

강소/중견기업 리더들이 고객의 마음을 사로잡는 비밀  
**영업과 고객지원을 한번에!**

ORACLE®



## \*SMB 란?

*Small and Medium-sized Business*의 줄임말.  
강소/ 중견 기업을 뜻합니다.

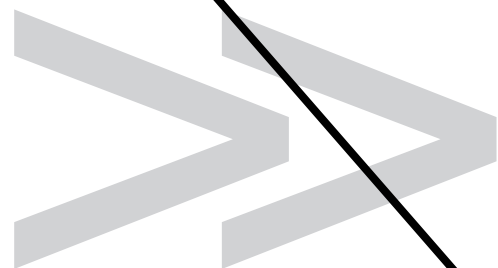
# 주요 내용

SMB와 고객 경험 - 오해와 진실:

SMB 기술 리더들이 고객 경험(CX)을 향상시키기 위해 취해야 하는 3개 조치

1. 고객들이 SMB와 쉽게 관계를 형성할 수 있도록 합니다.
2. 애프터서비스를 지원하는 데 필요한 기술을 제공합니다.
3. 기업의 성장에 발맞춰 확장 가능한 고객 경험을 제공하는 통합 시스템을 개발합니다.

올바른 CX 솔루션 제품군은 강력한 경쟁력을 제공합니다.



오해:

지금 현재 우리 강소/중견 기업으로서는  
고객 경험(CX)이 중요하지 않습니다.

진실:

고객들은 빠르게 성장하는 SMB들에게 가장 중요한 요소입니다.

고객이 없다면 귀사도 없습니다.

이들 고객이 기존 관계를 통해, 입소문으로, 또는 추천 등 어떤  
경로로 귀사를 찾았건 관계 없이, 이들에게 제품이나 서비스를  
제공하는 것만으로는 더 이상 충분하지 않습니다.

귀사에 대한 경험은 충성도를 형성하고, 충성도가 높은 고객은  
더 높은 수익을 발생시킵니다.

이는 모든 각 지원들이 가능한 최고의 고객 경험(CX)을 제공하는  
데 집중해야 한다는 것을 의미합니다.

성장하기 위해 SMB는 특정 목표 대상층의 요구를 해결하는 데  
주력해야 합니다.

이를 통해 매우 수익성 높은 경쟁력을 발휘하게 될 것입니다.

IT 팀의 리더들은 "올바른" 클라우드 솔루션으로 강력한 CX 전  
락을 뒷받침할 수 있습니다.

SMB가 올바른 툴과 기술을 보유하고 있다면, 고객 응대 직원들  
은 가능한 최고 수준의 경험을 제공하는 데 필요한 요소들을  
갖게 되며 귀사는 변화하는 업계 및 고객 수요에 발 빠르게 대처  
하는 데 필요한 요소를 확보하게 됩니다.

매우 만족스러운 경험을  
한 고객들은 취약한  
경험을 한 고객들보다  
**140%**  
**더 많이**  
지출하는 것으로 나타  
났습니다.

— Harvard Business Review



# 귀사는 고객과 상호 작용할 때마다 고객 경험을 제공하고 있습니다.

"첫 인상이 모든 것을 결정한다."는 말을 들어 본 적이 있을 것입니다. 빠르게 성장하는 SMB들에게는 "모든 인상이 모두 중요"합니다. 각 기업은 첫번째 고객을 시작으로 고객 경험을 제공합니다. 의식적으로 이를 생성했는지 여부에 관계 없이 SMB들도 마찬가지입니다. 귀사는 고객들과 상호 작용하고 고객들에게 제품과 서비스를 제공합니다. 상호 작용이 이루어질 때마다 고객들은 귀사와의 "경험"을 얻게 됩니다. 또한 그 경험이 최고 또는 최악이었던지, 아니면 업계 평균 수준이었던지를 결정하는 것은 귀사의 직원과 기술 모두에 달려 있습니다.

중소 기업들은 특수한 상황에 처해 있습니다. 이들 기업들은 대인 관계 위주의 경험 이외에도 디지털 경험을 지원해야 하며 그 중 상당 수는 회사 설립 당시에 개발되었습니다. 성장세가 빨라지는 상황에서 이들 기업들은 많은 경우, 그와 같은 관계를 확장할 수 있는 완벽한 준비가 되어 있지 않습니다. 하지만, 반드시 그럴 필요는 없습니다.

아래에 SMB 기술 리더들이 고객 경험을 향상시키고 성장을 주도하기 위해 취할 수 있는 3가지 조치들을 제시하고 있습니다.

86%

의 소비자들이 보다 나은 고객 경험을 위해

25%

더 많이 지출하게 될 것으로 나타났습니다.

— RightNow Customer Impact Report



미국인들은 평균 **9명**에게 좋은 브랜드 경험을 언급하는 반면, **16명**에게 나쁜 경험을 말하는 경향이 있습니다.

— Harvard Business Review

# 고객들이 강소/중견 기업과 쉽게 관계를 형성할 수 있도록 합니다.

고객들의 요구는 빠르게 변화하고 있습니다. 모바일 기술의 등장으로 고객들은 모든 것이 즉시 충족될 것으로 기대하고 있습니다. 이들은 모든 것을 손 끝에서 처리하며 고객 경험은 즉각적이어야 한다고 믿고 있습니다. 즉각적인 충족에 대한 요구에 부응하는 가장 좋은 방법 중 하나는 고객들이 스스로 해결하도록 하는 것입니다.

실제로 셀프 서비스 옵션을 제공하는 것은 많은 고객들에게 "필수적"이라고 인식되고 있습니다. 고객들은 전화, 이메일, 앱, 채팅 또는 소셜 기업과 커뮤니케이션하는 방법을 선택하기를 원합니다. 이는 고객들이 선택권을 갖게 되고 SMB들은 많은 비용과 노력이 필요한 채널에 배정된 자원을 회수할 수 있다는 점에서 모두에게 윈-윈이 될 수 있습니다.

"올바른 클라우드" CX 소프트웨어 솔루션으로 고객 응대 직원들은 효과적이고 효율적이며 부가가치 높은 고객 서비스를 제공하는 데 집중할 수 있습니다.

기술은 FAQ(자주 묻는 질문), 암호 재설정 및 결제 또는 연락처 정보 업데이트 등을 처리할 수 있습니다.

## 70%

의 소비자들은 회사 웹사이트가 셀프 서비스 애플리케이션을 포함할 것을 기대하고 있습니다.

— The Self-Servicing Economy

## 40%

의 소비자들은 기업들과의 향후 연락을 위해 사람과 연락하기보다는 셀프 서비스를 선호합니다.

— The Self-Servicing Economy

## 34%

의 밀레니얼 세대는 고객 서비스 담당자에게 통화하기보다는 양치하는 것을 선호합니다.

— Entrepreneur Magazine

고객 경험은 실제로 고객의 느낌에 의해 크게 좌우됩니다. 이는 고객들이 자신의 경험을 평가하는 방식의 **65.4%**를 차지합니다.\*

## 고객과의 관계를 형성한 다음, 예측 및 해결 착수

오늘날 시장에서 기업들은 최초 구매를 위해 적절한 고객을 타겟으로 설정하는 것 이상의 노력을 해야 합니다.

SMB들은 대기업들과 같이 행동해야 하며 고객들이 해당 브랜드와 가진 모든 상호 작용과 고객들이 직면했던 문제들을 이해하기 위해 노력해야 합니다.

고객들은 들어 주기를 원하며 SMB들은 들어야 합니다.

기존 고객들은 사업상의 문제가 되기 전에 요구를 예측하기 위한 더할 나위 없이 좋은 소스가 될 수 있습니다.

고객이 문제가 있다고 인식하기 전에 기업이 문제를 해결할 수 있다면, 고객들에게 보다 나은 경험을 제공하게 될 것입니다.

보다 나은 경험은 고객 충성도를 형성하고 궁극적으로 더 높은 수익성으로 이어 집니다.

가망 고객 및 고객들의 의견을 듣기 위해 웹사이트, 모바일 앱 또는 매장 내 키오스트 등을 비롯해 개방적이고 매력적인 다양한 채널에 관심을 갖고 이를 제공하는 SMB들은 고객 충성도를 높이게 될 것입니다.

핵심은 기술의 도움으로 쉽게 관계를 형성하고 듣고자 하는 의지를 입증하며 문제를 예측한 다음, 문제 및 고충 사항을 해결하는 것입니다.



고객들은 기업이  
해결한 문제가 판매한  
제품보다 언제나  
중요하다고 생각합니다.

# 애프터서비스를 지원하는데 필요한 기술을 제공합니다.

SMB들은 일반적으로 강력한 고객 서비스 센터를 보유하고 있지 않습니다. 많은 경우, 임원진의 구성원은 초기 영업 팀의 일원이었습니다. 이들은 자사 고객들과 강력한 관계를 형성하고 유지했습니다.

하지만, SMB가 대규모로 성장하고 임원진은 모든 문제를 개인적으로 처리할 수 있는 능력을 잃게 되었지만 여전히 개인적으로 연락하고 있는 자신을 발견했다면 어떻게 됩니까? SMB가 성장하게 되면, 다른 사람들이 고객 서비스 업무를 맡아야 합니다. 하지만 이를 효과적으로 실행하기 위해서는 톨과 기술이 필요합니다.

이러한 방식으로 기업은 한 번에 여러 고객 문제를 해결하도록 확장하는 동시에 각 고객이 기대하는 개인적인 관심을 제공할 수 있습니다.

또한, "올바른 클라우드" 기술이 이를 가능하게 할 수 있습니다.

## 82%

의 사람들은 불쾌한 경험을 했다는 이유로 더 이상 해당 기업과 거래하지 않고 있습니다.

— Forbes, 2016

## 80%

의 불만족한 고객들은 사람들에게 불쾌한 경험에 대해 이야기합니다.

— Forbes, 2016





# 모든 상호 작용은 영구적인 기록을 제공합니다.

기술 리더로서 "고객 서비스" 책임을 성공적으로 수행하고 높은 고객 경험 수준을 유지하기 위해서는 직원들에게 다음 2가지를 제공해야 합니다.

1. 예측 가능한 프로세스
2. 고객 문제를 해결하는 데 유용한 정보에 대한 접근

판매/견적 주기 또는 납품(해당되는 경우) 또는 판매 후 서비스/지원 등의 과정에서 고객과 상호 작용하는 모든 사람들은 효율적으로 정보를 공유할 수 있어야 합니다.

관련된 모든 사람들은 고객들의 이전 내역... 전면적인 뷰를 손 끝에서 확인할 수 있어야 합니다.

올바른 CX 클라우드 솔루션은 실시간으로 지식이 공유되고 향후 참조를 위해 해결책이 기록되도록 합니다. 모든 상호 작용은 SMB가 고객을 다루는 방법에 대한 영구적인 기록이라는 점을 기억하십시오. 임원진만이 기억에 남는 경험을 제공하는 것은 아닙니다.



고객 서비스에서 최대 고충 사항은 불충분한 지식, 상담원 간의 비일관성, 그리고 해결책을 제공할 수 없는 웹 사이트 등입니다.



# 3

## 기업의 성장에 발맞춰 확장 가능한 고객 경험을 제공하는 통합 시스템을 개발합니다.

SMB가 성장하면서 내부 영업/현장 영업/영업 직원에서 고객 서비스, 납품 및 마케팅 팀에 이르기까지 고객 응대 직원들이 늘어나게 될 것입니다. 거래를 체결 또는 무산시킬 수 있는 것은 이들 모든 직원들이 최고의 고객 경험을 지원하기 위해 사용하는 기술입니다. 포인트 솔루션들은 모든 사람들에게 거의 가치가 없는 정보의 사일로를 만들고 있을 뿐입니다. 통합이 핵심 열쇠이며 프론트 오피스 애플리케이션들(즉, 영업 클라우드, 서비스 클라우드, 커머스 클라우드 등) 간의 통합만이 아닙니다. 프론트 엔드 및 백 엔드 시스템 간의 원활한 통합이 이루어져야 합니다. 이를 통해 모든 고객 경험 접촉 지점을 연결할 뿐만 아니라 모든 고객 응대 직원들이 신속하게 문제를 해결하고 모든 각 관계를 개인화하며 긍정적인 고객 관계를 유지할 수 있게 될 것입니다.

백오피스 및 프론트 오피스 통합으로

### 고객 경험을 향상시키는 방법

#1

고객 서비스 담당자들은 청구 부서에서 고객들의 상태를 확인할 수 있으며 만약 이들이 일정하게 시한 내에 지불한다면 회사에 대한 충성도가 높다고 인정될 수 있습니다.

#2

몇 가지 대표적인 사례로 고객 레코드의 업데이트, 결제, 신청서 제출 또는 정보 요청/다운로드 등을 들 수 있습니다.

#3

e커머스의 측면에서 통합은 고객들이 쇼핑 방식을 선택 및 수정하고 재고 수준을 확인하며 모든 신용카드 거래를 안전하게 처리할 수 있도록 합니다.



## 커넥티드 클라우드 솔루션

완벽한 통합은 모든 직원들에게 고객들에 대한 전면적인 뷰를 제공합니다.

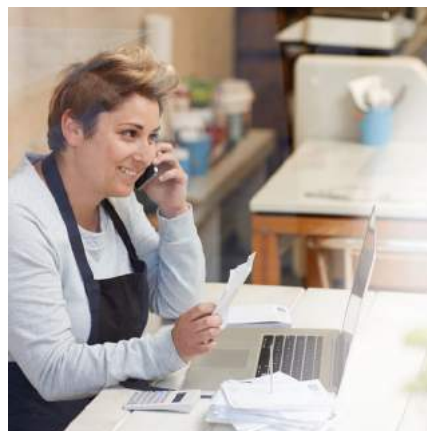
이들은 영업 내역 데이터, 서비스 내역 데이터, 갱신 상태, 마케팅 데이터, 재고 데이터, 고객 데이터, 연락처 데이터 및 결제 내역 등을 비롯해 적절한 고객 정보에 실시간으로 접근하도록 프로비저닝될 수 있습니다.

예를 들어, 고객 서비스 팀이 고객의 여정을 추적할 수 있는 경우, 서비스 부서는 비용 센터(제공해야 한다고 느끼는)에서 수익 센터(상향 판매, 교차 판매, 프로세스 갱신, 대체 구매 제안 지원)로 변모하게 됩니다.

통합 클라우드 솔루션은 영업 자동화, 서비스 요청 관리, 고객 셀프 서비스를 연결함으로써 중소기업은 고객이 요구하는 의미 있고 확장 가능하며 연결된 경험을 제공하는 한편, 인프라를 단순화하고 관련 비용을 절감할 수 있습니다.

고객들이 귀사와 상호 작용하는 것이 쉽다고 느끼게 만드는 방식으로 고객들에게 "원스톱 숍(one-stop shop)"을 제공할 수 있습니다.

여기에는 혼란도, 자동 통화 라우팅의 악몽도, 여러 부서 간에 고객이 전전하는 폐단도 없습니다. 고객이 상호 작용이 "쉽다"고 느낄 때 고객 만족도가 급격하게 증가하며 경쟁 업체들을 크게 앞서게 됩니다.



# 54%

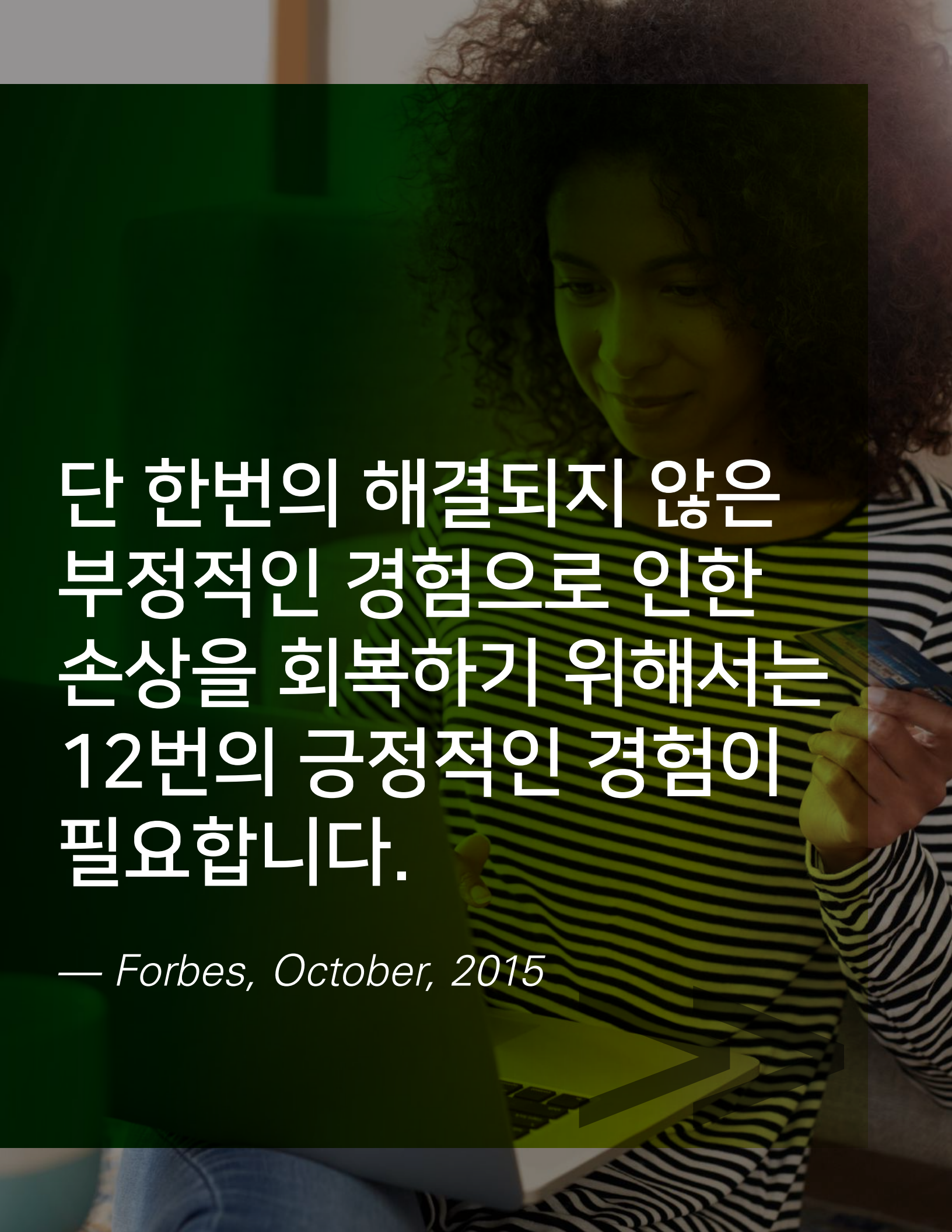
의 영업 임원들은 기미하고 유연한올바른 소프트웨어의 부재는 성공을 가로 막는 장벽이라고 밝혔습니다.

— Forrester, 2016

# 57%

의 구매 의사 결정은 실제 사람에게 접촉할 때 이미 내려집니다.

— Forrester, 2016



단 한번의 해결되지 않은  
부정적인 경험으로 인한  
손상을 회복하기 위해서는  
12번의 긍정적인 경험이  
필요합니다.

— *Forbes, October, 2015*




# 여러분이 제공하는 고객 경험 플랫폼은 강소/중견 기업이 갖게 될 경쟁 우위입니다.

고객 경험 플랫폼이 우수할수록 귀사를 추천할 단골 고객을 확보하게 될 가능성이 높아집니다. 고객들의 요구를 예측하고 문제를 해결하며 효과적으로 강력한 관계를 발전시킨다면 규모에 관계 없이 경쟁 업체들이 극복하기 어려운 방식으로 귀사를 차별화하게 될 것입니다. Oracle CX Cloud Suite는 중소 기업이 최고의 고객 경험을 제공하고 "성장에 박차"를 가하는 데 필요한 투자입니다.



**오라클 디지털 블로그**  
스타트업, 강소/중견 기업의 비즈니스 트랜스포메이션  
[www.oracledigital.co.kr](http://www.oracledigital.co.kr)

A background image showing a group of business professionals in a meeting. They are gathered around a table with a laptop, looking at documents and pointing at the screen. The scene is brightly lit, suggesting a modern office environment.

오라클과 함께  
자신 있게 성장에 박차를  
가할 수 있습니다.