



디지털 고객 서비스를 위한 필수 전략

 시작 가이드



소요 시간 11분



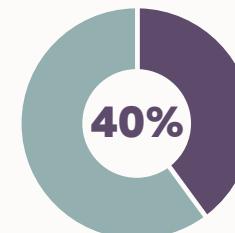
디지털 고객 서비스로 고객에게 선택권과 편의성 제공

누군가에게 최근의 고객 서비스 경험을 떠올려 보라고 하면 좋아하든 싫어하든 감정적인 반응이 나올 가능성이 높습니다. 일부 회사는 쓸어지는 바이럴 해시태그처럼 혼편없는 고객 서비스로 악명이 높습니다. 어떤 회사는 뛰어난 고객 서비스로 장기적인 고객 충성도를 얻습니다. 서비스 경험은 단기 고객 만족도와 장기 고객 충성도 모두에 매우 중요합니다. 대부분의 서비스가 온라인으로 이루어지고 있는 지금이야말로 디지털 고객 서비스 전략을 수립할 때입니다.

기업이 제대로 수행한다면 디지털 고객 서비스 경험을 통해 변화하는 비즈니스 환경에 적응하고, 기존 서비스 채널이 중단되더라도 고객의 니즈를 충족할 수 있습니다. 고객은 자신이 선택한 채널에 참여할 수 있는 편의성과 유연성을 높이 평가합니다.

직관적이고 현대적인 디지털 서비스 프로세스는 서비스 에이전트에게도 권한을 부여하여 업무 만족도를 높이고 비용이 많이 드는 직원 이직률을 줄입니다. 그러나 서비스 및 고객 관리 리더는 여전히 혁신에 대한 압박을 느끼면서 비용을 관리해야 합니다.

이 가이드에서는 증가하는 고객 기대치를 충족하는 동시에 서비스 프로세스의 효율성과 수익성을 높일 수 있는 디지털 고객 서비스 전략을 수립할 때 고려해야 할 요소를 간단하게 설명합니다.



Forrester는 디지털 고객 서비스 상호 작용의 양이 2021년에 40% 증가할 것으로 예측합니다.¹



무엇을 다루나요?

디지털 고객 서비스 정의	3
기본 전략 구축	5
디지털 고객 서비스를 시작하기 위한 5단계	7
디지털 고객 서비스의 성과 거두기	9
Oracle을 통한 최신 디지털 서비스 제공	10

디지털 고객 서비스 정의

웹사이트나 모바일 애플리케이션과 같은 디지털 채널을 통해 서비스 경험을 제공하는 것이 바로 디지털 고객 서비스입니다. 이러한 경험은 보통 두 가지로 나뉩니다.

지원 서비스에서 상담원은 채팅 또는 온라인 화상 회의와

같은 디지털 채널을 사용하여 고객 서비스를 제공합니다. 사용되는 통신 방식은 다양하지만 전통적인 통신 방식과 매우 유사합니다.

고객은 온라인 고객 센터 이상의 기능을 갖춘 디지털 셀프 서비스를 통해 실제 상담원의 도움 없이도 서비스를 받을 수 있습니다. 다음과 같은 분야에 프로세스 자동화, 자연어 처리(NLP) 및 인공지능(AI)과 같은 고급 기능을 사용할 수 있습니다.

- 문제 해결
- 계약 및 보증 조건 설명
- 로그인 자격 증명 자동 재설정
- 적절한 조립 및 사용 시연
- 고객에게 전문가 조언 연결 등

일반적인 디지털 고객 서비스 채널

디지털 어시스턴트: 웹사이트의 팝업 창이나 상자에 나타나는 디지털 어시스턴트는 음성 또는 채팅으로 활성화되어 AI 및 NLP를 활용하여 일반적인 고객 질문에 답변할 수 있습니다.

웹 포털: 웹 포털은 고객이 지식 기반 또는 고객 커뮤니티에서 답변을 검색할 수 있는 셀프 서비스 웹사이트입니다. 고객은 채팅 창을 통해 도움 요청 양식을 제출하거나 AI 또는 사람이 지원하는 고객 지원에 문의할 수 있습니다.

SMS 문자 메시지: 인기가 점점 커지고 있는 채널로, 여러 회사와 고객은 이제 문자를 통해 서비스 쿼리 및 알림을 주고받고 있습니다. 소비자의 84%가 기업에서 문자 메시지를 받았으며, 그중 55%가 서비스 알림을 받았습니다.³

소셜 미디어: 현재 많은 고객들이 회사의 공식 소셜 미디어 계정을 통해 고객 서비스 부서와 소통하고 있습니다.

35.4%

의 기업이 **풀 서비스 지원을 제공하기 위해** 소셜 미디어를 이용하고 있습니다.²

48.2%

는 소셜 미디어에서 다른 채널로 **서비스 요청을 리디렉팅**하는 것을 선호합니다.²

32.8%

는 소셜 채널을 활용하여 선제적이고 적극적으로 **중단 시간 및 기타 문제를 고객에게 알려**, 관련 인바운드 서비스 요청을 줄입니다.²

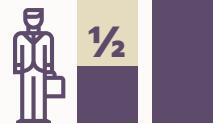


디지털 고객 서비스 정의

디지털 지원 서비스와 셀프 서비스를 함께 사용하면 어려운 과업을 해결하고 고객 서비스를 비용 센터에서 고객 및 회사 가치 향상의 원천으로 전환할 수 있습니다.



반복 프로세스 자동화, 인바운드 통화량 감소, 상담원 회전율 억제를 통해 서비스 비용을 20~40% 절감합니다.⁴



직원 교체 비용은 직원 연봉의 1/2에서 2배까지 다양합니다.⁵

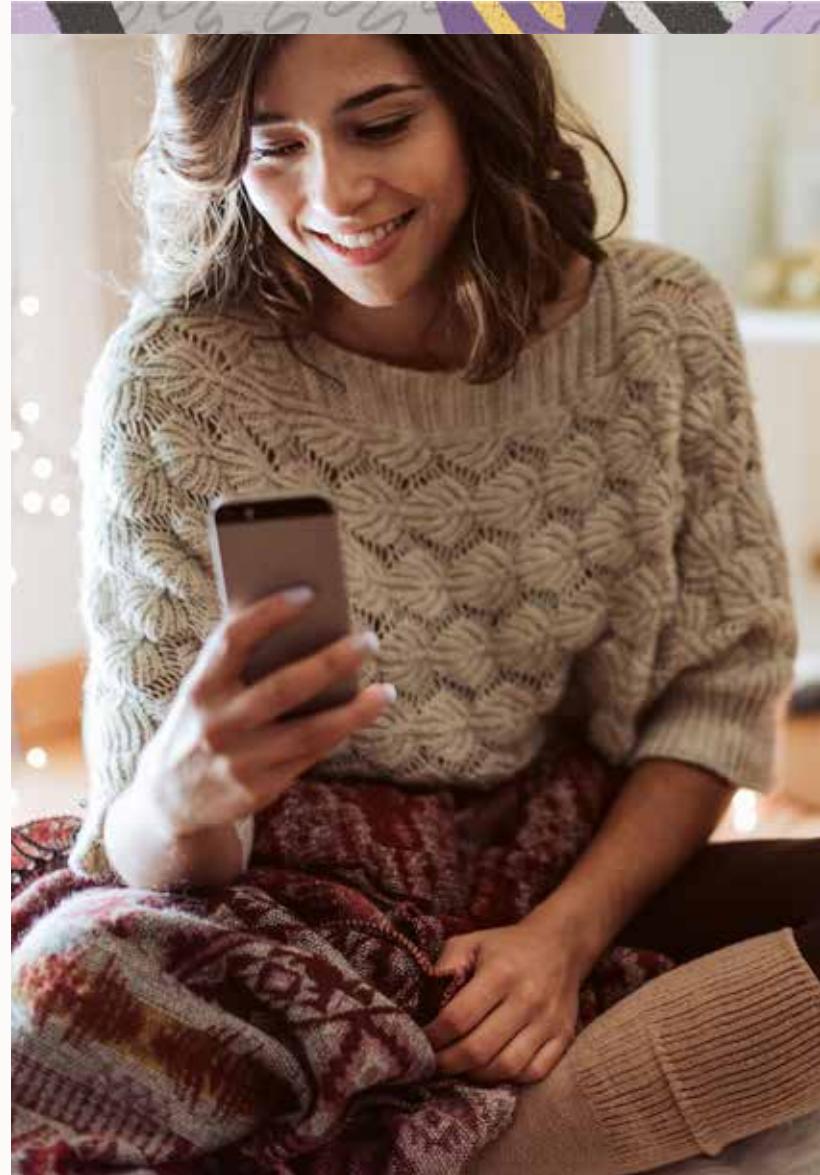


상담원은 과중한 업무 부담을 벗어나 신제품에 대한 조언 제공, 업그레이드 지원, 복잡한 해결 작업 등 고유한 가치를 제공하는 서비스 상호 작용에 집중할 수 있습니다.



기업은 디지털 채널을 통해 서비스 경험을 제공하여 충성도가 높은 고객을 확보하고 고객 만족도를 15~20% 높일 수 있습니다.⁴

디지털 고객 서비스를 위한 전략 구축을 시작하겠습니다.



기본 전략 구축

기존의 업계 지혜에 따라 고객에게 서비스를 위한 여러 채널을 제공할 것을 권장합니다. 그러나 이러한 채널을 연결하지 못하면 연결되지 않은 경험이 생성되고 IT에 대한 의존도가 높아집니다.

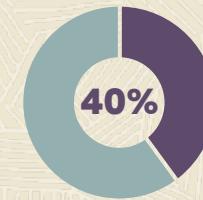
현재 고객은 여러 가지 이유로 디지털 채널 채택이 느리거나 필요한 수단과 기술이 부족하거나 개인 정보 보호 문제로 인해 데이터를 디지털 방식으로 공유하는데 불편함을 느낄 수 있습니다. 위험 회피 기업의 의사 결정권자도 디지털 고객 서비스를 도입하는 것을 주저하고 ROI 잠재력을 의심할 수 있습니다.

고립적이거나 불완전한 정보도 장애물이 됩니다. 예를 들어, 금융 및 공급망 시스템에 잠겨 있는 계정 정보에 액세스할 수 없는 상담원은 각 고객을 완전히 파악할 수 없습니다. 또한 다른 회사에 제품을 판매하는 회사의 영업 및 서비스 팀은 서로 다른 관리 시스템과 데이터를 사용하여 고객의 요구사항과 이력을 완벽하게 이해하지 못합니다.

이러한 문제들을 고려한다면 비즈니스에 적합한 디지털 고객 서비스 전략을 수립하는 데 중요한 요소가 있습니다.

1. 고객

디지털 고객 서비스는 만능 솔루션이 아니므로 구축 과정에서 고객 프로필을 신중하게 고려하는 것이 필수적입니다. 예를 들어, Z세대 고객들 사이에서 디지털 어시스턴트가 인기가 있는 반면, 기술에 익숙하지 않은 세대들은 디지털 지원을 도입하고 싶어하지 않을 수 있습니다. 금융과 같이 규제가 심한 업종의 고객은 채팅 창이나 웹 양식을 통해 민감한 정보를 제공하는 것을 선호하지 않을 수 있습니다. 더 많은 고객이 디지털 채널을 사용하도록 장려하려면 고객의 니즈와 선호도를 반영하는 옵션을 제공하세요.



대부분의 서비스 리더는 실시간 서비스 요청의 40%까지 셀프 서비스로 해결할 수 있다고 생각합니다.⁶

2. 인간과 로봇의 균형

대부분의 기업은 인간 지원 서비스와 AI 기반 셀프 서비스의 조합으로 이득을 볼 수 있습니다. 리소스를 최대한 활용하면서 고객이 요청을 봇에서 상담원으로 전달할 수 있는 시점을 결정하는 기준치를 설정하세요. 많은 기업들은 주문 상태 확인이나 가입 취소와 같은 단순하고 반복적인 요청을 처리할 때 셀프 서비스를 선호합니다. 업그레이드 적격 여부를 결정하거나 복잡한 기계 부품을 교체하는 것과 같은 정교한 작업에는 사람이 필요할 수 있습니다. 고객을 만족시키고 상담원을 지원하는 적절한 조합을 찾으세요.



기본 전략 구축

3. 채널 혼합 및 복잡도

오늘날의 고객들은 고객 서비스에 연락할 때 선택권을 갖고 싶어 하지만 채널이 너무 많다는 등의 문제가 있습니다. Gartner 설문조사에 따르면 더 많은 서비스 채널을 제공하는 기업은 서비스 센터에서 요청량이 증가한 것으로 나타났습니다. 동일한 설문조사에 따르면 고객의 61%가 지원 채널과 셀프 서비스 채널을 모두 사용하여 단일 서비스 요청을 해결한 것으로 나타났습니다. 이는 채널 전환이라고 하는 관행으로 해결 과정을 복잡하게 만들고 상담원과 AI를 모두 참여시켜 비용이 중복될 수 있습니다.⁶ 이를 완화하려면 디지털 서비스 채널을 신중하게 선택하고 각 채널의 사용 사례를 정의하세요.

웹 포털과 같은 셀프 서비스 채널의 비용은 연락처당 약 \$10이며 전화, 이메일, 실시간 채팅과 같은 라이브 채널의 경우 연락처당 \$8.01입니다.⁶

4. 채널 및 데이터 사일로

모든 채널은 거래, 고객 또는 행동 데이터를 생성합니다. 그러나 데이터가 사일로화되고 연결이 끊어지면 그 가치는 제한됩니다. 상담원과 고객은 서로 다른 시스템의 상호 작용과 기록을 수동으로 조합하여 연결하는 데 어려움을 겪으면서 프로세스의 격차를 알아차릴 것입니다. 고객이 동일한 정보를 반복적으로 제공하게 되면 양쪽 모두에게 비효율적이고 불만스러운 일입니다. 고객의 착오를 방지하려면 디지털 서비스 전략으로 채널을 통합하여 관련 데이터를 연결해야 합니다.

5. 기존 채널 성과

디지털 서비스 채널은 기존 채널을 대체하기보다는 보완하는 것으로 생각해야 합니다. 서비스 리더 중 56%가 기존 채널에 새로운 채널이나 기능을 추가하고 있지만, 고객은 여전히 실시간 지원을 요구합니다.⁷ 고객에게 선택권을 제공하려면 디지털 서비스 채널을 구축할 때 보유하고 있는 기존 채널을 최적화하고 보완하세요.

다방면으로 고려한 전략을 세우면 자원을 효율적으로 활용할 수 있을 뿐만 아니라 고객의 기대까지 충족하는 디지털 고객 서비스를 제공할 수 있습니다.



디지털 고객 서비스를 시작하기 위한 5단계

01

경쟁사 감사

경쟁사가 디지털 서비스를 제공하는 방법을 보면 고객의 기대를 이해하는 데 도움이 될 수 있습니다. 경쟁사가 어떤 채널을 어떻게 사용하고 있는지 알아보세요. 공개 고객 리뷰, 분석 보고서, 기타 시장 분석을 참조하세요. 가능하다면 경쟁사의 "고객"으로 위장하여 디지털 서비스 환경을 직접 살펴보세요.

02

디지털 채널 성과의 정기적 분석

스스로에게 다음과 같은 질문을 해보세요.

- 채택:** 각 채널이 얼마나 일관성 있게 사용됩니까?
- 고객 만족:** 고객이 각 채널에 대한 경험을 어떻게 평가합니까? 각 채널과 관련된 해결 속도와 평균 해결 시간은 얼마입니까? 고객이 참여 중에 채널을 전환하고 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?
- 효율성:** 셀프 서비스 상호 작용이 얼마나 자주 상담원에게 전달됩니까? 복잡한 상호 작용 때문에 사람이 필요합니까? 아니면 셀프 서비스 경험을 최적화하여 문제를 더 쉽게 해결할 수 있습니까?

03

최고 실직 상담원에게 상의

디지털 프로세스는 고객과 직원 등 서비스 환경의 모두에게 도움이 되어야 합니다. 최고 실직의 상담원들은 모든 것을 경험했기 때문에 경험에 따라 새로운 프로세스를 형성하는 일을 기꺼이 도울 것입니다. 전략을 세울 때 이러한 상담원들의 의견을 중요하게 고려하세요.



04 IT 팀과의 만남

기업의 기술 로드맵을 살펴보고 IT가 직면한 비즈니스 압박을 이해하세요. 여러분도 이러한 압박에 직면할 가능성이 높습니다. 팀에게 현재 서비스 채널을 유지 및 통합하는 데 비용이 얼마나 드는지 물어보고, 계획된 기술 인프라로의 업그레이드를 살펴보고, 디지털 지원 및 인공지능과 같은 신기술에 대한 편의성 수준을 평가하세요.

05 마케팅 리더십과 논의

현재 시장 상황과 브랜드 인지도에 대한 조사와 인사이트를 구하세요. 고객이 누구인지, 고객이 기대하는 바는 무엇인지, 회사에 대한 고객의 생각은 무엇인지를 파악해야 합니다.



성공적인 디지털 고객 서비스 전략의 이점을 누리세요.

전략적 디지털 채널은 언제 어디서나 지원 및 셀프 서비스에 대한 증가하는 수요를 충족하여 고객의 마음에 브랜드 인지도를 높이도록 도와줍니다.



1. 고객 만족

기존 채널과 디지털 채널을 효율적으로 조합하면 고객이 필요한 지원을 더 빠르고 쉽게 받을 수 있습니다.



2. 상담원 업무 완수

숙련된 상담원은 각각의 서비스 요청에 집중하여 고객에게 더 많은 가치를 제공하고 직무 만족도와 유지율을 높일 수 있습니다.



3. 비용 절감

AI 및 자동화를 배포하여 간단한 서비스 문의를 해결하면 해결 시간이 단축되고 비용을 절감합니다.



4. 더 강력한 수익 창출

최고의 상담원이 반복적인 서비스 요청까지 해결해야 하는 과중한 업무 부담 없이 서비스 수익 창출을 돋는 데 재능을 집중할 수 있습니다.

Oracle을 통한 최신 디지털 서비스 제공

디지털 코브라우징, 간소화된 상담원 생산성 도구, 서비스 A/B 테스트 등과 같은 기능을 제공하는 Oracle Digital Customer Service를 통해 문제를 더 빠르게 해결하고 고객과 상담원의 서비스 환경을 개선하세요.

[더 자세한 내용이 궁금하세요?](#)



항상 한 발 앞서 경험을 주도하는 여러분께

오늘날 고객의 형태는 빈번히 바뀌기 때문에 고객의 기대에 보조를 맞추는 것이 중요합니다. 이를 위해 당사는 Ignite 시리즈를 제작하여 귀하가 항상 성공적인 고객 경험을 실현할 수 있도록 지원합니다.

이처럼 디지털 고객 세분화를 다루는 가이드는 더 짧은 시간에 전문 지식을 향상하고 기본 전략을 세울 수 있도록 하는 것을 목표로 합니다. 이 가이드를 통해 고객의 마음을 사로잡고 수익을 창출하시길 바랍니다.

다음 내용을 알아보시겠어요?

- [블로그: 원활한 고객 경험을 위해 자동화된 서비스와 인간 상호 작용을 결합하는 방법](#)
- [인포그래픽: 고객의 디지털 기대치를 충족시키는 6가지 방법](#)
- [다시 보기: 최고의 에너지 공급업체 Exelon은 다양한 디지털 채널을 통해 우수한 서비스를 제공합니다](#)



Oracle Advertising 및 CX 정보

광고, 마케팅, 영업, 상거래 및 서비스 전반에 걸쳐 모든 비즈니스 데이터를 연결하여 고객과 일어나는 모든 상호 작용을 중요한 정보로 마케팅에 활용하세요. Oracle Advertising and Customer Experience(CX)는 기존의 CRM을 뛰어넘는 연결된 애플리케이션 제품군으로 이를 이용하면 지속적인 고객 관계를 형성하고 육성하는 데 도움이 됩니다. 언제 어떻게 참여하는지에 관계없이 모든 상호 작용과 모든 고객을 완전히 파악할 수 있습니다. 전체 비즈니스의 역량을 강화하여 고객 확보에서 유지에 이르기까지 그리고 그 사이의 모든 과정에서 탁월한 고객 경험을 제공해 보세요.

출처

1. "2021년 예측: 고객 서비스", Forrester Research, 2020
2. "2020년 글로벌 고객 경험 벤치마킹 보고서", NTT Data, 마지막 수정일: 2020년
3. "텍스트 커뮤니케이션: 차세대 비즈니스 커뮤니케이션 2019년 보고서", EZTexting, 2019
4. "서비스 산업은 디지털 고객 경험을 최우선으로 하여 성장을 추진할 수 있습니다", McKinsey Digital, 마지막 업데이트: 2020년 4월
5. "이 문제는 해결이 가능한데도 미국 기업에 1조 달러의 비용을 발생시킵니다." Gallup, 마지막 업데이트: 2019년 3월 13일
6. "디지털 고객 서비스 전략이 도움이 됩니까?" Gartner, 2019
7. "셀프 서비스를 추진하기 위한 고객 서비스 전략 재고", Gartner, 2019

