로 지급하며, 로그인시 아동에게 적합한 교육용 컨텐츠를 추천해 준다. MY-page에서는 관심있는 컨텐츠나 사이트의 목록을 제공하고 항상 떠있는 개인 아바타를 통해 학습동기를 유발할 수 있다.



<그림 2> 학교 홈페이지의 개인화설계

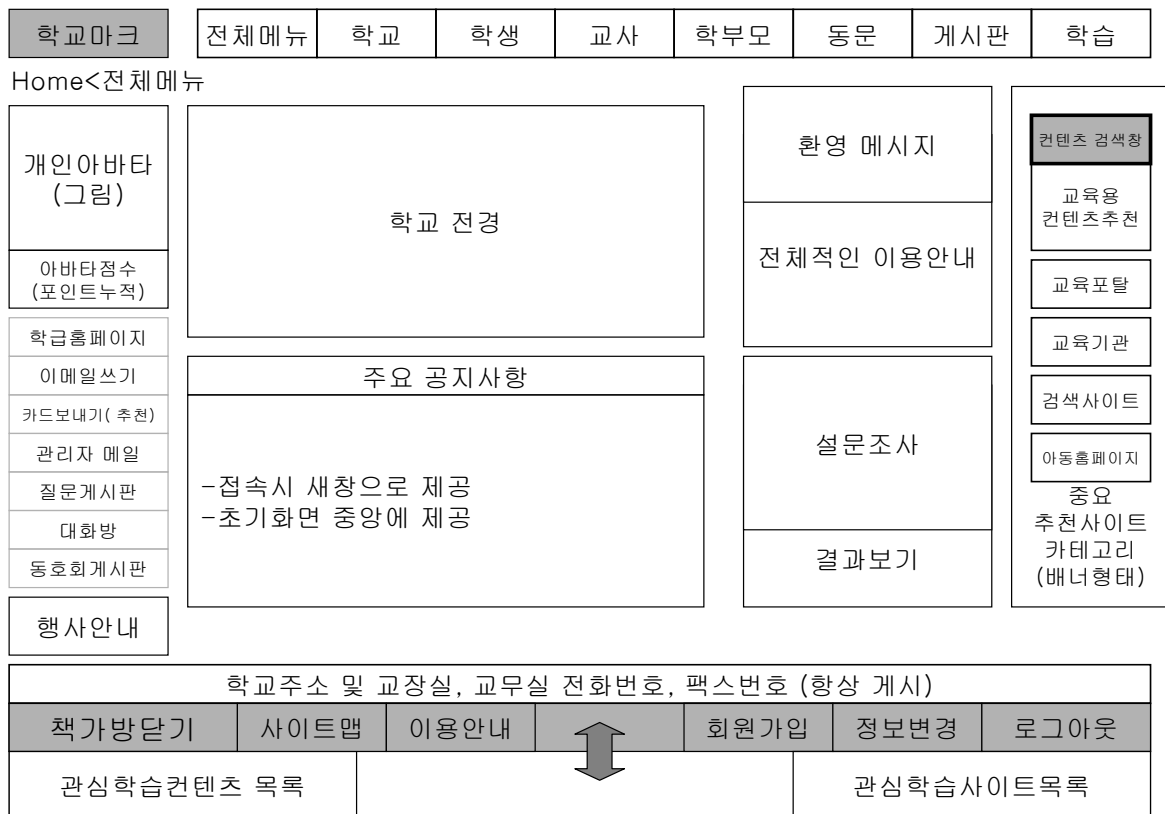
3.4 학교 홈페이지 구조도

기존 홈페이지의 분석을 통해 수집한 자료와 학생에 대한 오피, 개인화 설계, 커뮤니케이션 설계 등을 토대로 하여 학생관계관리 이론을 기반으로 한 학교 홈페이지의 구조를 설계하였다.

학교 홈페이지는 크게 볼 때 eSRM 사이트속에 포함되기는 하지만 이용하는 대상이나 홈페이지 제작 및 관리 측면에서 상당한 차이를 갖는다. eSRM 사이트가 전체 학생 및 학부모, 교사들을 대상으로 하는 반면 학교 홈페이지는 한 학교의 학생, 교사 및 학부모를 대상으로 한다. 물론 타 학교의 학생이나 교사들이 필요에 의해 방문할 수도 있겠지만 주된 이용자는 국한되어 있다고 할 수 있다. 또한 홈페이지를 제작 및 관리하는 사람이 전문적인 지식을 가진 웹디자이너나 프로그래머가 아닌 정보 담당 교사

이기 때문에 그러한 점을 고려하지 않을 수 없다.

상단의 대분류 카테고리는 학교 홈페이지를 이용하는 고객을 5개의 그룹으로 나누어 각자에게 맞는 메뉴를 쉽게 접근하게 함으로써 이용의 편리성을 도모하였고, 메뉴 하단에는 아동들이 현재의 메뉴를 확인할 수 있도록 제시하였다. 초기 화면의 중앙에는 접속자에게 필요한 주요 공지사항을 게시하고, 우측에는 환영 메시지나 전체적인 이용안내 또는 아동들의 의견을 수렴하기 위한 설문 조사창을 배치하였다. 우측에는 아동들에게 필요한 추천사이트를 카테고리화하여 손쉽게 이용할 수 있도록 하였고, 교육용 콘텐츠 검색을 위한 검색창을 배치하였다. 책가방 열고 닫기 창 위에는 학교 연락처를 항상 게시하여 학생이나 학부모들이 필요시에 손쉽게 연락정보를 얻도록 하였다.



<그림 3> 학교 홈페이지 구조도

<표 2> 학교 홈페이지 메뉴설명

메뉴	설명
개인아바타	회원가입시 선택한 아바타 출력.
아바타점수	접속횟수, 이용실적에 따른 점수표시.
학급홈페이지	로그인한 학생의 학급홈페이지로 이동.
카드보내기	친구에게 카드를 발송할 수 있음.
질문게시판	학교홈페이지 운영과 관련된 질문을 올리는 곳.
대화방	친구들과 실시간 대화를 나눌 수 있음.
동호회게시판	관심분야가 비슷한 학생들을 위한 게시판.
행사안내	학교의 중요한 행사안내
컨텐츠검색창	학교홈페이지 내의 학습컨텐츠를 검색해 줌.
교육용 컨텐츠추천	로그인한 학생에게 맞는 컨텐츠를 추천해줌.
책가방닫기	화면확보를 위해 하단부 메뉴를 일시적으로 사라지게 함.
사이트 맵	사이트의 전체 구조를 한눈에 볼 수 있음.
이용안내	학교홈페이지의 이용방법을 안내함.
회원가입	학교홈페이지의 회원으로 가입함.
정보변경	회원가입시 입력한 정보를 변경함.
관심학습 컨텐츠 목록	관심있는 컨텐츠 주소를 저장하여 원할때 이용함.
관심학습 사이트 목록	관심있는 사이트 주소를 저장하여 원할때 이용함.

4. 학교 홈페이지 구현

학생관계관리이론(eSRM)을 기반으로 하여 회원가입, 관리자메뉴, 개인화 설계, 커뮤니케이션 측면에 대해 부분적으로 구현하였다.

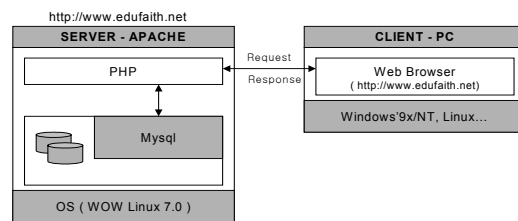
4.1 개발 환경

학교홈페이지의 구현시 기본적인 운영체제 기반은 WOWLinux 7.0으로 하였고, 개인화된 서비스는 PHP 4.0으로 구현하였다. 본 논문에서 사용된 하드웨어 및 소프트웨어 개발환경은 <표 3>과 같다.

<표 3> 서버 시스템 개발환경

구분	사양	
H/W	CPU	Intel Pentium III 450
	RAM	128MB
	HDD	16.9GB
	NIC	Ethernet 10M/bps
S/W	OS	WOW Linux 7.0
	Web Server	Apache
	DB Server	Mysql 3.23.36
	Web Browser	MS Internet Explorer 5
	Language	PHP 4.0
	HTML	나모 웹에디터 4.0

본 시스템에서는 웹과 데이터베이스 연동을 위해 PHP와 MySQL을 이용하였다. PHP는 HTML 파일 내부에 사용 가능한 스크립트 언어(server-side HTML-embedded language)로서 웹 페이지 작성시 데이터베이스 연동을 쉽게 해준다. PHP와 MySQL을 이용한 시스템 구성도는 <그림 4>와 같다.

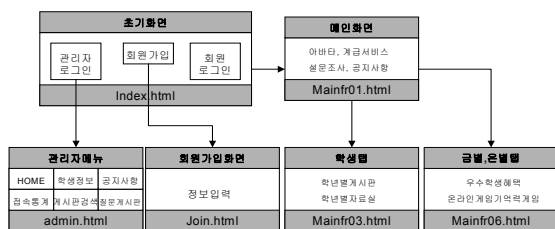


<그림 4> PHP와 MySQL을 이용한 시스템 구성도

4.2 학교홈페이지 흐름도

구현된 학교 홈페이지의 흐름도를 살펴보면, 초기 화면에서 이미 가입한 학생은 로그인, 가입이 안된 학생은 회원가입 후 로그인, 관리자는 별도의 창에서

로그인하게 된다. 관리자는 관리메뉴에서 학생정보검색, 공지사항설정, 접속통계, 게시판검색, 질문게시판 답하기 등을 할 수 있다. 이는 관리자에게 필요한 메뉴를 모아 관리의 효율성을 높이고, 학생관계관리에 필요한 작업을 하기 위함이다. 사용자는 로그인 후 어느 탭에서나 개인화 서비스, 커뮤니케이션 서비스를 받을 수 있으며, 활동이 활발한 아동에게는 부가적 혜택으로 급별, 은별 탭을 추가적으로 이용할 수 있다. 구현된 학교 홈페이지의 흐름도는 <그림 5>와 같다.



<그림 5> 학교 홈페이지 흐름도

3장에서 설계한 학교홈페이지 구조와 구현된 학교 홈페이지 그리고 타학교 홈페이지에서의 eSRM 서비스 내용 비교는 <표 4>와 같다.

<표 4> eSRM 서비스 비교

eSRM에서의 명칭	제안	구현	타학교
회원가입	○	○	×
관리자메뉴	○	○	×
학습컨텐츠 검색서비스	○	×	×
교육용 컨텐츠 추천서비스	○	×	×
개인별 학습 컨텐츠 목록서비스	○	×	×
학습 컨텐츠 주문서비스	×	×	×
학습 컨텐츠 알림서비스	○	×	×
로열티 프로그램	○	○	×
커뮤니티 서비스	○	○	○
추천서비스	○	×	×

4.3 회원가입

초기화면에서는 학교행사 동영상과 방문환영 메시지 및 학교소개가 나타나며, 회원가입 버튼을 누르면 회원가입 화면이 나타난다. 회원가입 화면에서는 기본입력 사항과 선택입력 사항을 입력한 후 신청하기 버튼을 누르면 신청한 아이디와 패스워드로 학교 홈페이지를 이용할 수 있게 된다. 회원가입 후에는 축하메일이 자동으로 발송된다. 회원가입시에 입력한 데이터는 개인화된 서비스를 하기위한 기초 자료로 이용된다. 회원가입 화면은 <그림 6>과 같다.



<그림 6> 학교 홈페이지 회원가입 화면

4.4 개인화 서비스

학생탭에서는 과목별 자료실과 학년별 게시판, 개인 메모장, 관심학습사이트 목록 등을 제공한다. 회원가입시 선택한 아바타가 화면 좌측 상단에 항상 출력되고, 학교 홈페이지의 이용정도에 따른 계급과 점수가 아바타 하단에 출력된다. 학생탭의 화면은 <그림 7>과 같다.



<그림 7> 학생탭의 화면

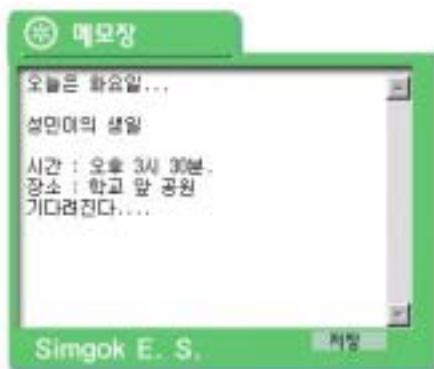
아바타 점수는 회원가입시 기본적으로 100점을 제공하며 1회 로그인에 3점, 게시판에 글쓰기 5점, 자료실에 자료를 등록했을 때 10점이 부여된다. 누적된 점수에 따라 아바타 계급이 부여된다.



은별 : 412 점

<그림 8> 아바타

학생탭에서 제공되는 메모장은 개인화 서비스의 하나로 자신에게 필요한 일정이나 할 일 등을 메모하여 편리하게 이용할 수 있다.



<그림 9> 아동탭의 메모장

금별, 은별 탭은 아바타 점수가 300점 이상인 금별, 은별 계급의 학생만 입장 할 수 있으며, 기억력 게임과 온라인 게임 등의 부가적 혜택을 제공한다. 동별계급의 학생이 이 탭을 눌렀을 경우에 입장은 가능하나 링크 부분을 제어하여 게임을 이용할 수 없다. 금별, 은별 탭 화면의 모습은 <그림 10>과 같다.



<그림 10> 금별, 은별 탭 화면

5. 결론

고객의 충성도 향상을 통해 이익증대를 도모하는 고객관계관리 기술은 on-line과 off-line에서 널리 활용되고 있다. 개별 고객에게 중요한 가치가 무엇인지 파악하고 고객이 진정으로 원하는 편익을 제공하여 기업과의 거래를 유지하는 고객관계관리 기술은 이제 기업의 중요전략으로 자리 매김하고 있다. 기업과 고객의 관계는 교육포털사이트와 학생의 관계와 크게 다르지 않으므로 고객관계관리 기술은 교육환경에서도 유용하게 이용될 수 있다.

현재 수많은 교육용 사이트가 운영되고 있으나 학생의 입장에서 원하는 요구를 파악하여 유용한 서비스를 제공하는 사이트는 찾아보기 힘들다.

이에 본 논문에서는 고객관계관리 기술을 적용한 학교 홈페이지 구조를 설계한 후, 핵심 서비스 내용을 포함하는 홈페이지를 개발하였다. 학교 홈페이지 설계에서 학교 홈페이지 가입양식의 기본형태를 제시하였고, 학생에 대한 오피, 개인화 설계, 커뮤니케

이선 측면에서 아동과의 관계에 적합하도록 CRM 이론을 변형하여 및 학교 홈페이지의 기본구조를 설계하였다. 설계한 내용을 바탕으로 회원가입, 관리자 메뉴, 개인화설계, 학생에 대한 오피, 커뮤니케이션 측면에서 부분적으로 구현하였다.

고객관계관리 기술을 적용한 학교 홈페이지의 활용을 통해 다음과 같은 효과를 기대할 수 있다.

첫째, 아동 개개인과의 지속적인 관계유지를 통해 학교 홈페이지 이용이 활성화 될것이다.

둘째, 학교 홈페이지 이용의 긍정적인 측면이 부각 될 것이다.

셋째, 다양한 형태의 아동상담을 통한 인성교육 측면에서의 효과를 기대할 수 있을 것이다.

넷째, 교사와 아동 그리고 학부모간의 커뮤니케이션 통로로서 관계 증진에 기여할 것이다.

학습자의 편의를 고려하지 못하고 구조화되지 못한 교육사이트는 오랫동안 살아남지 못할 것이며 아동들에게 외면당할 것이다. 단순히 질높은 콘텐츠를만 제공하기 위해 노력하던 수준에서 벗어나 아동학습의 편리성을 극대화하고, 자신이 그 사이트의 회원이라는 사실에 자부심을 느낄 수 있도록 하는 eSRM 측면에서의 노력은 계속 되어야 할 것이다.

향후 연구에서는 학생들을 보다 다양한 기준에 의해 세분화된 계급으로 분류하고, 계급별로 어떤 서비스를 제공할 것인지, 그리고 개인화 설계 측면에서 어떤 요소들이 추가되어야 할 것인지에 대한 연구가 이루어져야 할 것이다. 커뮤니케이션 측면에서 학생과 학교라는 특수한 관계를 고려하여, 관계를 긴밀하게 할 수 있는 방법이 강구되어야 할 것이다. 또한 계급별 서비스를 제공할 때 오락적 측면과 교육적 측면을 동시에 고려하여 제공할 수 있는 방법에 대한 면밀한 연구가 필요하다.

참고문헌

[1] 김재문, e-비즈니스 모델에 맞는 eCRM 구축·실행 가이드, 서울:거름출판사, 2000.
 [2] 이경희·이소영 역(2000). 그림으로 쉽게 이해하는 e-CRM 마케팅. 국립증권경제연구소.
 [3] 박주환, 이순미, 이재호(2001). “교육환경에서 고

객관계관리 기술의 활용 전략”. 동계학술발표논문집. 제 7권 1호. 정보교육학회.

[4] 박주환, 학교 홈페이지용 학생관계관리 모델의 설계 및 구현, 인천교육대학교 교육대학원 석사학위논문, 2001.
 [5] 프레드릭 뉴엘, Loyalty.com(2000), 삼성전자 글로벌마케팅연구소 (역, 2000), CRM.com.,
 [6] 한국NCR CRM 컨설팅 그룹, CRM의 이론과 사례, 서울:한국능률협회, 2000.
 [7] 알렉스 버슨 외 2인, Building Data Mining Applications for CRM(1999), 홍성완외 (역, 2000), CRM을 위한 데이터마이닝. 대청출판사.
 [8] www.ciokorea.com
 [9] www.mcredit.co.kr
 [10] www.human21.new21.org/main2.htm
 [11] www.DBMinfo.co.kr
 [12] www.SAS.com/offices/asiapacific/korea/
 [13] www.crm.co.kr
 [14] cafe.daum.net/CRM/
 [15] http://www.yes24.com
 [16] http://www.auction.co.kr
 [17] http://www.samsungmall.co.kr
 [18] http://e-hyundai.com/
 [19] http://cybermall.co.kr/
 [20] http://www.011e-station.com/
 [21] http://www.i-wa-i.com/
 [22] http://www.edubox.com/
 [23] http://www.schoolpolis.com/
 [24] http://www.openclass.net/index2.phtml
 [25] http://iqbank.net/
 [26] http://www.dig.co.kr/
 [27] http://www.edupia.com/

박 주 환

1994 : 춘천교육대학교 미술교육과 학사
 2001 : 인천교육대학교 교육대학원 초등컴퓨터교육과 석사
 1998-현재 부천 심곡초등학교 교사
 관심분야 : WBI, 학생관계관리, 교육용 콘텐츠설계

오성균

홍익대학교 전자계산학과(이학사)
연세대학교 산업대학원 전자계산학과(공학석사)
홍익대학교 대학원 전자계산학과(이학박사)
1987-현재 : 서일대학 전자계산과 부교수
관심분야 : 능동 데이터베이스, 분산 데이터베이스,
멀티미디어 데이터베이스

이재호

홍익대학교 공과대학 전자계산학과 졸업(이학사)
홍익대학교 대학원 전자계산학과 졸업(이학석사)
홍익대학교 대학원 전자계산학과 졸업(이학박사)
1989-1996 : 한국전자통신연구원(ETRI) 선임연구원
1996-현재 인천교육대학교 컴퓨터교육과 조교수
1998-2001 : 한국정보교육학회 총무이사
2001-현재 : 한국정보교육학회 기획이사
1997-현재 : 한국정보처리학회 시스템통합연구회 및
우정기술연구회 운영위원
1997 : 현대정보기술(HIT) 자문교수
1999-2000 : (주)트론웰 기술고문
2000-현재 : 서울시 소방방재본부 및 종합방재센터
자문교수
2001-현재 : 정보통신부 우정사업본부 자문교수
2001-현재 : 서울시 시정개발연구원 자문교수
연구분야 : 지능형 교육 시스템, 교육용 데이터베이스,
데이터베이스 이론
E-mail: jhlee@mail.inue.ac.kr