

ORACLE

# 상담 센터 관리를 위한 필수 전략

---

 시작 가이드



소요 시간 11분

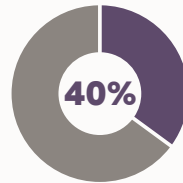


# 상담원과 고객의 성공을 위한 준비

모두가 만족할 만한 고객 서비스를 제공하는 것은 쉽지 않습니다. 행복한 상담원, 중요한 고객 인사이트, 혁신적인 기술이 필요합니다. 이 모든 것에는 비즈니스와 함께 발전하는 민첩한 상담 센터 관리가 필요합니다.

지난 몇 년 동안 고객 서비스에는 큰 변화가 있었습니다. 기업들은 신속한 기술 혁신을 따라잡기 위해 앞다투어 노력하고 있습니다. 고객의 기대치도 빠르게 변화하고 있습니다. Z세대는 말하기보다 문자를 선호하고 소비자들은 미리 작성된 스크립트보다 신뢰를 중요하게 생각하기 때문에 단 한 번의 서비스 경험으로 고객을 잃을 수도 있습니다.

잠재적인 재정적 영향이 상당합니다. **핵심:** 성공을 위해 상담 센터를 구축한다면 수익 보호는 물론, 수익 증대까지 가능합니다.



효율적인 상담 센터 관리를 통해  
직원 및 고객 만족도 점수가 40%  
까지 높아질 수 있습니다.<sup>1</sup>

이 가이드를 통해 고객과 상담원 모두에게 보다 만족스러운 환경을 제공하는 동시에 비용 센터에서 수익 엔진으로 전환하는 상담 센터 관리 계획을 개발할 수 있습니다.



## 무엇을 다루나요?

상담 센터 관리 정의	3
기반 구축	5
상담 센터 관리를 시작하기 위한 5단계	6
효율적인 상담 센터 관리의 이점	8
Oracle를 통한 상담 센터 관리 최적화	9

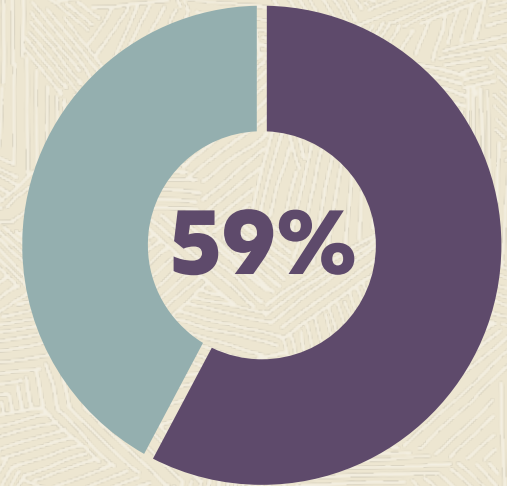


# 상담 센터 관리

기업이 기술 지원, 고객 서비스, 영업 지원 등과 같은 일상적인 상담 센터 운영을 어떻게 관리할 수 있는 방법은 무엇입니까? 음성, 이메일, 채팅, 비디오, 소셜 미디어와 같은 다양한 채널을 통해 고객을 지원하기 위한 전략은 무엇입니까? 이것이 바로 상담 센터 관리의 핵심입니다.

소비자를 대상으로 하든 기업을 대상으로 하든 효과적인 콜 센터 관리는 다음과 같은 이점을 제공합니다.

- **맞춤형 서비스**를 고객 여정 전반에 걸쳐 모든 채널에서 제공
- 시간이 많이 걸리는 프로세스를 자동화하여 상담원이 고부가가치 계약에 집중할 수 있도록 지원
- 상담원 생산성 및 유지율을 향상할 수 있으며 신뢰할 수 있는 고객 관계를 구축하는 도구로 실현
- **신입사원 교육** 및 온보딩 비용 축소
- **최초 해결 속도**, 해결 일관성, 고객 만족 향상
- **서비스 비용 절감** 효과를 제공하는 향상된 상담원 생산성 및 유지율
- **프론트 오피스와 백 오피스 팀의 효율적인 협업**이 가능하여 향상된 품질의 고객 서비스와 더 많은 상향 판매 및 교차 판매 기회를 제공
- **더 많은 수익 창출** 및 경쟁업체와 브랜드 차별화



**59%의 고객이 고객 지원에 대한 기대치가 1년 전보다 더 높아졌다고 말합니다.<sup>2</sup>**



## 상담 센터 관리

콜 센터를 효율적으로 관리하지 않으면 다음과 같은 상황이 발생할 가능성이 더 높습니다.



도움을 받는 데 어려움이 있고, 다른 상담원에게 정보를 반복해서 말해야 하고, 잘못된 정보를 수신함에 따라 좌절하는 고객



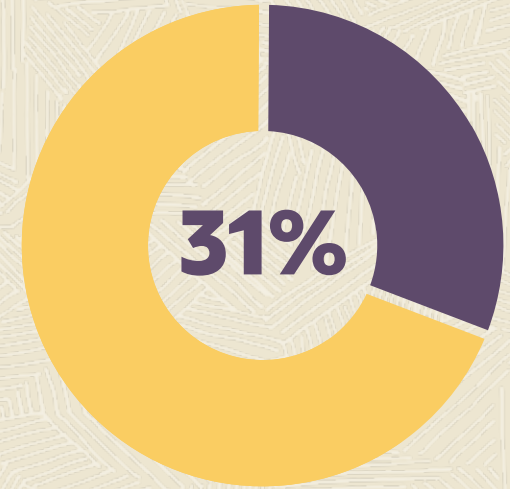
오래되고 연결이 끊긴 시스템, 비현실적인 만족도 점수, 일관되지 않은 조직 지식으로 인한 높은 상담원 이직률



신입직원 채용 및 교육으로 인한 비용 상승



일관되지 않은 데이터 및 시스템으로 서로 다른 고객 관점을 제공하고 내부 협업을 방해



고객 중 31%가 열악한 고객 서비스 경험 중 정보를 여러 번 제공해야 한다는 점이 가장 실망스럽다고 말합니다.<sup>2</sup>





# 기반 구축

상담 센터를 개선하기 위한 전략을 개발하는 것은 어렵게 느껴질 수 있습니다. 그러나 다음 다섯 가지 영역에 집중한다면 더 나은 고객 경험을 제공할 수 있습니다.

## 1. 고객 선호도

디지털과 전화 중 어떤 방식을 고객이 선호할까요? 문자 메시지나 동영상을 편하게 생각할까요? 이러한 다양한 채널과 장치에 쉽게 액세스할 수 있나요? 이와 같은 질문은 고객을 더 잘 이해하고 어떤 변화가 필요한지 생각해 보는 데 도움이 됩니다. 데이터 개인정보 보호 규정을 준수해야 하는 기업에 영업하기 위해서는 이러한 요구사항에 따라 상담 센터도 함께 구축해야 합니다.

## 2. 비즈니스 목표(단기 및 장기)

목표는 서비스 조직마다 다릅니다. 어떤 기업은 추가 제품을 판매하여 고객 서비스를 수익원으로 전환하라는 요청을 받지만, 운영 효율성을 개선하여 상담원의 필요성을 줄여야 하는 기업도 있습니다. 또 어떤 기업은 고객 서비스의 더 많은 측면을 자동화하여 직원 비용을 절감하고 혁신을 지원하는 것에 주력할 수도 있습니다. 계획을 수립할 때 이니셔티브가 그대로 유지되는지, 아니면 시간이 지남에 따라 변경될 가능성이 있는지를 고려하세요.

## 3. 회사의 성장 전략

전 세계로 규모를 확장할 계획이라면 상담 센터 직원과 시스템을 변경해야 할 수 있습니다. 예를 들어 특정 언어를 구사하는 상담원을 고용하거나 지역 데이터 수집 및 개인정보 보호법을 준수하기 위해 프로세스를 변경해야 할 수 있습니다. 새로운 제품과 서비스를 출시하는 경우 상담원은 이에 대한 교육을 받아야 합니다. 합병이나 인수가 임박한 경우에는 상담 센터 운영을 결합하는 기술, 운영, 인적 자원 문제를 필수적으로 고려해야 합니다.

## 4. 채용 및 인재 관리

상담원은 회사의 얼굴이지만 진정한 상담원은 찾기 어렵고 비용이 많이 듭니다. 상담원을 손실할 때마다 상담 센터에 \$35,000에서 \$105,000의 비용이 발생합니다.<sup>3</sup> 귀사의 채용 및 인재 관리 철학은 무엇입니까? 원격 인력이 효과적입니까? 아니면 상담 센터 직원을 위한 실제 장소가 필요합니까? 원격이나 현장에 관계없이 직원의 온보딩, 교육, 관리를 개선할 수 있는 방법을 고려하세요.

## 5. 혁신 기능

간단한 서비스 요청부터 복잡한 워크플로까지 자동화를 통해 상담 센터 운영을 최적화할 수 있는 기회가 많이 있습니다. 혁신을 통해 고객 및 상담원 경험을 개선할 수 있는 방법을 고려하세요. IT 로드맵에 혁신이 적용되고 새로운 기술에 대한 투자 및 실험에 대한 지원이 있습니까? 상담원은 이러한 변화에 적응하고 필요한 교육을 받을 준비가 되어 있어야 합니다.





# 상담 센터 관리를 시작하기 위한 5단계

## 01

### 마찰 지점 결정

상담원 및 전달 부서와 협력하여 고객과 상담원의 불만 사항을 파악하세요. 상담원이 자동화할 수 있는 반복적인 작업에 시간을 쏟고 있나요? 문제를 해결하지 못하는 자가 진단 콘텐츠가 고객에게 제공되니까? 상담원과 고객 여정을 모두 분석하여 자동화, 간소화, 개선에 대한 기회를 발견하세요.

## 02

### 고객이 선호하는 채널 파악

상담 센터의 성공은 고객 만족을 중심으로 이루어집니다. 고객이 어떤 참여 방식을 선호하나요? 지표를 보고 가장 많이 사용되는 채널을 확인하고 고객 피드백을 검토하여 마찰과 실망이 가장 큰 영역을 파악하세요. 고객의 선호도를 파악한 경우 선호 채널에 투입할 예정인가요? 고객 대부분이 모바일 채팅을 선호하는 경우 채팅 옵션을 제공하나요? 추가할 수 있는 새로운 채널을 고객이 이미 사용하고 있는지 알아보세요. IT, 서비스 리더, 최고의 상담원과 만나 기술 격차, 잠재적 솔루션, 성공을 측정하는 방법을 파악해 보세요.

## 03

### 기술 스택 평가 및 투자

서비스 팀에 필요한 애플리케이션과 커뮤니케이션 도구가 있는지 알아보세요. 격차를 파악한 후에는 최고 실적의 상담원과 함께 새 앱을 평가하고 선정하세요. 프로세스에 더 많이 참여할수록 상담원들은 자신의 가치와 팀의 성공에 대한 기여도를 더 많이 느낄 것입니다.

학교를 바로 마치고 합류하는 신규 상담원들은 최신 앱을 기대한다는 것을 명심하세요. 실제로 Z세대와 밀레니얼 세대 직원 중 16%가 고용주가 업무를 수행할 수 있는 적절한 기술을 제공하지 못해 그만둔 것으로 나타났습니다.<sup>4</sup>



## 04 혁신 계획 수립

어떻게 하면 훌륭한 상담 센터를 만들 수 있을까요? IT 그룹이 자동화 및 데이터 분석의 최신 혁신을 탐색하는데 도움을 줄 수 있습니다. 화면 공유, 화상 채팅, 내부 협업 도구(예: Slack), 권장 상담원 행동에 대한 안내 지원 등과 같은 기능을 구현하세요.

혁신을 기술에만 국한하지는 마세요. 사람과 프로세스에 대한 새로운 접근 방식이 상담 센터 기능을 향상할 수도 있습니다. HR 팀과 협력하여 상담원 채용 및 교육에 대한 권장 사항을 구성하고 현재 CRM을 사용하는 새로운 방법에 대해 생각해 보세요. 상담원에게 의미 있는 보상으로 동기를 부여하는 보너스 프로그램도 만들어 보세요.

## 05 현재와 미래에 대한 측정 가능한 목표 설정

현재 상담 센터가 당면한 과제와 향후 5년 동안 나타날 서비스 기술 트렌드에 대처하는 장단기 목표를 설정하세요. 여기에는 다음이 포함될 수 있습니다.

- 고객 만족도(CSAT) 점수 향상
- 해결 시간 단축
- 첫 번째 통화 해결 속도 개선
- 콜 센터 규모 감소
- 담당자 전달 횟수 감소
- 상담원 온보딩 시간 단축
- 상담원 생산성 향상
- 직원 경험 평가 개선





# 효율적인 상담 센터 관리의 이점

훌륭한 상담 센터 관리는 상담원과 고객 만족 모두에 매우 중요하며, 비즈니스의 성장과 전반적인 브랜드 성장을 지원합니다.



## 1. 상담원이 더 많은 일을 할 수 있도록 지원

여러 화면과 시스템을 탐색하던 시절은 뒤로 하세요. 단일 인터페이스 플랫폼은 교육이 많이 필요하지 않으며 대기 중인 고객으로 인해 과부하가 발생하지 않고 상담원이 문제를 신속하게 해결할 수 있도록 지원합니다.



## 2. 상담원에게 아끼는 마음을 보여주세요

상담 센터의 평균 이직률은 30~45%입니다.<sup>5</sup> 높은 성과를 인정하며 경력 개발 기회를 제공하고 명확한 성장 경로를 제시하여 이러한 역경을 극복합니다. 상담원이 언제 어디서나 보다 유연하게 작업할 수 있도록 조치 및 교육을 실시합니다.



## 3. 고객에 대한 완벽한 관점을 확보하세요

고객 서비스 시스템을 백엔드(청구, 주문 관리, 재고, 배송 등)의 금융 및 공급망 시스템뿐만 아니라 고객 대상 마케팅 및 세일즈 시스템과 통합하면 상담원이 가장 정확한 서비스를 제공하는 데 필요한 데이터를 얻을 수 있습니다.



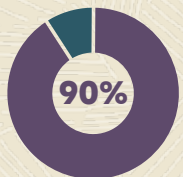
## 4. 고객 기대 충족

상담 센터는 탁월한 고객 경험을 위한 플랫폼을 제공해야 합니다. 대다수의 소비자(61%)는 열악한 서비스 경험으로 인해 비즈니스 거래를 중단했다고 말합니다.<sup>2</sup> 따라서 고객이 모든 채널에서 일관되고 정확하며 원활한 서비스를 받는 것은 중요합니다.



## 5. 고객 서비스의 정의 확장

상담 센터에 많은 비용을 들일 필요는 없습니다. 다른 시스템과의 통합 및 다른 사업부와의 협업을 통해 상담원이 상향 판매 및 교차 판매를 지원할 수 있습니다. 제품과 서비스를 개선하고 싶으십니까? 상담원이 고객에게 피드백을 요청하도록 하세요. 고객은 회사가 자신의 의견을 들을 때 충성도가 높아지고 주위에 회사를 추천할 가능성이 높아집니다.



고객의 90%는 피드백을 제공할 수 있는 기회가 있는 브랜드를 더 선호합니다.<sup>2</sup>

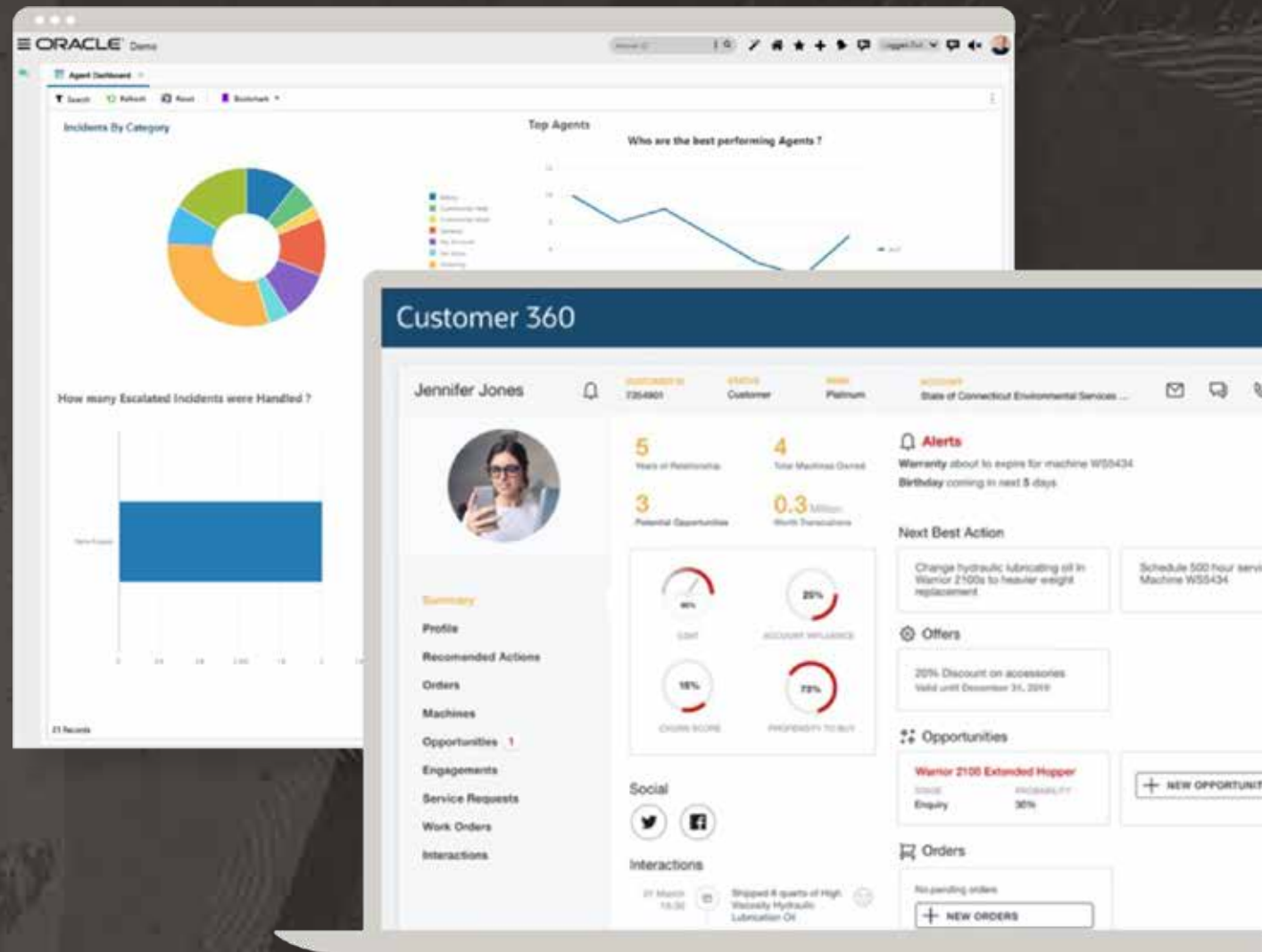




## Oracle를 통한 상담 센터 관리 최적화

생산성과 탁월한 서비스를 주도하세요. Oracle Service Center를 사용하면 단 하나의 인터페이스만으로 상담원이 채널 전반에서 중요한 정보에 액세스하고 상호 작용을 관리할 수 있습니다.

팀이 문제를 더 빨리 해결하고 고객을 더 행복하게 만드는 방법을 알아봅니다.



# 항상 한 발 앞서 경험을 주도하는 여러분께

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

이처럼 상담 센터 관리를 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?

- eBook: 디지털 고객 서비스를 위한 필수 전략
- 제품 정보: 상담원 경험 단순화
- eBook: 시각적 참여 이해하기





## 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. “뉴노멀이 될 재택 근무, 준비되셨습니까?” Oracle, 2020년 5월 5일
2. “글로벌 고객 서비스 보고서 현황”, Microsoft Dynamics 365, 2019년 3월
3. “상당 센터의 빈번한 직원 이직으로 인한 높은 비용을 해결하는 방법(그리고 여러분이 할 수 있는 일)”, 2019년 6월 21일
4. “오해받는 세대: 업무에 대한 밀레니얼과 Z세대의 실제 생각”, Zapier, 2020년 1월 27일
5. “콜 센터 이직률 조사”, Society of Workforce Planning Professionals, 2019년 여름



[oracle.com/cx/](https://oracle.com/cx/)

Copyright © 2021, Oracle 및/또는 계열사. All rights reserved.

