

# Market Insight 본부

## 고객경험(CX)측정 및 관리

- 사업소개 자료 -

2024. 06

Prepared for:



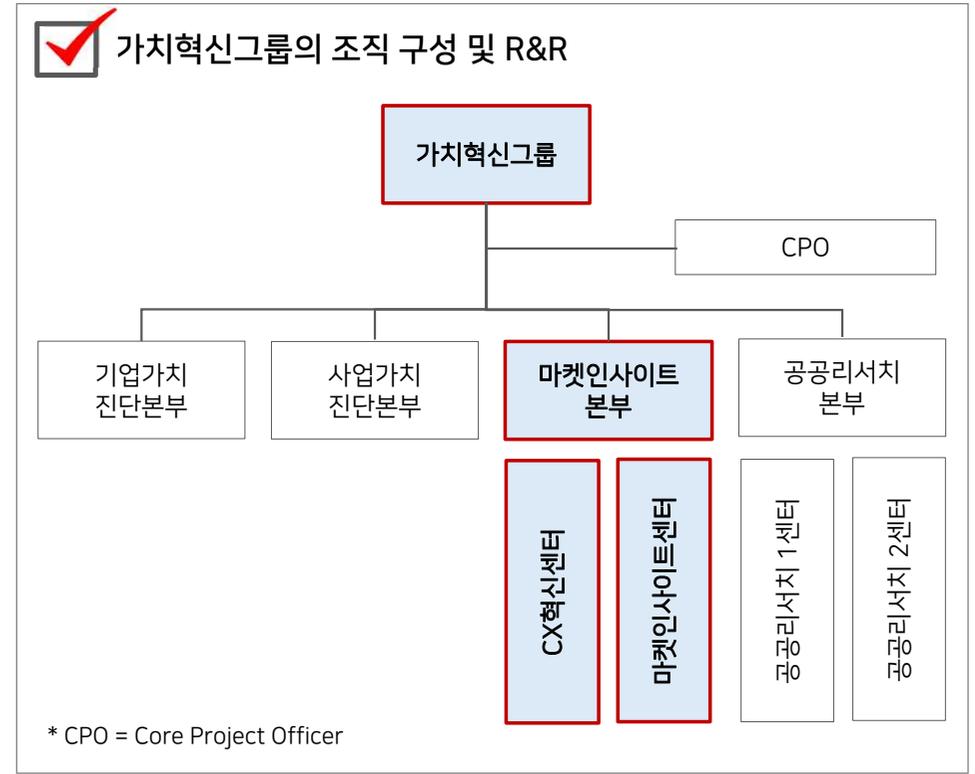
Copyright © by KMAC. ALL RIGHTS RESERVED.

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means — electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise

# 존경받는 기업 구현을 통해 지속가능의 방향을 제시

한국능률협회컨설팅은 우리 기업의 지속적인 혁신능력과 주주가치, 직원가치, 고객가치, 사회가치, 이미지 가치 등 총체적 기업 가치 향상을 통해 기업 경영의 바람직한 방향을 제시해 왔습니다.

## KMAC(Korea's Most Admired Companies) 6대 추구 가치

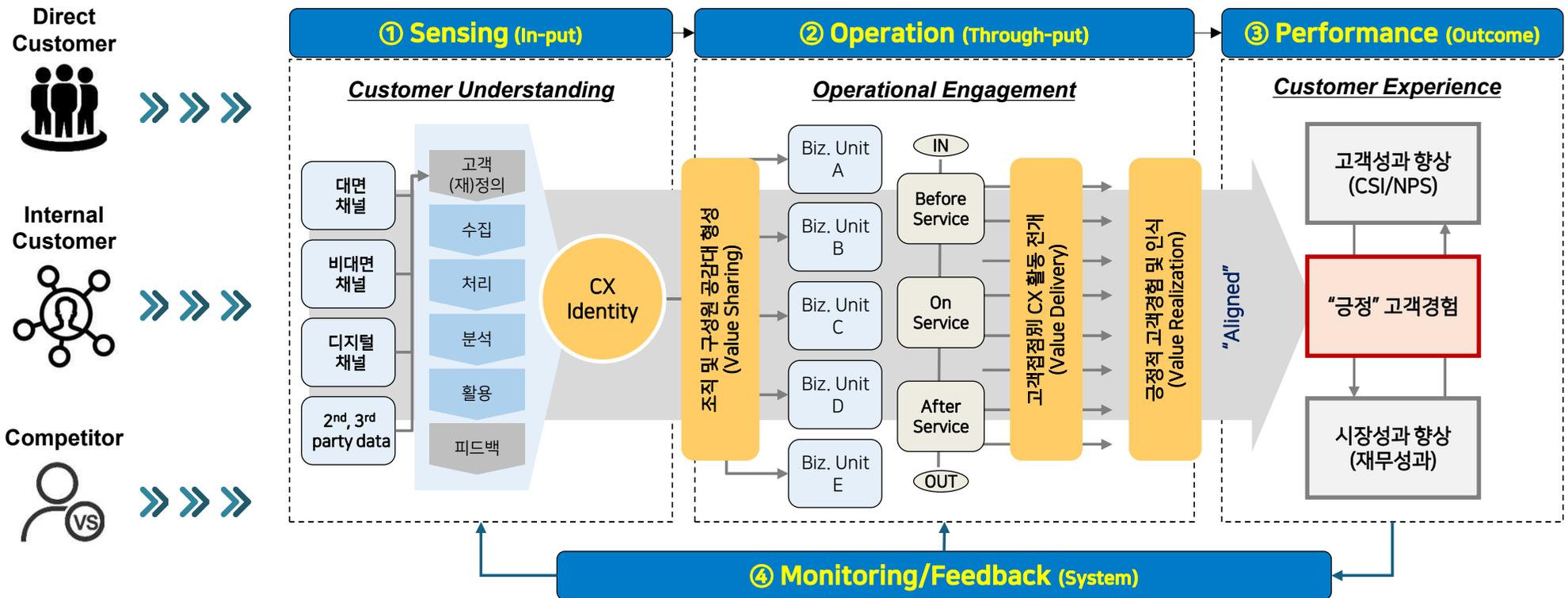


# CXM Overview

## 고객경험은 기업과 고객이 소통하는 상호작용의 총합

KMAC가 지향하는 고객경험(CX) 혁신은 '우리 고객을 경쟁사 보다 더 잘 알고, 이를 얼마나 빠르고 효과적으로 경영에 반영할 수 있는가' 에서 출발합니다(Customer Understanding + Operational Engagement)

### 고객경험관리(Customer eXperience Mgmt.) Framework



# CXM Module / Reference

## 고객경험 최적화를 위한 Total Solution 제공

Customer Understanding을 위한 고유의 진단모델과 데이터, 다양한 고객 조사의 활용을 통해 대면 접점(세일즈/마케팅/서비스)과 비대면 접점(콜/디지털채널)에서 효과적인 고객경험 관리를 위한 Total Solution을 제공하고 있습니다.

### CX혁신 Frame 기반의 수행 모듈과 레퍼런스

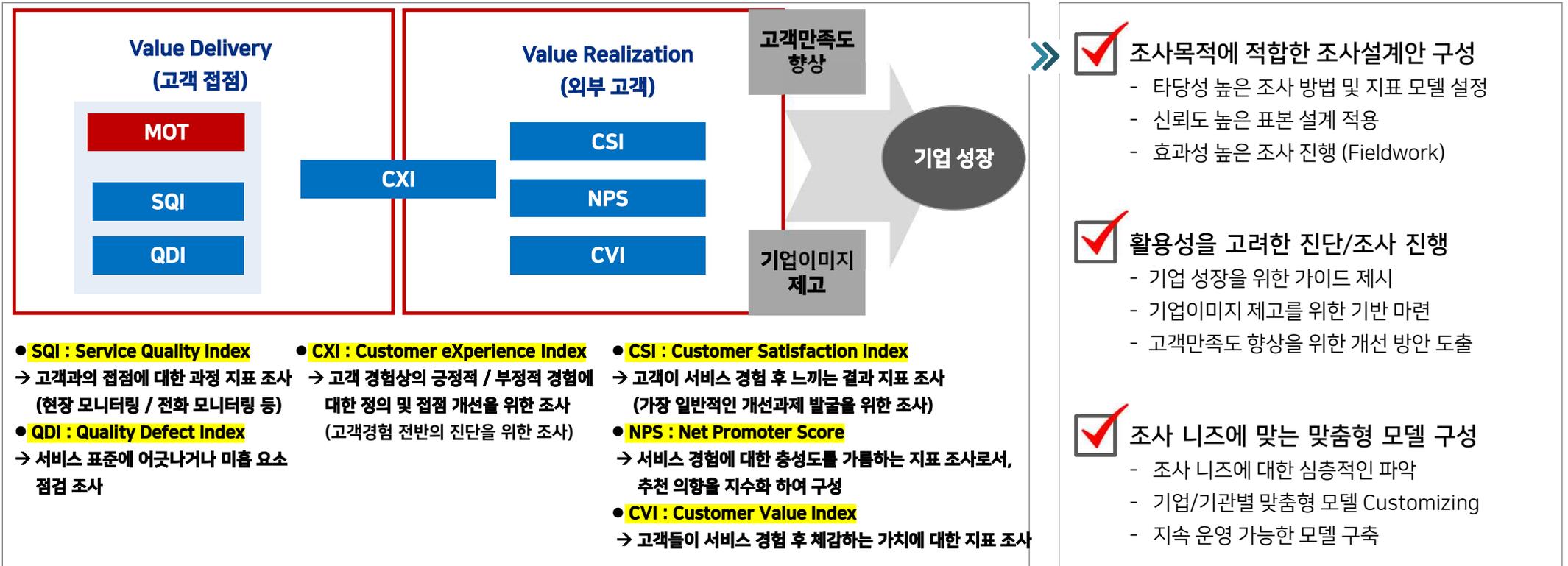
Frame	Sensing(진단/측정)	Operation(운영/관리)	Performance(전략/정책)	System(시각화/자동화)	
수행 모듈	<ul style="list-style-type: none"> <li>M1. 고객/직원 경험(CX,EX) 조사</li> <li>M2. 고객경험여정(CEJ) 진단</li> <li>M3. 고객 데이터(VOC) 분석</li> <li>M4. B2B Market Sensing (ENS)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>M1. B2B Market Intelligence</li> <li>M2. 고객접점채널 진단 및 개선</li> <li>M3. 서비스 품질 개선 (상담센터)</li> <li>M4. 금융소비자보호 체계 수립 (KCPI기반)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>M1. CXM 전략 수립</li> <li>M2. CXM Governance 정립</li> <li>M3. CXI 지표 개발 (측정)</li> <li>M4. CX 재무 성과 측정 (검증)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>M1. CX 플랫폼 구축 (고객 지표 통합)</li> <li>M2. CDP 구축 (고객 데이터 통합)</li> <li>M3. VOC 시스템 구축 (VOC 통합)</li> <li>M4. 상담센터 시스템 진단/구축 (AICC)</li> </ul>	
레퍼런스	민간				
	공공				

## 고객경험(CX) 진단/조사

고객경험에 대한 진단/조사는 조사목적에 적합한 조사설계안 구성, 활용성을 고려한 진단/조사 진행, 조사 니즈에 맞는 맞춤형 모델 구성을 통해 체계적으로 진행됩니다.

### 고객경험 (CX) 진단/조사

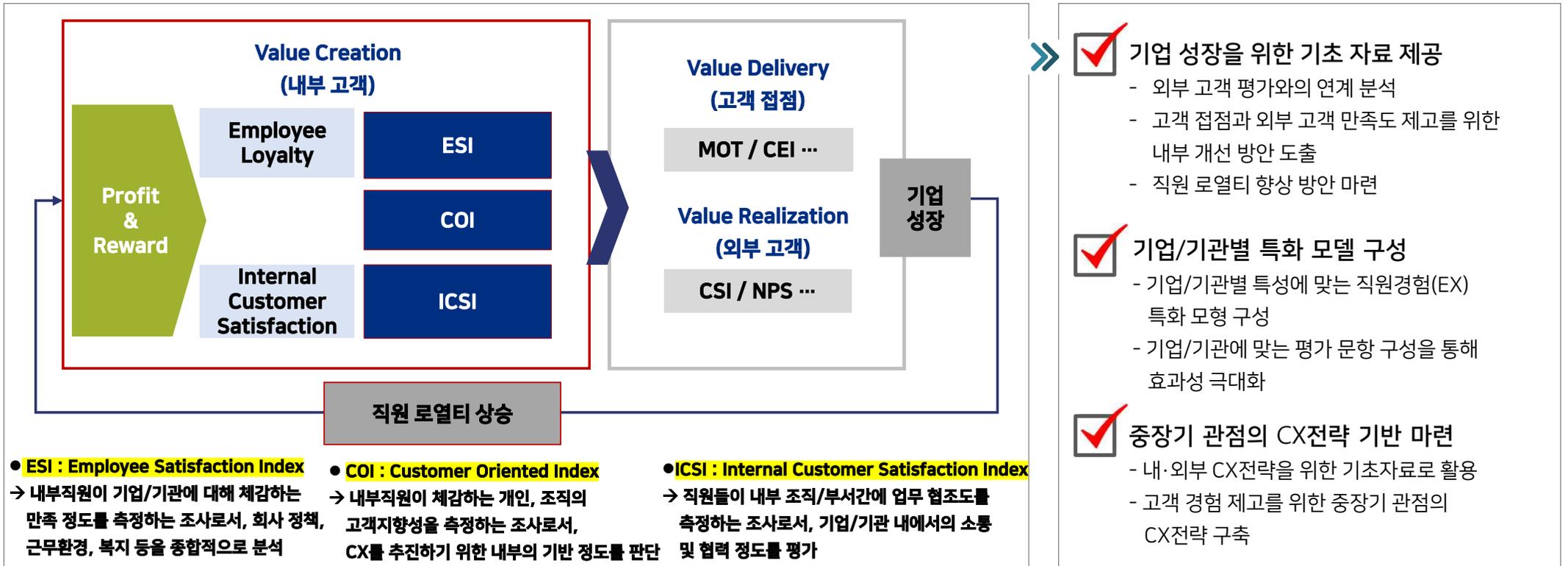
Sensing Operation Performance  
System



## 직원경험(EX) 진단/조사

직원경험(EX) 진단/조사를 통해 기업 성장을 위한 기초 자료 제공, 기업/기관별 특화 모델 구성, 중장기 관점의 CX전략 기반 마련 등의 효과를 경험할 수 있습니다.

### 직원경험 (EX) 진단/조사

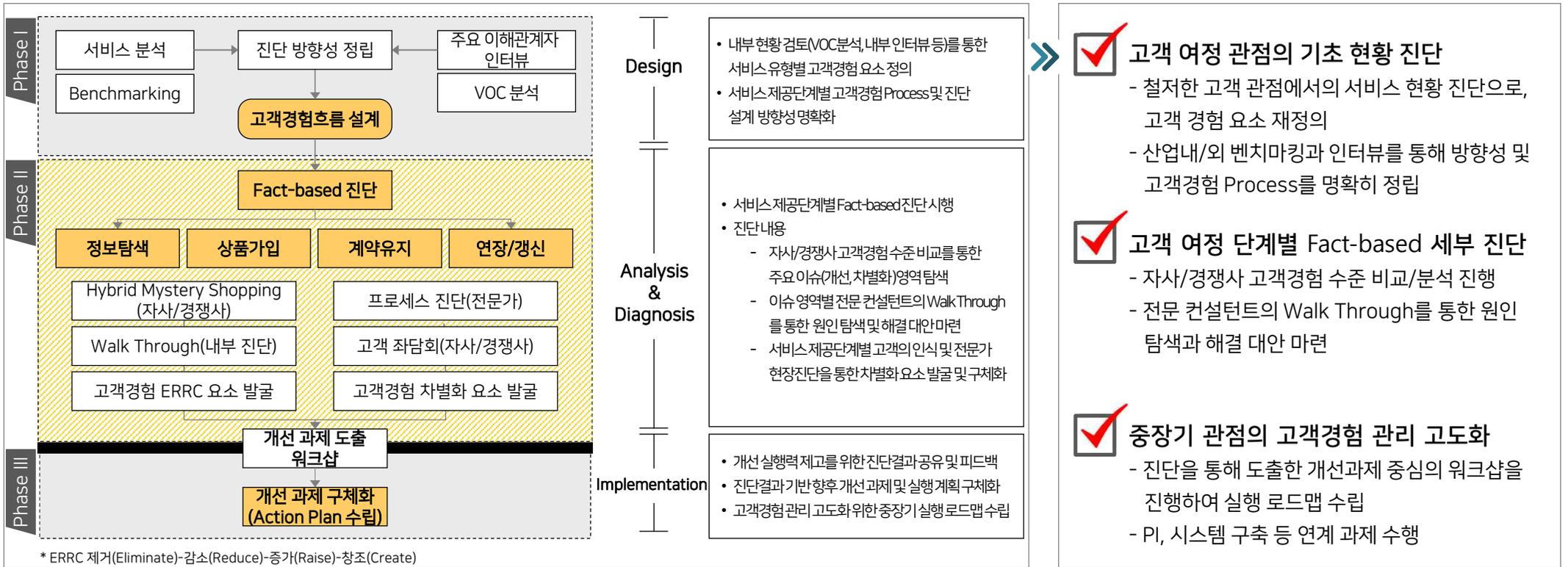


# 고객경험여정(Customer Experience Journey) 진단

고객경험 최적화를 위해서는 서비스 제공단계별 고객경험의 흐름을 설계하고, 이에 기반한 Fact-based 진단/분석을 통한 핵심 개선 요소 발굴 및 개선 방안 구체화 등 총 3단계로 구분하여 고객 여정 관점에서의 결과물을 도출합니다.

## 고객경험 관리 체계 수립 Framework

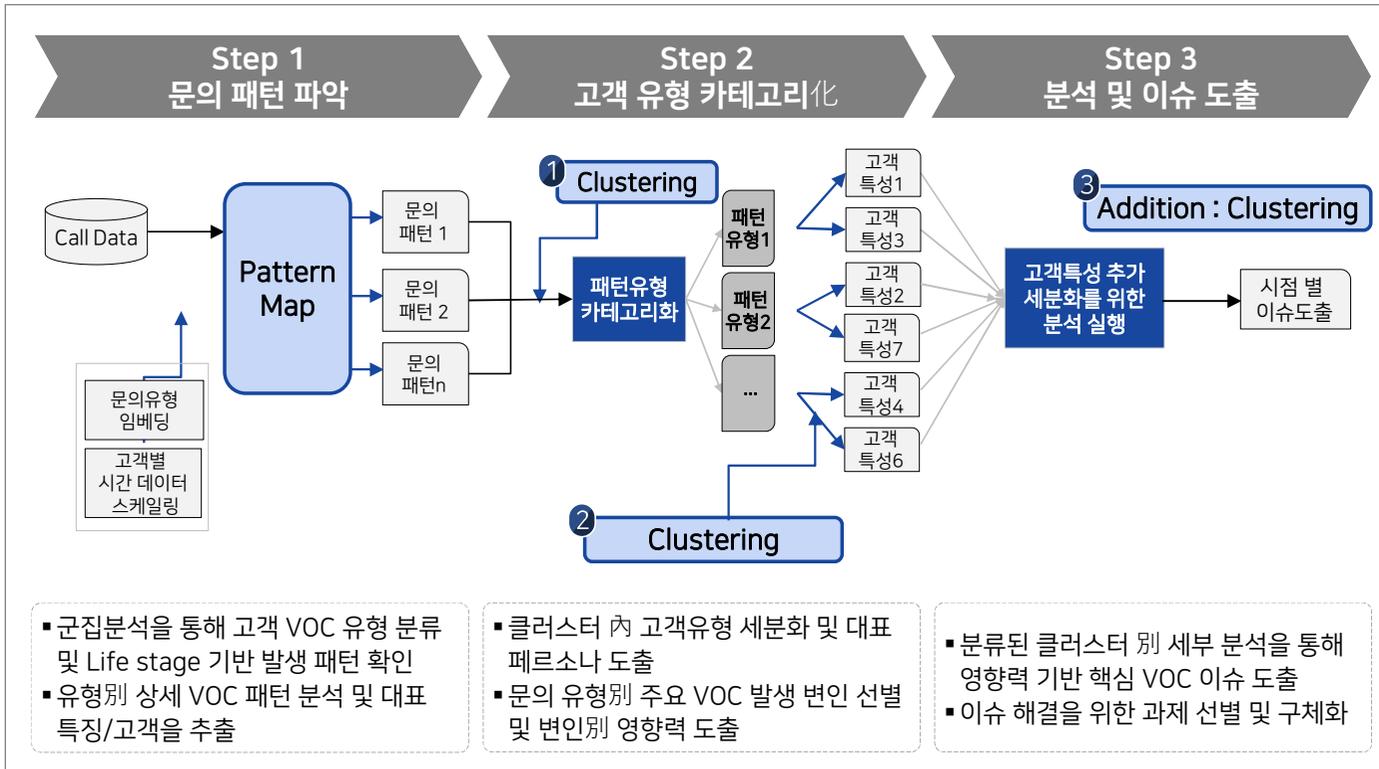
Sensing Operation Performance  
System



# 고객 데이터(VOC) 분석

각종 채널에서 발생하는 VOC의 대부분을 차지하는 일반 문의/단순 상담 데이터를 big data 분석 관점에서 접근, 고객 특성 및 주기별 분석으로, 예상되는 고객 문의를 선제적으로 대응하여 인입콜 감소를 통해 고객 경험을 혁신합니다.

## VOC big data 분석을 위한 PCAT 방법론

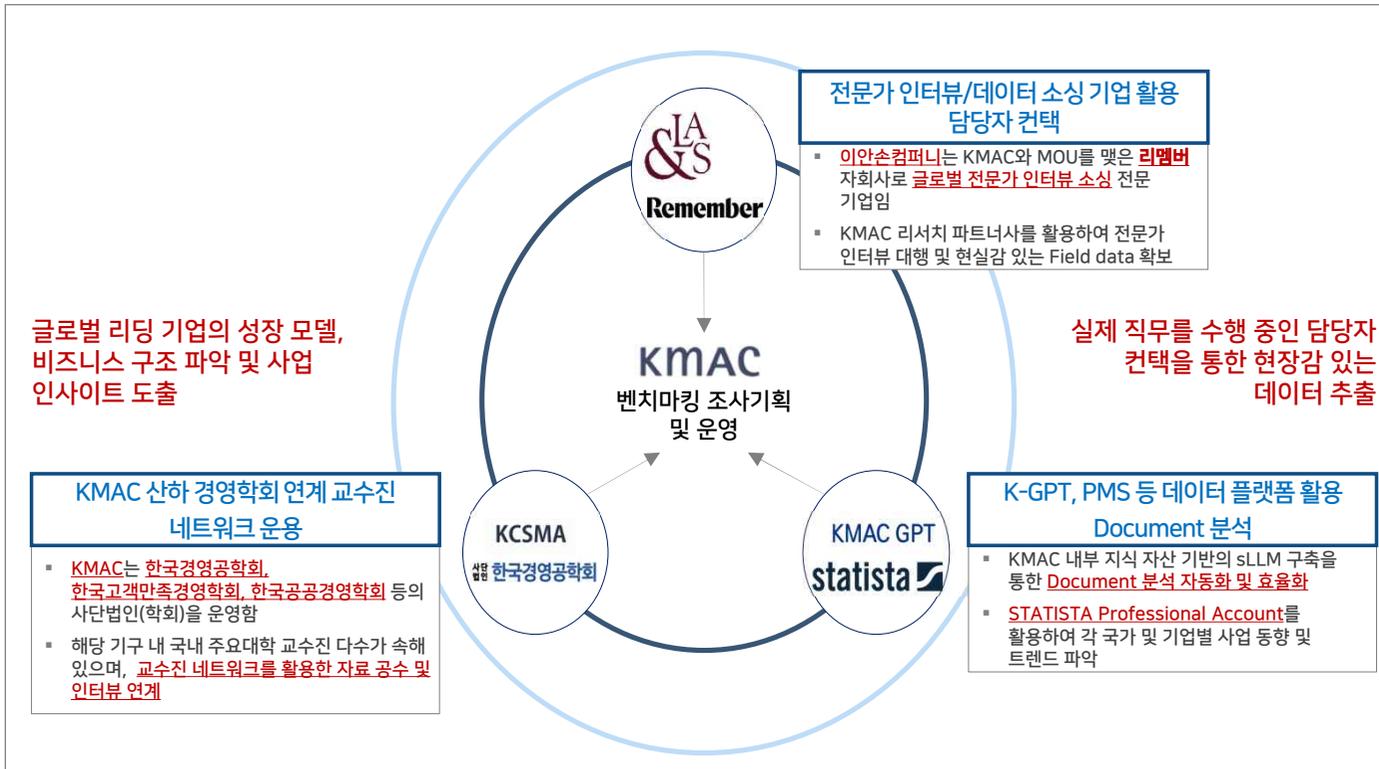


- ✔ **고객 불편 대응력 향상을 통한 CX 혁신**
  - 고객 유형 분류로 VOC 예측을 통한 불편사항 선제적 대응을 통한 고객 만족도 향상
  - 고객별 VOC 발생 패턴 파악 및 Life stage 맞춤형 불편 대응
  
- ✔ **데이터 기반 경영혁신**
  - VOC에 대한 고객유형별 분석을 통해 고객 기반 니즈 발굴 및 사업기회 창출
  - 고객 데이터에 대한 적극적 자산화 등 개인화 서비스 제공 기반 마련
  
- ✔ **인입콜 감소 및 업무환경 개선**
  - 단순 반복 문의 대응 업무 경감
  - 고객 불편 사항 체계적 관리를 통한 악성 민원 확대 방지 및 감축

# B2B Market Sensing (ENS)

벤치마킹 및 마켓 센싱 관련하여 현장감 있는 Field Data 추출을 위해 ① 글로벌 전문가 소싱, ② KMAC 학회 소속 교수진 네트워크 연계, ③ KMAC GPT 등 데이터 플랫폼 활용을 통해 타 업체와 차별화 하고 있습니다.

## KMAC B2B Market Sensing 구조



- ✓ 조사/컨설팅/교육 등 지식 노하우 집약된 내부 플랫폼 활용한 마켓 센싱

  - 수십 년간의 민간/공공 분야에서의 리서치/교육/컨설팅/인증 관련 수행 자산을 생성형 AI 기술 집약된 데이터 베이스 구축 (K-GPT)
- ✓ 전문 B2B솔루션 활용한 맞춤형 벤치마킹

  - 별도 MOU 체결된 전문 B2B리서치 업체를 활용한 실질적이고 현장감 있는 현황 파악
  - 고객사의 사업 구조 및 산업, 부서별 특성별 특화된 벤치마킹 수행
- ✓ 학회 Based 산업내 인사이트 활용

  - KMAC 연계 교수진 네트워크와 연구자료를 활용하여, 방법론 및 모델링의 이론적 근거 구축

# B2B Market Intelligence

산업 및 업종별 트렌드와 당사/경쟁사 실적 자료에 기반하여, B2B Market Map을 작성하고 종합적 분석을 통해 인사이트를 도출하여, 고객사의 산업내 경쟁력 제고 방안을 제공합니다.

## Market Map 인사이트 종합 분석 프레임워크(안)

### 산업별 Market Map 인사이트 종합 분석

#### Step 01 데이터 수집

- 시장 트렌드 파악을 위한 외부 데이터 확보
- 실적&경쟁력 데이터 확보

##### Vertical 시장 경제지표 반영

- 기업경기실사지수 등 경제지표 수집

##### Vertical 시장 트렌드 관련 자료 수집

- 시장 패러다임 변화 등  
맞춤형 트렌드 자료 수집

##### Vertical 당사 마케팅 현황 수집

- 분석 종합 필요시 적용



##### B2B 당사 월별 실적 분석 Data 반영

- 내부 실적 산정 자료 기준

##### B2B 경쟁력 Data 반영

- 경쟁사 실적 자료 필요

#### Step 02 Vertical 분석

- 산업 및 업종별 트렌드 분석
- 당사 수요처 특성, 실적 및 경쟁력 분석

##### Vertical 시장 변화 및 트렌드 분석

- 주요 경제지표 시장 환경/고객 특성 분석  
- 시장 조망 분석

##### Vertical 구성 사업체(수요처) 특성 이해

- 실적 발생 수요처 리스트 분석(기업규모 등)  
- 품목별 수요처 수 및 실적 비중 비교  
- 세부 업종 구분에 따른 특성 비교

##### Vertical 실적추이 및 경쟁력 분석

- 최근 5년간 품목별 실적 추이 검토  
- 품목별 실적 및 경쟁력 분석

##### Vertical 당사 마케팅 현황 분석

- 온/오프라인 콘텐츠 등 분석

#### Step 03 Market Map 인사이트 종합 분석

- Market Map 인사이트 종합 분석

#### 4 Market Map 인사이트 종합 분석 보고서

##### 【시장 트렌드 분석】



##### 【수요처 특성 분석】



##### 【실적추이 분석】



##### 【마케팅 현황 분석】



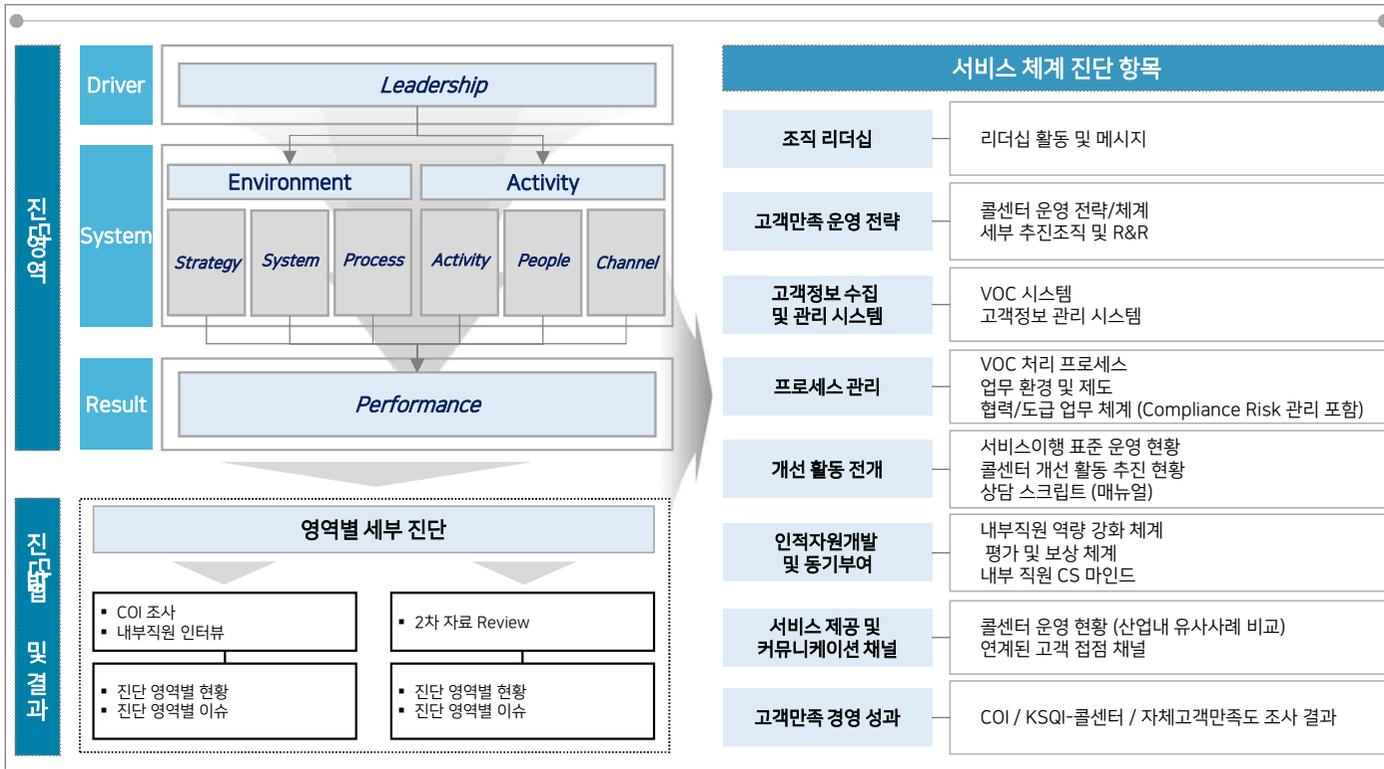
Market Map 인사이트 종합 분석

- 내/외부 데이터의 효율적인 수집 체계**
  - 자체 리서치, 인증, 교육 등의 사업과 고객사의 내부 자료에 기반하여, 시장 추정 데이터 수집
  - 외부 고객 실사, FDI 등 다양한 보완 수단을 통해 인사이트 도출 기반 마련
- Vertical + 시계열 분석을 통한 미래 예측**
  - 산업 및 업종별 트렌드와 내부 실적 자료에 기반하여, 경쟁사와의 비교에 용이한 분석 진행
  - 기초 분석 결과와 시계열 분석 병행하여, 미래의 상황을 예측
- 종합적 관점의 인사이트 도출**
  - 다양한 산업에서의 풍부한 프로젝트 경험을 바탕으로, 산업 내/외부의 다양한 사례 기반의 인사이트 도출

# 고객 접점채널 진단/개선

대면/비대면 접점 채널 진단을 통해 개선안을 도출하며, 전반적인 현황 진단을 리더십/인프라/성과 등 3개 영역으로 구분 진행하며, 자체 리서치 조직을 활용한 직원 인터뷰 및 COI 조사, 2차 자료 검토 등을 통해 실질적 결과물을 도출합니다.

## 진단 Framework (CS전략 및 상담센터 예시)



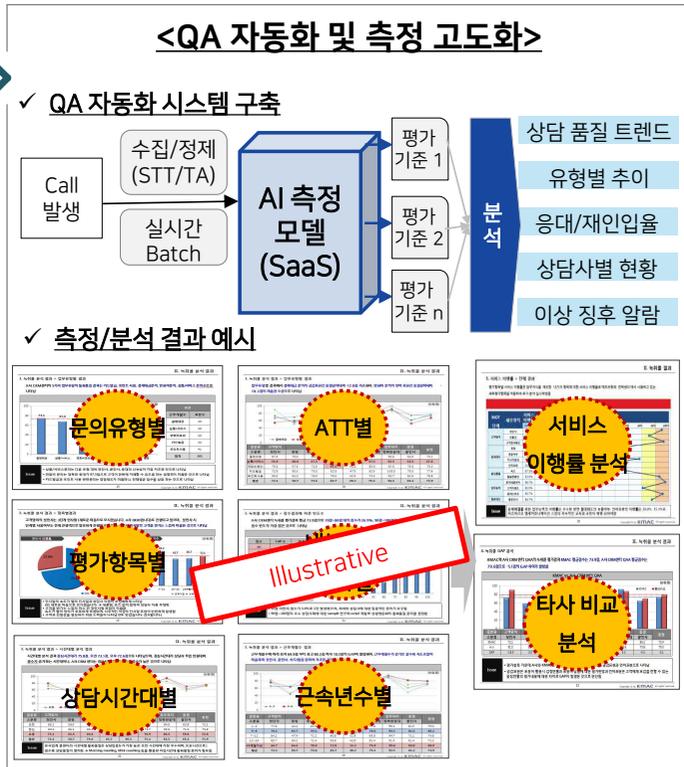
- 객관적 경쟁력 진단 및 실질적 방안 제고**
  - 산업 내/외부 다양한 내부 수행 레퍼런스 기반, 고객사의 객관적 경쟁력 진단
  - KCSI, KSQI 등 다양한 내부 레퍼런스와 산업 동향의 이해를 바탕으로 실질적 방안 수립
- CS전략 연계한 접점채널 To-Be모델 도출**
  - 전사 CS 전략 관점에서 콜센터 현황에 대한 세부 진단과 개선점 도출
  - 접점 채널 로서의 콜센터의 미래 방향성 제시
- 자체 리서치 조직 기반 결과 도출**
  - 인증/평가 등 다양한 리서치 프로젝트를 수행 수행한 별도 조직을 통한 체계적인 조사/진단

# 서비스 품질 측정/개선 (상담센터)

일관된 고객 상담 경험 제공을 위한 서비스 품질 측정 체계 수립부터 고유의 KSQI-Call 인증 평가 방식을 활용한 녹취 콜 평가와 QA 자동화 등의 고도화된 품질 관리 체계를 구축합니다.

## 서비스 품질 측정 및 QA 자동화 프로세스

<b>&lt;서비스 품질 측정 체계 수립 프로세스&gt;</b>		
<b>M1. 콜센터 현황 진단</b>		
<b>운영 현황</b>	<b>데이터 환경</b>	<b>시스템 환경</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>인입콜 볼륨</li> <li>상담석 수</li> <li>내부 평가 기준</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>데이터 구조</li> <li>거버넌스 체계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>VOC시스템</li> <li>인프라 환경</li> <li>정보 보안 수준</li> </ul>
<b>M2. 측정 및 개선 프로그램 설계</b>		
<b>대상 선정</b>	<b>측정 방식</b>	<b>사후 교육</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>전체 콜</li> <li>특정 샘플 콜</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>실시간 AI 평가</li> <li>전문가 평가</li> <li>미스터리 쇼핑</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1:1 맞춤 교육</li> <li>힐링 프로그램</li> </ul>
<b>M3. 세부 기준 구체화</b>		
<b>항목 설계</b>	<b>세부내용 정의</b>	<b>기준 지수 수립</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>고객사 QPI</li> <li>KSQI-Call 모델</li> <li>상시 측정 모델 (AI측정시)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>콜 길이, 유형</li> <li>상담원 정보</li> <li>업무 유형별 스크립트 참조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>고객사 맞춤 평가지수 산출</li> </ul>

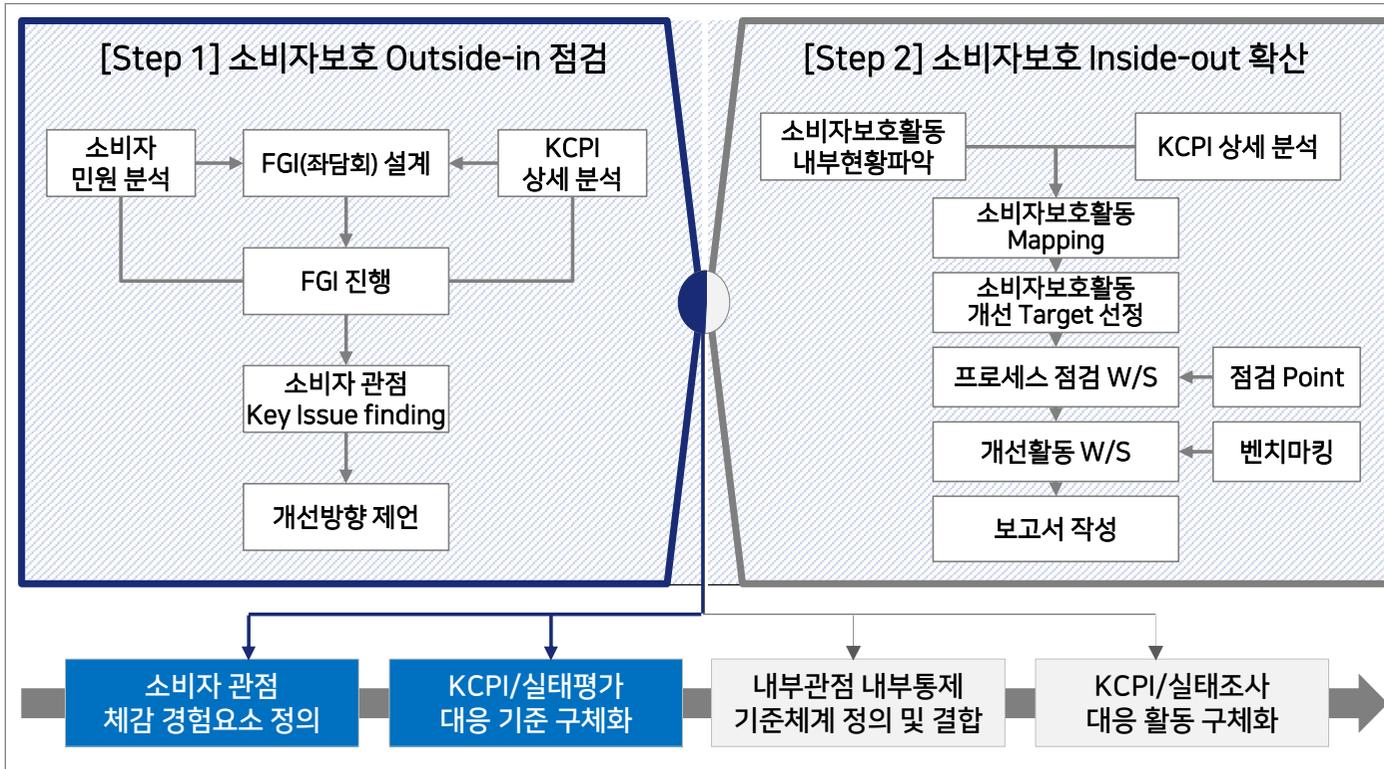


- 고도화된 상담 품질 관리 체계 구축**
  - 전체 콜 상시 품질 관리 체계 구축
  - 시스템/인력 교차 측정을 통한 고도화
- 상담품질 개선 및 상담사 역량 강화**
  - 시스템 통계 기능 활용한 개선 Point 발굴
  - 개선 Point 고려한 샘플 콜 선정 기준 수립
  - 전문 컨설턴트의 1:1 맞춤 교육
- DATA 중심 운영 고도화**
  - 시스템 측정 지표를 통한 개선 효율 검증
  - AI측정 모델 고도화를 통한 AICC 전환 검토

# KCPI 기반 금융소비자보호 체계 수립

한국의 금융소비자보호지수 모델(KCPI)은 기업이 소비단계(전/중/후) 단계별로 준수해야 하는 '소비자의 6대 권리'를 정의하고 있으며, 이에 대한 소비자 체감정도를 측정하여 미흡영역 발굴 및 개선이 가능합니다.

## 한국의 소비자보호지수(KCPI) 기반 금융소비자보호 대응력 강화 컨설팅



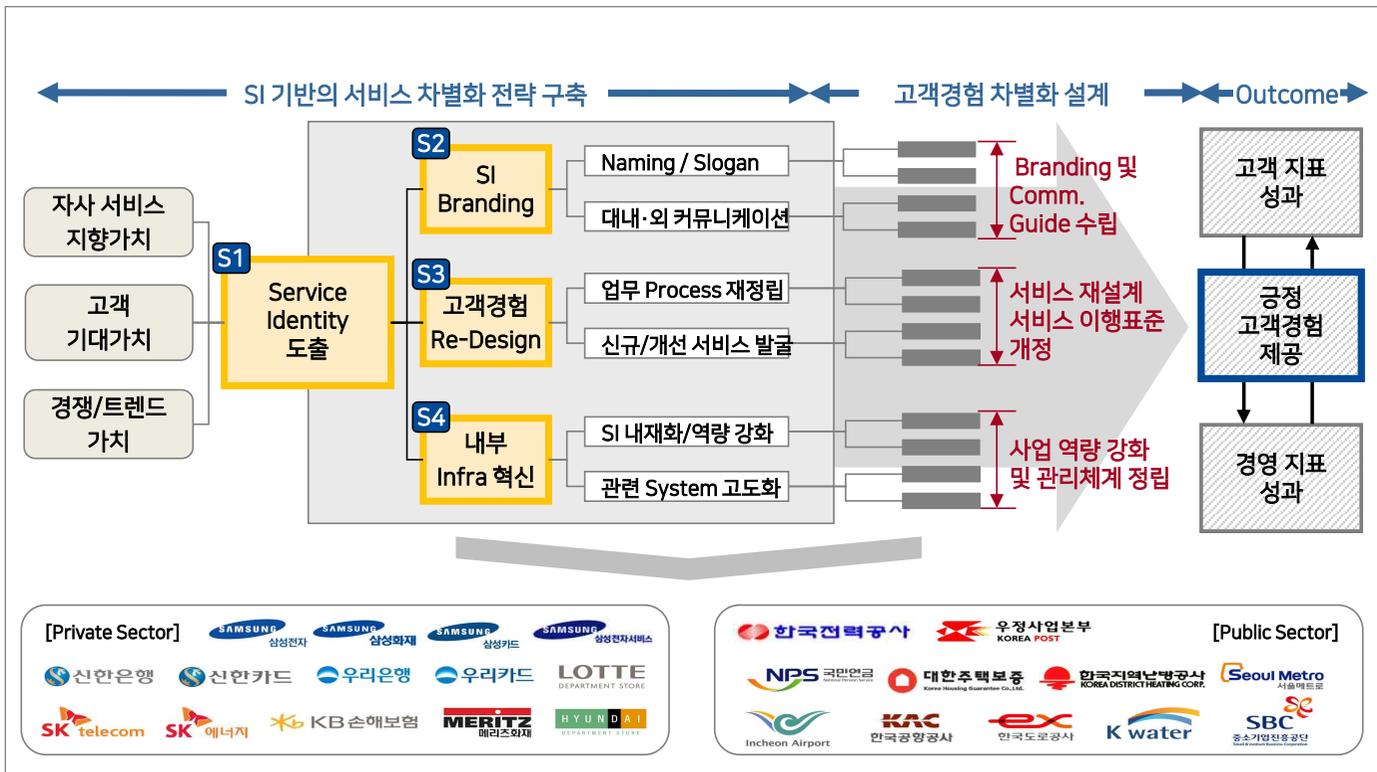
- ✔ 소비자 관점에서 고객사 금융소비자보호 역량 진단 및 평가(Outside-in)
  - 소비자 보호체감 경험단계(가입 전/중/후)에 따라 소비자가 그렇게 판단하는 인식 기준을 구체화하여 향후 내부 개선활동 전개
- ✔ KCPI 평가항목을 활용한 내부 관점의 소비자보호 활동 진단(Inside-out)
  - 소비자보호체감과 연계된 現 소비자보호활동 실태를 점검하고, W/S을 통해 미진한 소비자 보호 활동을 강화하는 방향 설정
- ✔ 전사차원의 소비자보호 KPI 설정
  - KCPI 및 금융소비자보호 실태조사에 영향력이 높은 본부/팀별 핵심 업무 선정과 관련 KPI를 정의함으로써 소비자보호에 대한 선제적 대응

# 고객경험관리(Customer eXperience Mgmt.) 전략 수립

다수의 유사 용역을 통해 검증된 방법론과 운영 노하우를 기반으로 고객사에 적용 가능한 시사점을 발굴하여 적용함으로써 고객 경험 관리의 핵심 목적과 세부 추진 과제들을 성공적으로 수행합니다.

## 고객경험관리(CXM) 전략 수립 Framework

Sensing Operation Performance  
System



- Service Identity 기반 전략 수립**
  - 내부 관리 지표, 고객의 기대 가치, 산업내 경쟁 트렌드 등 3가지 관점의 진단/분석
  - 산업 내 차별적 고객 경험을 제공하기 위해 지향해야 할 가치 발굴
- Brand, Process, CX 재설계**
  - 대내/외 커뮤니케이션 및 업무 프로세스, 고객 경험 등의 재설계 방안 수립
  - 신규 서비스 혹은 시스템 요구사항 정의
- 긍정 고객 경험 창출 및 성과 지표 검증**
  - 기존 대비 긍정적인 고객 경험을 창출하고, 내부의 경영 성과 지표 및 고객 성과 지표 등 정량/정성적 효과 검증

# CXM Governance 정립

일회성이 아닌 장기적 관점의 자체적이고 효과적인 CXM 운영을 위하여, 고객사의 조직/업무 수행 방식/데이터(자산) 등에 기반한 운영 정책, 관리 방식, 조직 체계, 변화 관리 방안 등의 구체적인 Governance를 정립합니다.

## CXM Governance 정립(예)

### CXM Governance 정립

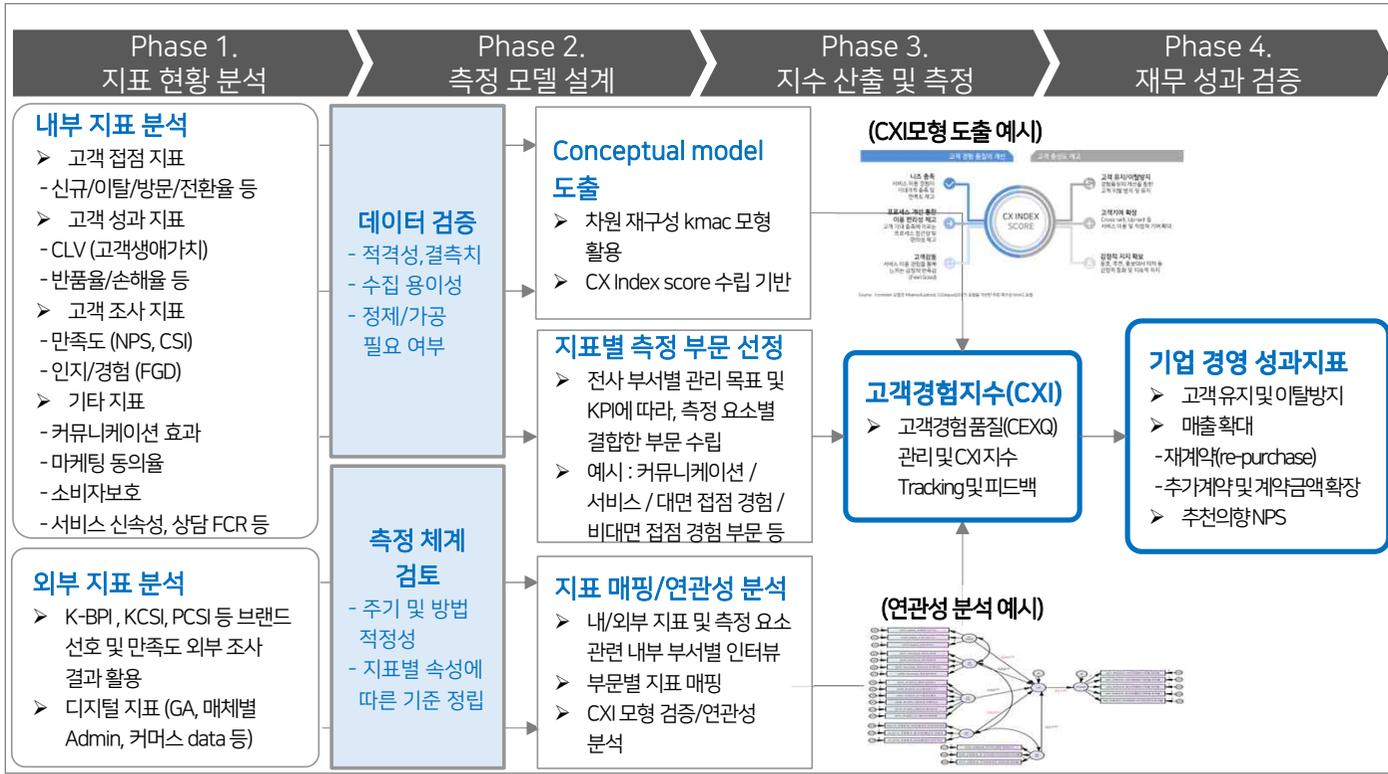
CX Policy 정의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통합 CX 운영 및 관리에 필요한 정책 및 기준 정의</li> <li>• 관리기준, 처리기준, 관리 지표, 평가 및 보상 기준 등</li> </ul>	
CX 운영 관리 조직 및 R&R 설계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통합 CX 관리조직 설계 - 관리조직, 담당 인력, 위원회 등</li> <li>• R&amp;R 설계 - 담당 부서 R&amp;R, 타부서 연계 담당자 선정 및 역할 등</li> </ul>	
VOC 관리 체계 설계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 핵심 CX 관리 지표 설계 - 영역별 관리 지표, KPI 연계 등</li> <li>• CX 평가체계 설계 - 평가 방법, 인센티브, 포상 등</li> </ul>	
변화관리 방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유관 시스템 및 운영체계가 조직 내 안착되도록 변화관리를 위한 Boom-Up 방안 마련</li> </ul>	

- ✔ **장기적이고 자체 추진 가능한 체계 구축**
  - 일회성 측정 및 검증이 아닌, 지속적으로 자체 개선해 나갈 수 있는 Governance 정립
  - 전사의 CXM 중심 업무 체계 구축
- ✔ **시스템/조직 운영 효율화 노하우 활용**
  - 세일즈/마케팅/HR 등 다양한 조직 운영 효율화 경험을 활용한 조직 진단 및 PI 수행
  - 시스템 고도화 관점의 관리 방안 제언
- ✔ **HR/교육 전문성 활용한 세부 지표 설계**
  - HR/교육/PI 등 KMAC 내부 개별 본부와의 협력을 통해 핵심 관리 지표 설계
  - 각 조직 별 유기적인 체계로 CX미션 달성도 증대

# 고객경험지수(Customer eXperience Index) 지표 개발

내·외부 고객 평가 항목을 기본으로 재무 성과, 사업부 업무목표, 민원(VOC) 지표 등 경영성과 항목을 배합하여 전사 차원의 통합 고객경험지수(CXI)를 설계하며, 이를 통해 빠르고 효과적으로 전사 고객경험 수준을 운영·관리합니다.

## 고객경험지수(CXI) 개발 방법론

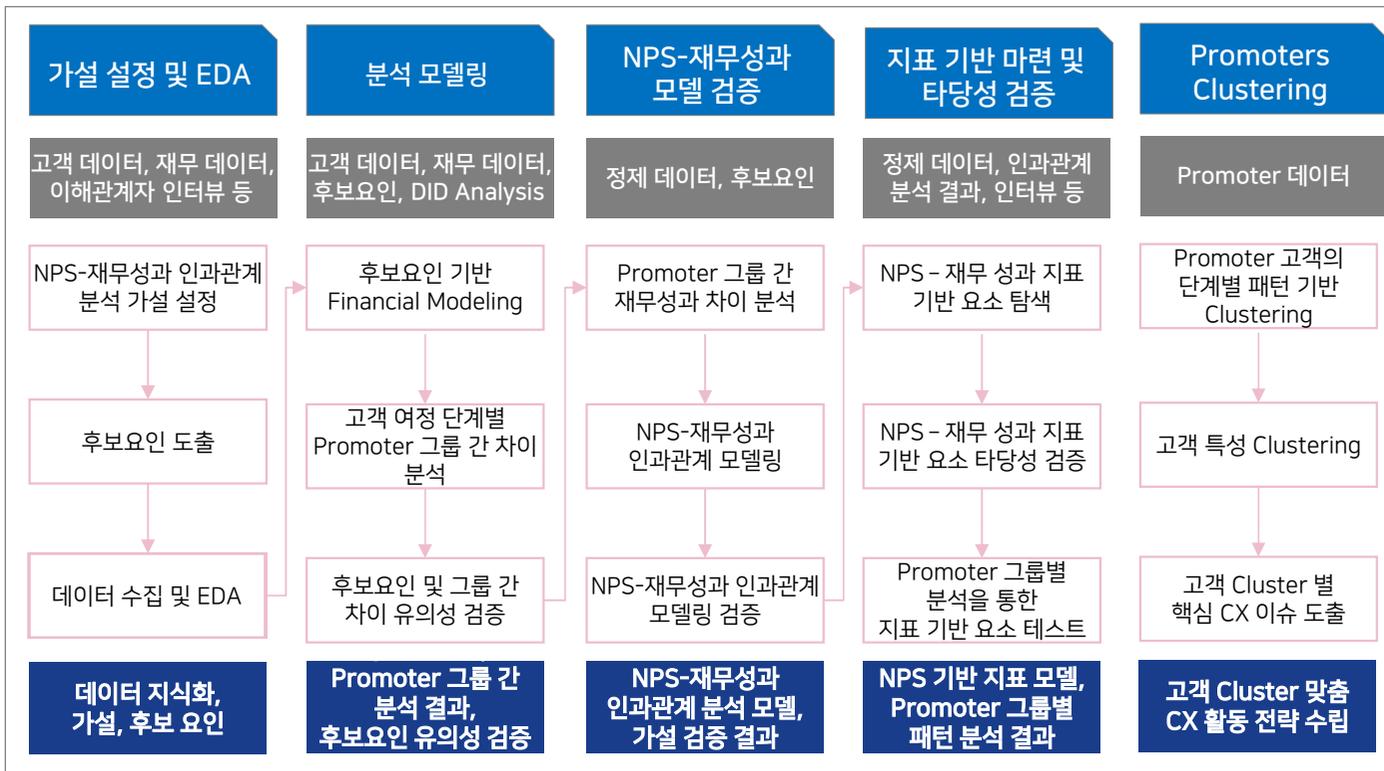


- ✔ **CX 관리 현황 진단**
  - CX 내부 운영관리 현황 분석과 외부 지표 분석을 통해 현 관리지표 구성 및 평가방식 적정성 분석
  - 내부 부서별 현업 인터뷰 진행
- ✔ **고객경험지수(CXI) 설계 및 성과 검증**
  - CXI 평가지표(내부 KPI·외부 조사) 설계
  - 모형 도출 및 지표별 가중치 설정, 검증
  - 관리 체계 구축 (평가방식 및 주기)
  - 재무 성과 검증 (경영성과의 연동성 분석)
- ✔ **CXI 고도화 및 관리방안 수립**
  - CXI 기대효과 및 적용계획 수립
  - CXI 모니터링 체계 마련
  - CDP 관점의 시스템 고도화 방안 제언

# CX ROI 분석 및 Promoter(충성 고객) 확대 방안 마련

NPS, CSI 등 다양한 고객 만족도 조사 결과 및 CX활동의 재무 성과와의 인과관계를 가설적으로 검증하고, 고객 그룹별 결과 패턴 분석과 맞춤 CX개선 전략 수립 등을 통해 활동 전반의 선순환 구조를 구축합니다.

## CX 활동 선순환 구조 수립 체계 (NPS 기반)



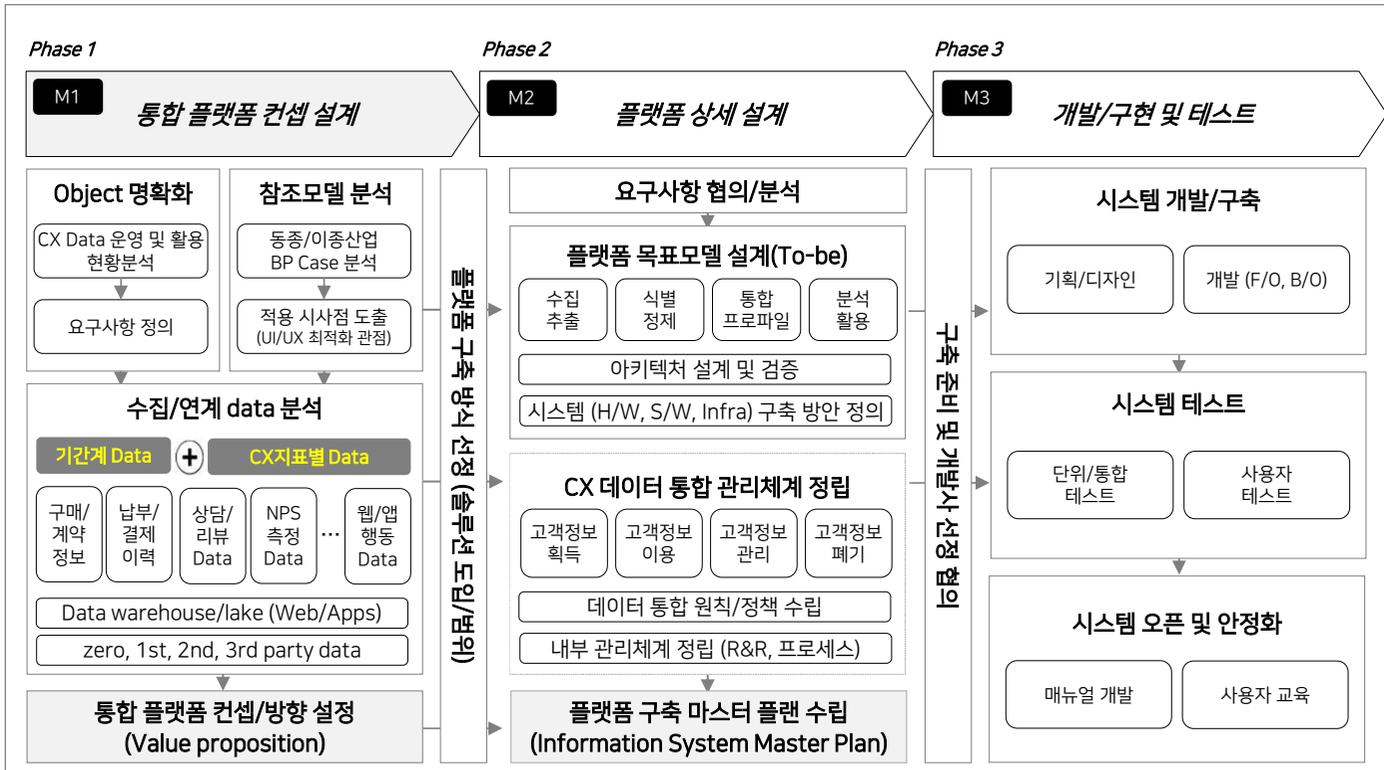
- 
**CX지표 진단 및 EDA를 통한 가설 수립**
  - CX 지표(CSI, NPS 등)의 데이터 현황을 진단하고, EDA를 통한 사전적 데이터 전 처리 수행
  - 성과 지표와의 인과 관계 가설을 수립하고, 측정 도구인 후보 요인을 도출
  
- 
**재무 성과 검증 및 고객 그룹별 패턴 분석**
  - 각 후보요인별 성과와 유의성을 검증하고, 고객 속성과 Seg와의 연계 분석 진행
  - 재무성과 분석 모델링 및 타당성 검증
  
- 
**Promoters Clustering 및 확대방안 마련**
  - 고객 여정 단계별 패턴과 SEG별 속성/특성에 기반한 고객 Clustering 진행
  - 고객 Cluster별 핵심 CX 이슈 및 개선방안 마련

# CX 통합 플랫폼 구축 (고객관리지표 통합)

NPS, CSI, VOC 등 고객 경험 측정 지표들의 각 Single View를 사용자별 최적화 관점의 UI/UX로 구현하고, 이를 하나의 원천에서 관리할 수 있는 통합 CX 플랫폼을 구축합니다.

## CX 통합 플랫폼 구축 프로세스

Sensing    Operation    Performance  
**System**



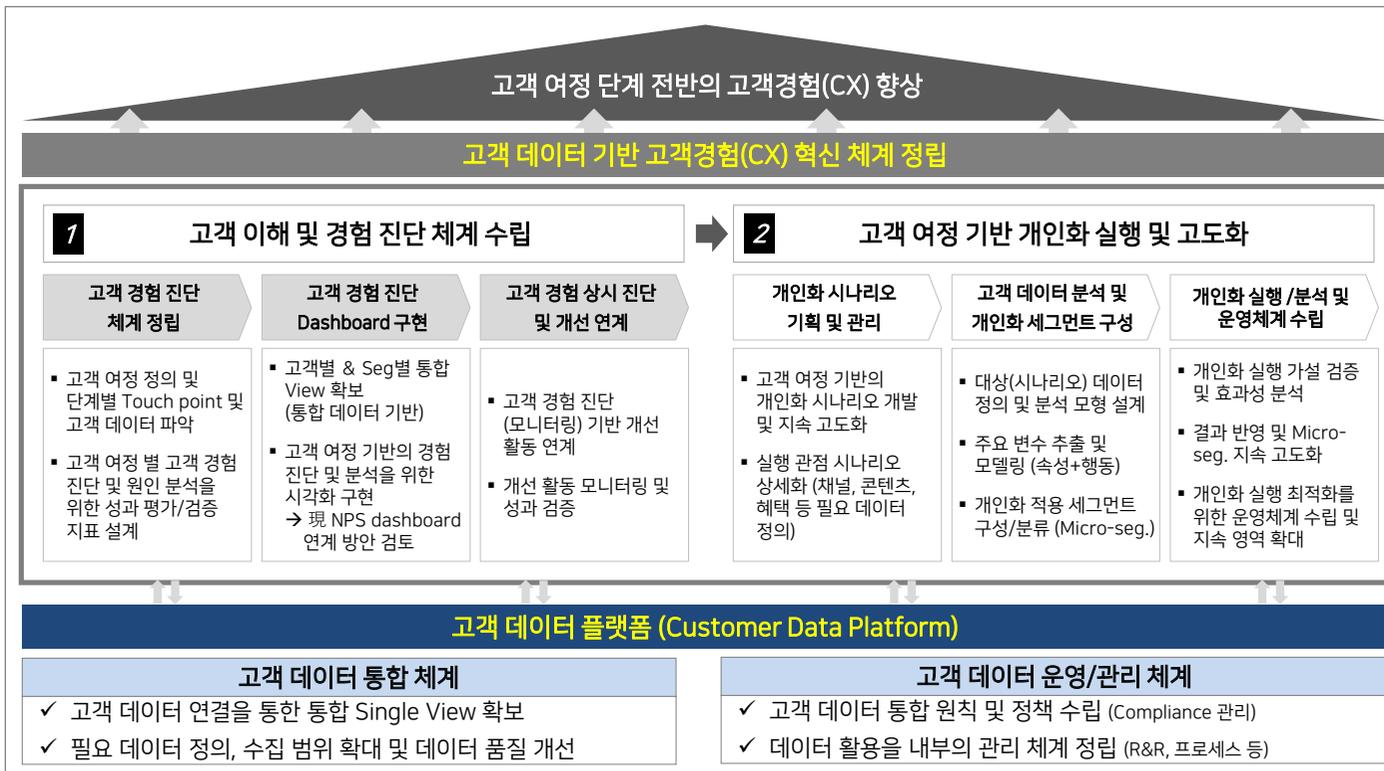
- 전사 CX 고객 지표 Silo 해소**
  - 전사 흩어져 있는 고객 관련 지표(VOC, NPS, 리뷰 데이터 등)를 하나의 플랫폼으로 통합 운영
  - 고객 경험 관련 Data 원천 통합 관리
- 고객 데이터 중심 업무 효율화**
  - 전사 부서별 고객 데이터 접근성 증대
  - 사용자 그룹별 맞춤 Dashboard 구축
  - 통일된 고객 이해에 기반한 의사결정과 업무 고도화
- 데이터 활용 고도화 기반 마련**
  - 초개인화 마케팅, CDP 등 고도화된 데이터 활용 기반 구축
  - AI, M/L 등 디지털 신기술 접목 용이

# CDP(Customer Data Platform) 구축(1)

고객경험(CX) 혁신은 '고객에 대한 충분한 이해' 를 전제되어야 하며, 고객 데이터 플랫폼(CDP)은 Customer single view를 지원함으로써 고객경험 개선과 개인화/초개인화 마케팅, 그리고 전사적 디지털 혁신의 목적으로 추진되고 있습니다.

## CDP 구축 로드맵

Sensing    Operation    Performance  
**System**



### 고객 데이터 기반 경영 체계 구축

- 고객의 Data Silo 현상을 해소하여, 전사의 고객 Data를 효율적으로 활용하기 위한 기반 마련
- 전사 조직들이 '고객을 더 잘 이해하는' 방향으로 고도화되고, 의사결정 과정을 축소



### 고객의 여정을 Single View로 구축

- 각 고객 Seg와 개인별 Single View를 구축하여 기업의 다양한 의사결정을 고객 데이터에 근거하여 진행될 수 있도록 지원



### 개인화/초개인화와 전사 DX 고도화

- 서비스/마케팅 Tool을 연계하여 개인화를 넘은 초개인화 마케팅을 실현하여 고객 경험 관리
- 전사의 일하는 방식의 디지털 혁신

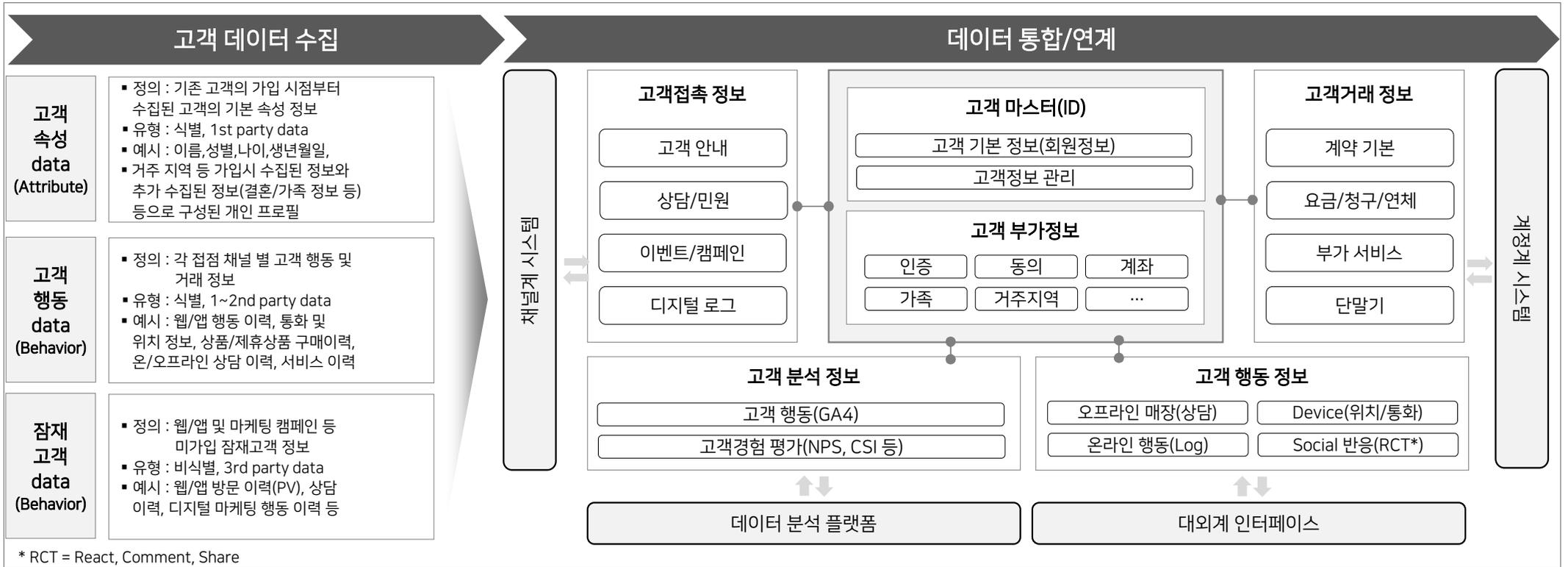
# 세부 상품 소개

## CDP(Customer Data Platform) 구축(2)

고객 데이터 플랫폼(CDP)은 전사에 흩어져 있는 고객의 속성 및 행동 데이터 수집과 표준화 작업을 통해 고객 데이터를 통합하고 전사의 자율적 참여를 통해 일관된 고객정보의 수집/정제/통합/분석/활용을 지원하는 시스템입니다.

### CDP 시스템 구조도 (예)

Sensing    Operation    Performance  
System

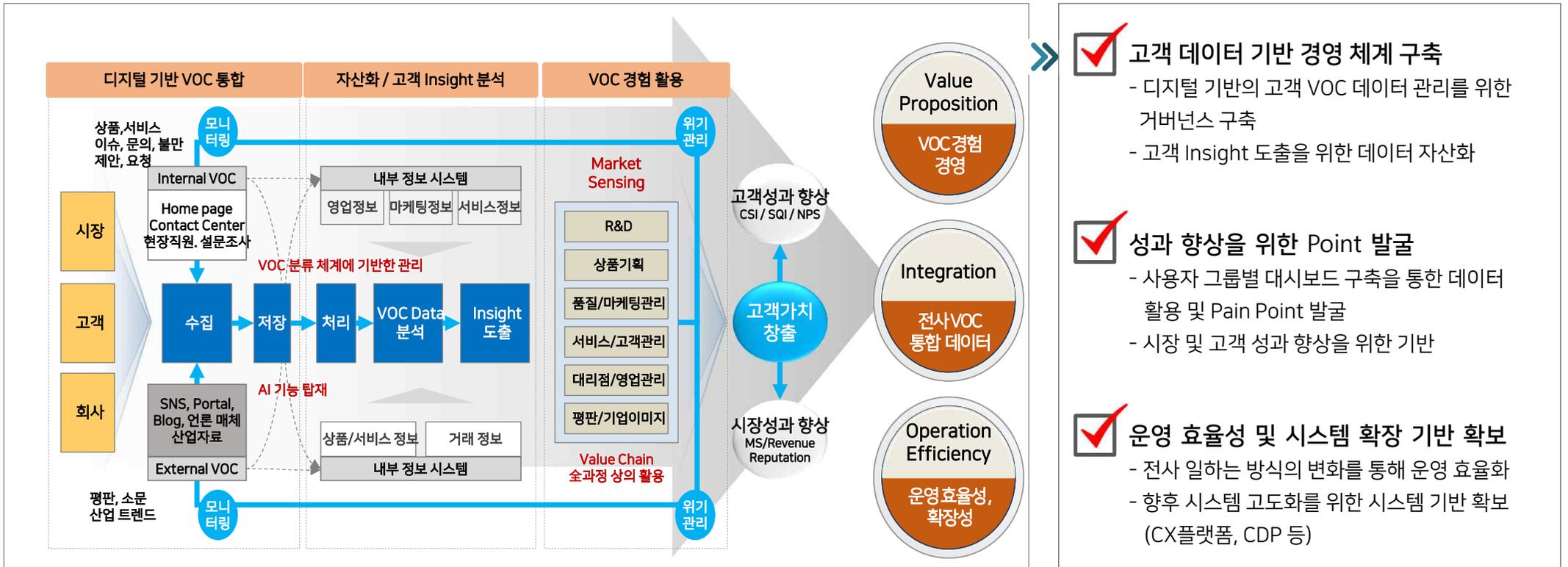


# 통합 VOC 시스템 구축(1)

금융/통신/제조 등 다양한 산업에서의 통합 VOC 시스템 구축 노하우를 바탕으로, 고객 데이터와 VOC에 기반한 전사 경영 체계의 재구축을 지원하며, 구축 이후 운영 효율 및 확장성을 제공합니다.

## 전사 고객경험 중심 경영 체계 구축

Sensing    Operation    Performance  
System



- 고객 데이터 기반 경영 체계 구축**
  - 디지털 기반의 고객 VOC 데이터 관리를 위한 거버넌스 구축
  - 고객 Insight 도출을 위한 데이터 자산화
  
- 성과 향상을 위한 Point 발굴**
  - 사용자 그룹별 대시보드 구축을 통한 데이터 활용 및 Pain Point 발굴
  - 시장 및 고객 성과 향상을 위한 기반
  
- 운영 효율성 및 시스템 확장 기반 확보**
  - 전사 일하는 방식의 변화를 통해 운영 효율화
  - 향후 시스템 고도화를 위한 시스템 기반 확보 (CX플랫폼, CDP 등)

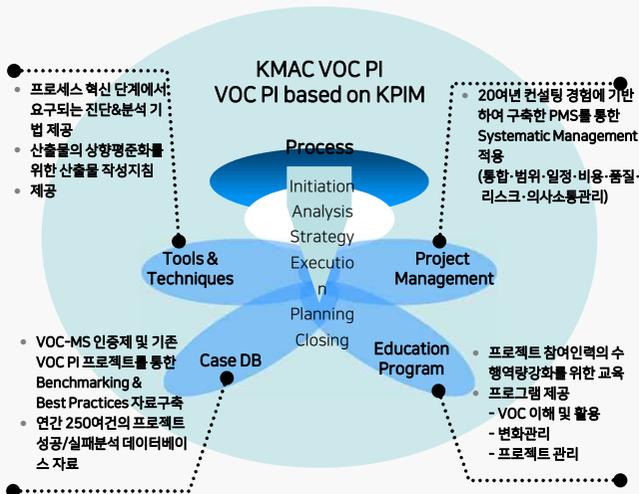
# 통합 VOC 시스템 구축(2)

KMAC 고유의 프로세스 혁신 방법론에 의거하여, VOC 시스템과 연계한 체계적인 PI 기능을 수행하며, 이를 통해 고객사의 맞춤 프로세스를 도출합니다.

## VOC PI 방법론

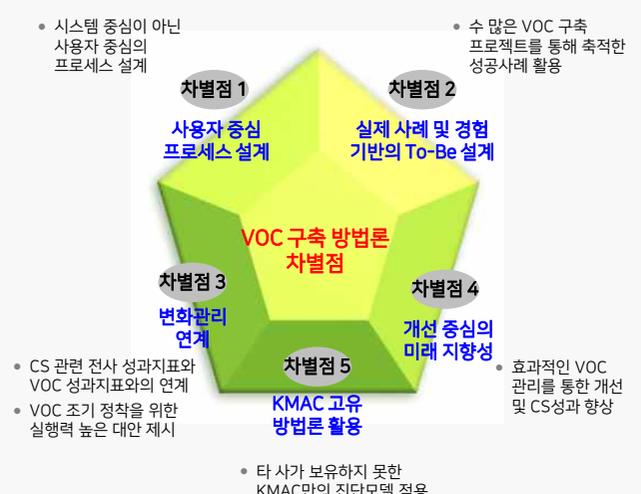
### VOC PI 방법론의 보유

- KMAC의 VOC PI 방법론은 프로세스 혁신을 위한 세부절차, 작업방법, 기법, 산출물 등을 논리적으로 정리해 놓은 체계임



### VOC PI 방법론의 차별점

- VOC PI 방법론의 차별점은 아래 5가지로 요약이 가능함



✓ **경험 기반의 맞춤 개선 전략 도출**  
 - 약 20여년간 수행해 온 다양한 민간/공공 분야의 PI 경험을 바탕으로, 고객사와 각 사업의 특성에 적합한 프로세스 개선 전략 도출

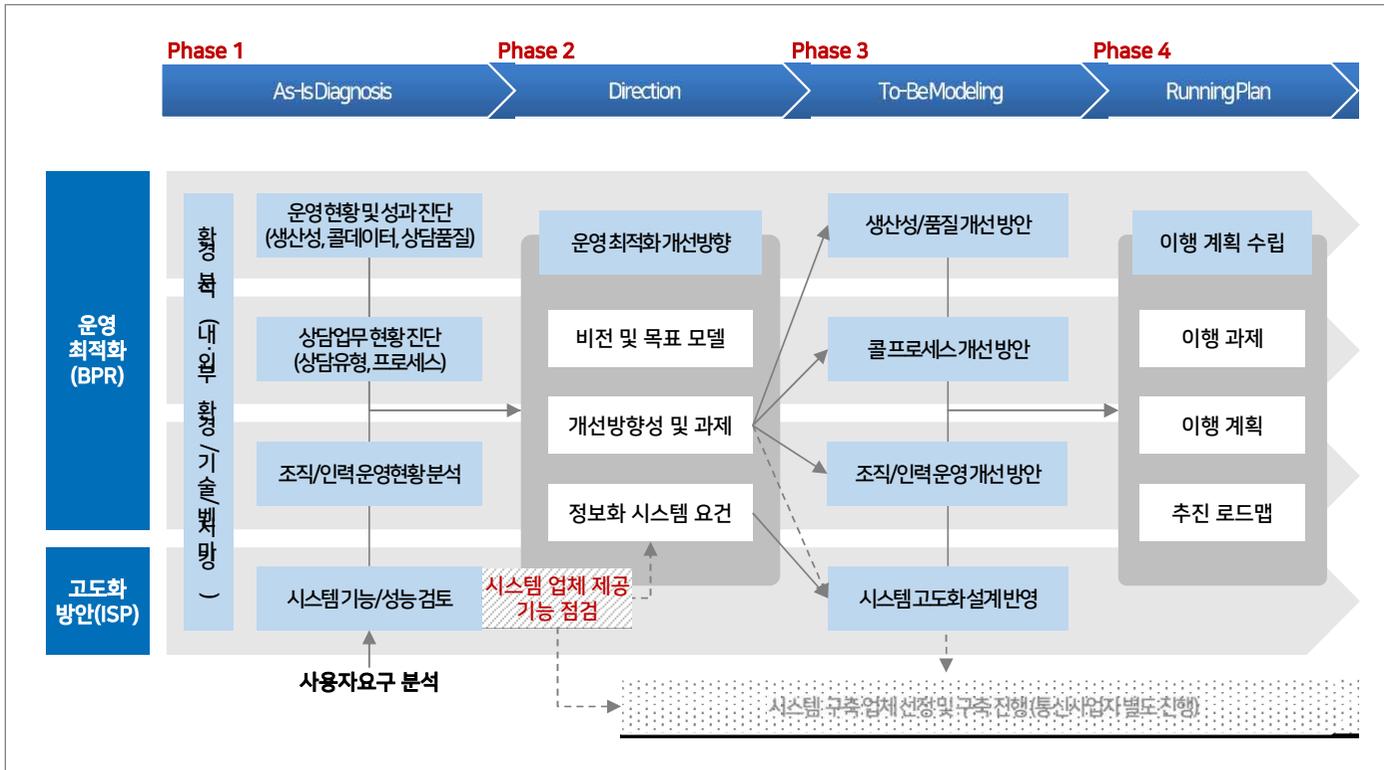
✓ **사람 중심의 시스템/프로세스 재설계**  
 - 고객/사용자/경영자 등 각 주체 중심의 프로세스 진단과 개선점 도출  
 - 지나친 시스템 중심의 수행 지양

# 상담센터 시스템 진단/구축 (AICC)

콜센터 분야 국내 최다 컨설팅 경험과 고유의 사전 진단 방법론을 활용한 최적의 계획을 수립하며, 이에 기반한 시스템 구축 PMO 사업 추진을 통해 전문화된 미래형 콜센터 기반을 제공합니다.

## 상담센터 시스템 개선을 위한 4단계 사전 진단 방법론

Sensing    Operation    Performance  
System



- 고객 중심의 전문적 상담 환경 구축**
  - AI 컨택센터 구축을 통한 단순 상담 자동화
  - AI 어시스트 활용한 전문 상담사의 응대 강화
  - IVR 서비스 접근성/편리성 개선
  - 옴니채널 서비스 환경 구축
- 조직 운영 관리 및 사용자 관점 최적화**
  - 상담 유형 체계 개선 및 조직 운영 방안 개선
  - 직접/도급 운영 방식의 비효율 문제 개선
  - 통계 기능 최적화 및 편의성 개선
- 시스템 고도화 기반 강화**
  - ALL-IP 기반 Soft Switch 방식의 인프라 구성
  - 센터간 멀티 체계 구축
  - 상담품질 QA 자동화 (별도 솔루션)

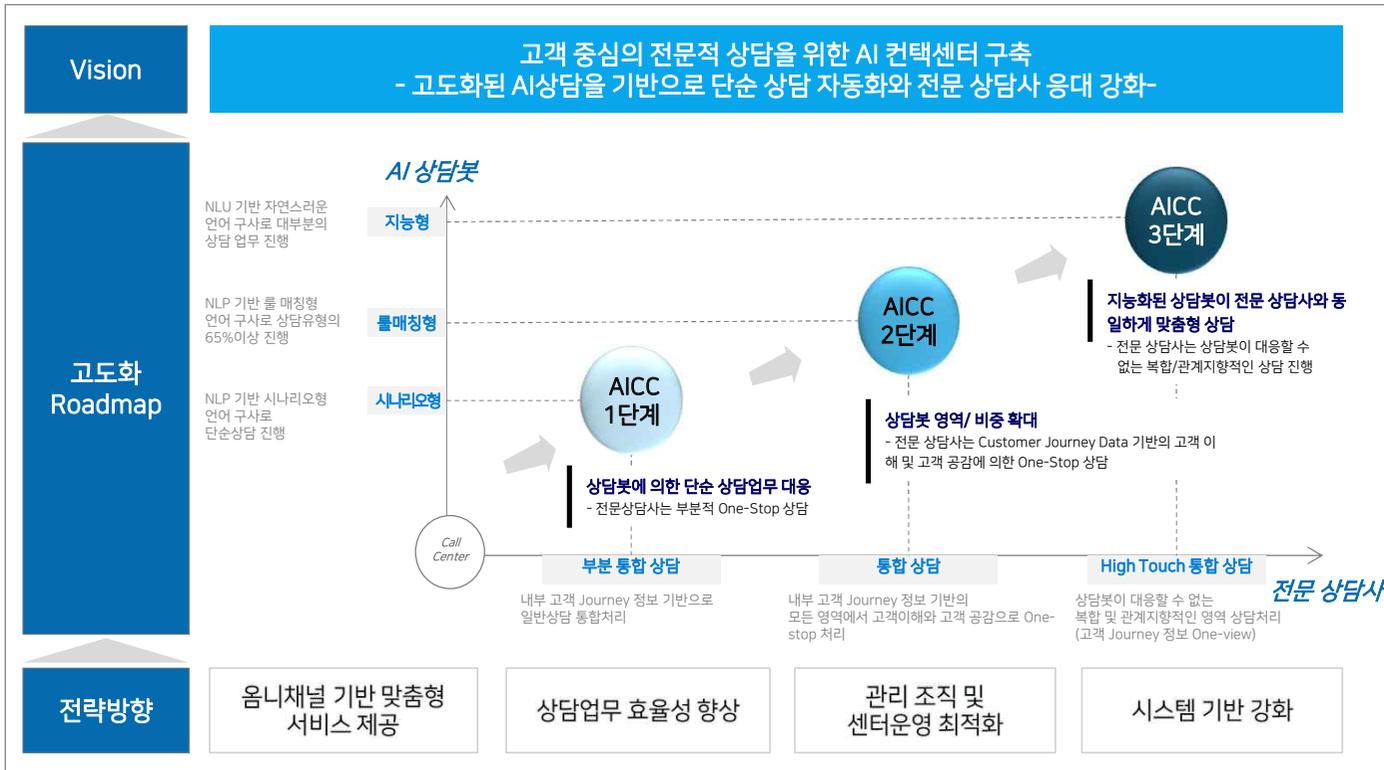
# 세부 상품 소개

## 상담센터 시스템 진단/구축 (AICC)

국내 콜센터 컨설팅 및 시스템 관련 사업에 대한 다수의 경험과 보유 기술로 미래형 콜센터에 대한 로드맵을 제시하고, 실제 구축 PMO 역할을 통해 안정적인 AICC 구현을 가능하게 합니다.

### AICC 구현을 위한 로드맵(안)

Sensing    Operation    Performance  
**System**



- 고객 니즈 중심의 미래형 모델 구축**
  - 시스템 고도화 수준이 아닌, CX 관리 및 혁신을 위한 미래형 AICC 모델 제시
  - 빠르게 급변하는 디지털 기술과 고객의 니즈에 선제적 대응하기 위한 중장기 로드맵 도출
- 사업에 특화된 AI 활용 제안**
  - 내부 DX조직과 산업 내 레퍼런스에 기반하여, 고객사 사업 특성에 맞춤 전략 제시
  - 운영 및 상담 업무 효율 증대
- 데이터 기반 상담 고도화**
  - 축적된 고객 및 Call 데이터와 AI/ML 기술 등을 활용하여, AICC 분석 기능 고도화
  - 고객 데이터 기반의 전사 업무 고도화 연계

**Beyond Korea,  
Leading the Worldwide Future.**

**김병수 본부장 (bskim2005@kmac.co.kr)**

- 컨설팅 문의 : 안충근 센터장 (ckahn@kmac.co.kr)
- 리서치 문의 : 안영률 센터장 (yyri062@kmac.co.kr)

**Innovative Knowledge Platformer**

**KmAC**