



# SUCCESS STORY <sup>03</sup>

## United States Postal Service



세계 최고의 배송

### 미국 우체국, 오라클 기술을 활용하여 경쟁이 심한 시장에서 혁신을 견인하다

미국 우체국(USPS)의 명성은 신뢰성에 기반을 두고 있지만 그 DNA에는 혁신이 흐르고 있다. USPS는 미국 연방정부의 독립 기관으로써 일반적으로 알려지고 상업적으로 성공한 조직이 되기 오래 전부터 현대 사회의 가장 변혁적 기술을 실험하곤 했다. 철도, 항공, 자동차 - USPS는 이 모든 운송 수단이 널리 사용되기 오래 전부터 이미 사용하고 있었다. USPS의 실험 중 “미사일 우편”이라는 것이 있었는데, 이때 유도 미사일에 3천 통의 편지를 싣고 플로리다 해안의 잠수함 갑판에서 플로리다 메이포트의 해군 항공기까지 100 마일을 발사하였다. 비록, 미사일 우편이 상업적 성공을 거두지는 못했지만 USPS는 운영을 개선하고 더 나은 고객 서비스를 제공하기 위한 최첨단 기술의 실험을 지속하였다. Profit지는 USPS 데이터 관리 서비스 매니저인 댄 휴스턴과의 인터뷰를 통해 오라클 기술이 USPS의 웹, 모바일, 크로스 채널간 컨택 센터의 고객 경험 개선에 어떤 도움이 되었는지 들어보았다.





**Profit : USPS의 운영에서 데이터는 어떤 역할을 담당하나요?**

**휴스턴 :** 저희가 하는 모든 업무가 데이터에 의존하고 있습니다. 관리 대상 데이터만 해도 43 페타바이트로써 굉장히 큰 규모이지요. 속도로 말할 것 같으면 매일 수십억 건의 트랜잭션이 발생하고 있습니다. 운영에 미치는 영향에 있어서, USPS의 모든 운영 - 우편물의 분류 및 이동, 택배 배달 또는 고객 지원 - 은 데이터에 의존합니다. 현재는 예측적 분석과 규범 분석을 위한 노력을 시작한 상태입니다. 저희는 미래에 어떤 일이 벌어질 것인가를 예측함으로써 어떻게 하면 최고의 시나리오를 얻을 수 있는지 아는 능력을 확보하고 싶습니다. 비록 사람들은 다르게 볼 수도 있지만, 저는 USPS가 기술 기업이라 생각합니다. 저희는 최첨단 기술에 최대한 가까이 다가갈 수 있도록 고객들을 위해 가용성을 확보하고자 하였습니다.

**Profit : 이렇게 방대한 ODS (Operation Data System) 데이터가 고객을 위한 신규 서비스 창출에 어떤 도움을 주나요?**

**휴스턴 :** 저희는 이 데이터를 활용하여 업무량 예측과 보다 효율적인 이동 루트에 대한 결정을 내리고자 합니다. 운송량이 변화하고 주 7일 택배 배달 서비스를 시행함에 따라 루트에 대한 동적 정보가 필요하게 되었습니다. 특정 시점에 배달 차량이 어느 지점에 위치할지를 예측하여 새로운 택배가 접수되면 수거

를 위해 가장 적합한 차량을 배치시킬 수 있을 것입니다. 또한 저희는 고객보다 앞서가고자 합니다. 수동적으로 대응하는 것이 아니라, 고객이 앞으로 무엇을 필요로 할지를 미리 예측하고 다음 기능이나 다음 디지털 서비스를 요청할 때까지 앞서 기다리고자 합니다.

**Profit : 고객의 기대는 어떻게 변하였으며 USPS는 고객의 새로운 요구사항을 충족시키기 위하여 데이터와 애널리틱스를 어떻게 사용하고 있습니까?**

**휴스턴 :** 우리가 사는 시대는 사람들이 즉각적인 만족을 기대하는 “지금 당장”의 시대입니다. 이러한 기대치는 우편과 택배 서비스가 지 확장되었지요. 사람들은 자신의 물품이 어디까지 배송되었는지 알고 싶어 합니다. 무슨 요일에 배달될 것인지, 몇 시에 배달될 것인지를 알아야 사람이 기다리고 있다가 물건을 받을 수 있으니까요. 이러한 요구사항으로 인하여 USPS는 시스템 지연시간을 단축시켜야만 했고 이를 위해 실시간성과 투명성을 높여야 했습니다.

**Profit : USPS는 오늘날 시장에서 어떻게 혁신을 유지하고 있습니까?**

**휴스턴 :** USPS에게 혁신은 필수적 요소입니다. 저희는 과거에 항공, 미사일 우편, 조랑말 우편, 모든 가구 다이렉트 메일(Every Door Direct Mail), 주 7일 택배 배달, 식료품 배달, 균일 요금 등 우편 배달의 성공을 높이기 위한

잠재력이 있는 모든 기술을 실험하였고 투자해왔습니다. 자체적으로 기술을 개발할 수 없는 경우, 이러한 아이디어에 대하여 최대한 기여하여 시장의 몫으로 남겨두었습니다.

최근의 혁신 사업인 모든 가구 다이렉트 메일 또는 주 7일 택배 배달과 같은 서비스는 고객들에게 놀라운 기회와 증대된 유연성을 제공합니다.

예를 들어, 모든 가구 다이렉트 메일 서비스의 경우, 광고를 보내고자 하는 모든 가정의 주소를 일일이 알 필요가 없습니다. 단순히 하나의 루트를 선택하면 이 광고를 원하는 사람들에게 발송하는 것은 USPS의 몫입니다.

이 개념을 중심으로 추가적인 아이디어도 보유하고 있어서 이로써 광고업자들은 업무에 더욱 집중하면서 수월하게 광고를 할 수 있습니다. 주 7일 택배 배달 서비스는 매우 큰 성공을 거두었는데, 이를 통한 신규 시장의 창출과 택배 배달 영역에서 경쟁력 향상에 힘입어 저희는 이 서비스의 사용을 더욱 확장할 계획입니다.

**Profit : 오라클과 액센추어는 USPS의 더 나은 고객 서비스 제공 역량에 있어서 어떤 역할을 수행하였습니까?**

**휴스턴 :** 오라클 기술은 USPS의 대규모 미션 크리티컬한 프로젝트의 다수에서 핵심적인 역할을 했습니다. 몇 가지만 이야기 해보자면 오라클 데이터베이스부터 퓨전 미들웨어와 E-비즈니스 스위트까지 전체 오라클 스

택을 망라하는 여러 오라클 제품을 사용하였 습니다. 저희는 기술의 최첨단에 최대한 가까 이 다가가 고객을 위한 가용성을 확보하고자 하였습니다. 유지보수를 위하여 시스템을 온 종일 다운시킨다거나 실시간 데이터를 확보 하지 못하는 것은 더이상 용인될 수 없습니다. 사람들은 상황을 정확히 이해하기 위하여 전 화를 걸거나 링크를 클릭하고자 합니다.

따라서 시스템은 훨씬 더 큰 역량을 갖추어야 하고 이로 인해 복잡성이 커져갔지만 이때 액 션추어가 개입하여 USPS가 제대로 된 솔루션 을 설계하고 구상하도록 도움을 주었습니다. 액션추어는 오라클 기술 활용의 경험이 매우 많았고 저희의 비즈니스 프로세스도 소상히 알고 있었기에 바로 작업에 착수할 수 있었습 니다. 액션추어에게 적응할 시간을 줄 필요도 없었습니다. 왜냐하면 그들은 이미 여러 기술 이 잘 호환될 수 있도록 하는 방법을 알고 있었 기 때문입니다.

저희가 비즈니스 운영을 위해 매우 필수적인 시스템을 구축하는데 있어서 오라클과 액션 추어와의 만남은 한마디로 정말 멋진 파트너 십이었다고 말할 수 있습니다.

---

Monica Mehta는 Profit Magazine에 활발하게 기고하고 있다.

사고의 리더  
USPS 데이터 관리 서비스  
매니저 Dan Houston