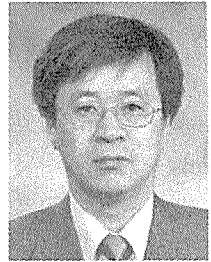


인터넷상에서 고객의 Home이 되기 위해

LG-Caltex 정유



진대호

〈LG-Caltex정유(주)주유소정보화팀〉

LG-Caltex정유가 사이버 공간을 통해 고객들에게 서비스를 제공하고자 하는 생각과 노력은 이미 정유업계 최초로 95년 10월부터 운영중인 PC통신 기업 포럼에서 표출되었고, 그 후 인터넷상에 회사의 홍보

및 각종 정보를 제공하는 www.lgcaltex.co.kr 사이트와 이벤트 및 마케팅을 구현하기 위한 lgcaltex.ecworld.net 사이트를 운영하여 독특한 구성과 새로운 시도들로 그 위상을 정립하여 왔다.



그리고 고객에게 하나의 사이트를 통해 일관된 서비스를 제공하기 위해 2000년 4월에는 이원화된 홍보사이트와 영업사이트를 통합하고, 고객을 위한 다양한 서비스들을 부가하여 홈페이지를 새롭게 오픈하였으며 지금에 이르고 있다.

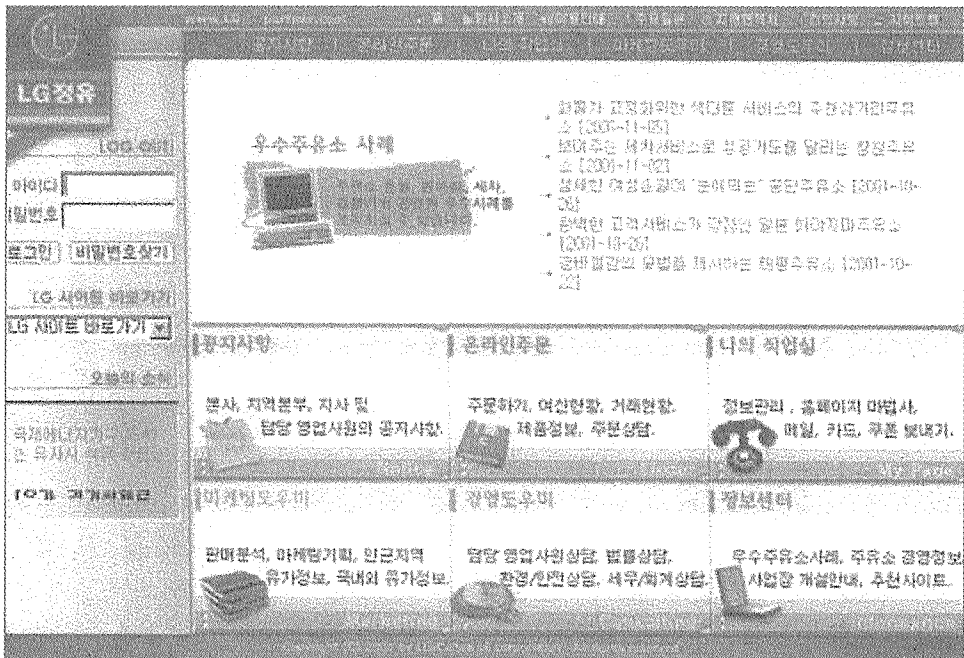
LG-Caltex정유 홈페이지는 회사의 정보를 빠르고 정확하게 전달하고 회사의 마케팅요구에 부응하며 B2C 서비스와 보너스카드 고객 개인에게는 맞춤형 서비스를, 회사 비즈니스 파트너에게 B2B 서비스를 제공하는 것을 목적으로 하고 있다.

홈페이지에서는 회사와 제품에 대한 소개와 회사의 뉴스들을 전달하고 오프라인에서 진행되는 이벤트 안내 뿐만 아니라 홈페이지에서도 다양한 경품을

가지고 행사를 진행하여 고객들에게 서비스하고 있다. LG정유 SIGMA6 보너스 카드 포인트 조회, 고객정보 수정 등의 기본 서비스와 자신이 지금까지 받은 보너스 카드 사은품에 대한 내용도 볼 수 있는 '사은품 지급내역', 홈페이지에서 사은품을 신청할 수 있는 '온라인 사은품 신청' 기능도 제공한다. 우편접수만으로 이루어지던 채용도 온라인으로 가능하도록 구현하였다.

상품권 주문, 난방유 주문도 홈페이지를 통해 할 수 있으며 배선일정 조회, 온라인 배차 조회 시스템을 SAP과 연계하여 제공하고 있다.

올 10월에는 홈페이지에서 대리점을 대상으로 서비스하던 온라인 주문 기능을 분리하여 다양한 부가 기능을 추가, B2B 고객들을 위한 전문 사이트인 www.LGePartner.com을 오픈 하였다.



LGePartner.com은 SAP와 연계한 온라인 주문/조회, 여신현황 조회 등 외에도 판매 분석, 유가정보 등의 주유소 운영을 위한 각종 정보를 제공하며 대리점, 직영/자영 주유소와 회사와의 원활한 커뮤니케이

션을 위한 중요한 채널이 되어 주고 있다.

LG-Caltex정유 사이트가 지금까지의 사이트와 가장 차별화 된 부분은 보너스카드 사용자에게 개인 맞춤형 서비스를 제공한다는 것이다.

우선 'My @energy'에서는 보너스카드 사용자에게 보너스카드 누적 포인트와 사용 가능한 포인트, 주거래 주유소 정보를 보여주며, 자신의 포인트로 신청 가능한 선물 목록도 확인할 수 있다. 그 외에도 이벤트 관련 정보나 개인의 최근 주유정보 등의 내용도 'My

@energy' 페이지에서 제공된다.

'Enjoy Car Life'에 있는 '차계부' 서비스도 회원들 개개인에게 맞춤형 서비스를 제공한다는데 그 의미가 있다. '차계부'는 보너스카드 회원 뿐만 아니라 비회원들도 '차계부'의 회원으로 가입하면 이용할 수

있으며, 주유기록, 윤활유 교환기록, 최근 정비기록, 납부금 등의 관리를 회원이 직접 할 수 있도록 되어있다. 보너스 카드 회원의 경우는 자신의 주유기록이 LG정유 주유소에서 보너스 카드를 이용함으로 해서 자동으로 관리가 된다.

또, '한국통신 정보기술(www.freemap.co.kr)' 과 연계하여, 고객이 찾아가기 원하는 LG정유 주유소, 충전소, 세차장, 또는 경정비소의 주소를 입력 받아 그 위치를 지도로 보여주거나 리스트를 출력해 줄 뿐만 아니라 출발지와 목적지를 선택해 주면 원하는 목적지까지의 최단거리를 찾아주는 기능도 제공한다. 물론 보너스카드 회원의 경우는 로그인 정보에 의해 자신의 집과 가장 가까운 주유소를 별도 주소 입력 없이 찾아 주도록 되어있다. 이 외에도 회사 홈페이지에서는 크고 작은 약 10여 종류의 콘텐츠와 각종 편리한 기능들이 제공된다.

이러한 홈페이지 개편을 통해 홈페이지 방문자와 보너스카드 고객의 수가 꾸준히 증가하였으며 지속적인 이벤트와 직접적인 고객정보 수정을 통해 정확한 고객정보 획득이 가능해졌다. 홈페이지 개편과 함께 시작된 이메일 마케팅도 고객 만족도 증대에 긍정적인 효과를 가져왔다. 2000년 9월에는 홈페이지를 통해 홈페이지 서비스에 대한 고객 설문조사를 대대적으로 실시하였으며, 이렇게 모아진 고객의 의견은 홈페이지 운영에 반영되었다.

그러나, 점점 인터넷을 통한 마케팅 요구가 다양해지고 고객들에게 좀더 비주요한 정보를 제공할 필요성이 대두되었으며, 이러한 요구를 모두 반영하고 고객에게 만족스러운 서비스를 제공하기 위해서는 회사의 홍보를 목적으로 하는 홈페이지와 고객에게 서비스를 제공하는 마케팅 사이트, 제품별 사이트 등 각 전문화된 사이트로 분리, 개편할 필요에 이르렀다.

그 결과 IT, 영업, 홍보 3개 부문의 협의 하에 준비 작업에 착수하여 인터넷 SI 업체를 선정하고 9월부터 본격적인 기획 작업에 들어갔으며 2002년 2월을 오픈 예정으로 홈페이지 Renewal을 진행하고 있다.

새롭게 구축 될 홈페이지는 고객의 Loyalty 제고와 수익창출의 기반을 마련한다는 목적 하에 보너스카드 고객을 위한 포인트관련 기능과 개인정보관리를 보강하고, 오프라인과 연계한 Contents와 특화서비스를 통해 고객의 만족도를 높이며, 인터넷의 특성을 활용하여 효과적인 정보 전달을 하기 위해 각 사이트가 독립된 내용을 가지고 구현 될 것이다.

인터넷상에서 고객의 Home이 되기 위해 회사의 홈페이지는 '다시 찾는 사이트', '편안한 사이트', '북마크(bookmark)하는 사이트'가 되도록 한다는 홈페이지의 일반 원칙을 명심하면서 고객 지향적인 사이트가 되도록 운영하여 나갈 것이다. 지속적으로 다양한 기능과 항목을 개발하고 적절한 표현방법을 찾아서 방문한 고객들에게 부담을 주지않고 자연스럽게 정보도 제공 받으며 즐길 수 있도록 할 계획이다.

지금은 항상 글에서만 읽던 '정보의 홍수' 라는 말이 실감나는 시대다. 물론, 그 배경에는 인터넷이 있다. 인터넷상에서 부유하는 수많은 '정보' 는 제대로 제공 될 때만 '즐거움' 이 될 수 있다.

우리 회사의 홈페이지도 고객이 무엇을 요구하는지 귀 기울여 회사만을 위한 'Home' 이 아닌 고객의 'Home' 이 되도록 전 임직원의 끊임없는 관심과 참여를 통하여 발전시켜 나갈 것이다. ☺