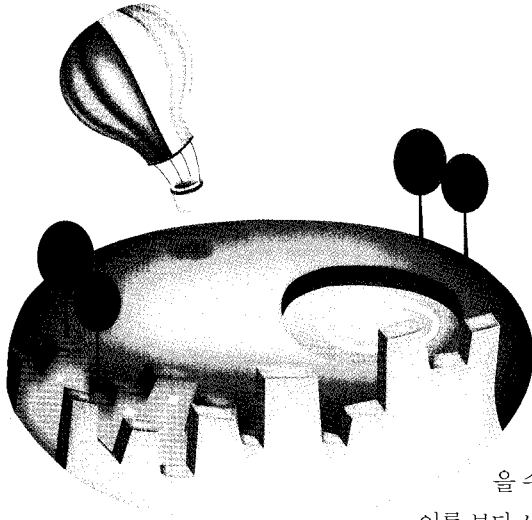


고객가치 창출 중심으로 전략체계 변화 고객을 위한 변신은 “무죄”

신대규 | 혁신기획팀 팀장 tkshin@kisa.or.kr



11월은 한 해동안 노력해 온 사업의 결실을 거두고, 새로운 한 해의 사업을 준비하는 가장 분주한 시기다. 국내 민간 정보보호 수준제고를 이끄는 KISA 역시 2009년 사업계획을 준비하며 분주한 11월을 보내고 있다. 매년 준비해 오는 차기년도 사업전략과 경영전략이지만 특히, KISA의 2009년 사업전략은 큰 변화방향과 차별성을 가지고 있다.

새롭게 준비되는 사업전략과 경영전략 수립의 가장 큰 변화의 축은 전략수립을 위한 환경 분석과 사업수행 계획 수립, 그리고 각 프로세스마다 고객관점을 강화해 고객이 실질적으로 차별화된 서비스를 받을 수 있도록 추진되고 있다는 점이다.

이를 보다 세분화해 살펴보면 첫째, 사업전략방향과 경영전략방향으로 구분했던 KISA의 중장기 발전전략이 사업, 경영시스템 이외에 고객방향을 추가해 3대 Sub Vision 체계로 변화했다는 점이다. 이에 따라, 사업과 경영 시스템 이외에 고객전략방향 아래에 전략과제를 배치하는 형태로 발전전략(안)을 개선했다. 이를 통해 KISA는 고객이 원하고, 고객에게 본질적인 가치를 전달하는 고객가치 창출전략체계가 강화될 것이다.

두번째로 실제적인 사업계획 수립 시 고객을 세분화해 분류하고, 고객별로 차별화된 대응전략을 세워 사업이 보다 다양한 고객의 특성과 요구에 맞춰 능동적으로 전개할 수 있도록 추진하고 있다. 지난 11월 10일부터 약 2주간 각 사업별 사업전략을 세우기 위한 Action Learning 교육을 추진해 사업별 고객 세분화 및 차별화 전략을 수립할 계획이다.

셋째, 6시그마 혁신과제 추진을 위해 과제 도출과정에서 내부 프로세스 관점뿐만 아니라, 고객관점에서 프로세스를 바라보는 Blue Print 작성을 통해 고객관점에서 KISA의 사업 프로세스를 진단해 보고 이슈를 도출할 계획이다. 이와 같은 이슈 해결을 위한 과제가 선정되면 구체적으로 고객관점에서 어느 부분이 어떻게 향상되는지 그 연계성을 확인할 수 있을 것이라고 기대된다. 또한, 내부 프로세스 진행과정에서 부서 간 협력체계가 어떻게 개선되어야 하는지에 대한 개선 방향을 도출하는데도 이용될 수 있을 것으로 예상된다. **S**

