



성공적 구현을 위한 제안 CRM



- 외국의 기업도 보고
 벤처마킹도 했고.....
 그래서 흥내까지 내지만.....
 문제의 본질은 하나도 해결된 게 없음

- **What to do** 는 아는데 **How to do** 는 모름

- 기다리지 못함
 “변화관리 없는 변화는 깊은 변화를 하지 못함”

- 평가하지 않음
 “평가하지 못하는 변화는 변화하지 않는 것임”

목 차

- 1. CRM에 대한 우리 인식의 현실
- 2. CRM 구축의 문제
- 3. CRM 구축 성공을 위한 제언
 - 3.1 고객
 - 3.2 업무
 - 3.3 시스템
- 4. 결론

1. CRM에 대한 우리 인식의 현실

“고객”, 고객관계”라는 말보다는 “CRM”이라는 단어(그것도 영어)가 더욱 사랑 받고 있음

- 고객, 고객관계에 대한 명확한 정의가 없음
- 업무/내용보다는 시스템이 우선
- 사용부서(마케팅, 영업)보다는 전산/시스템 부서 중심으로 추진

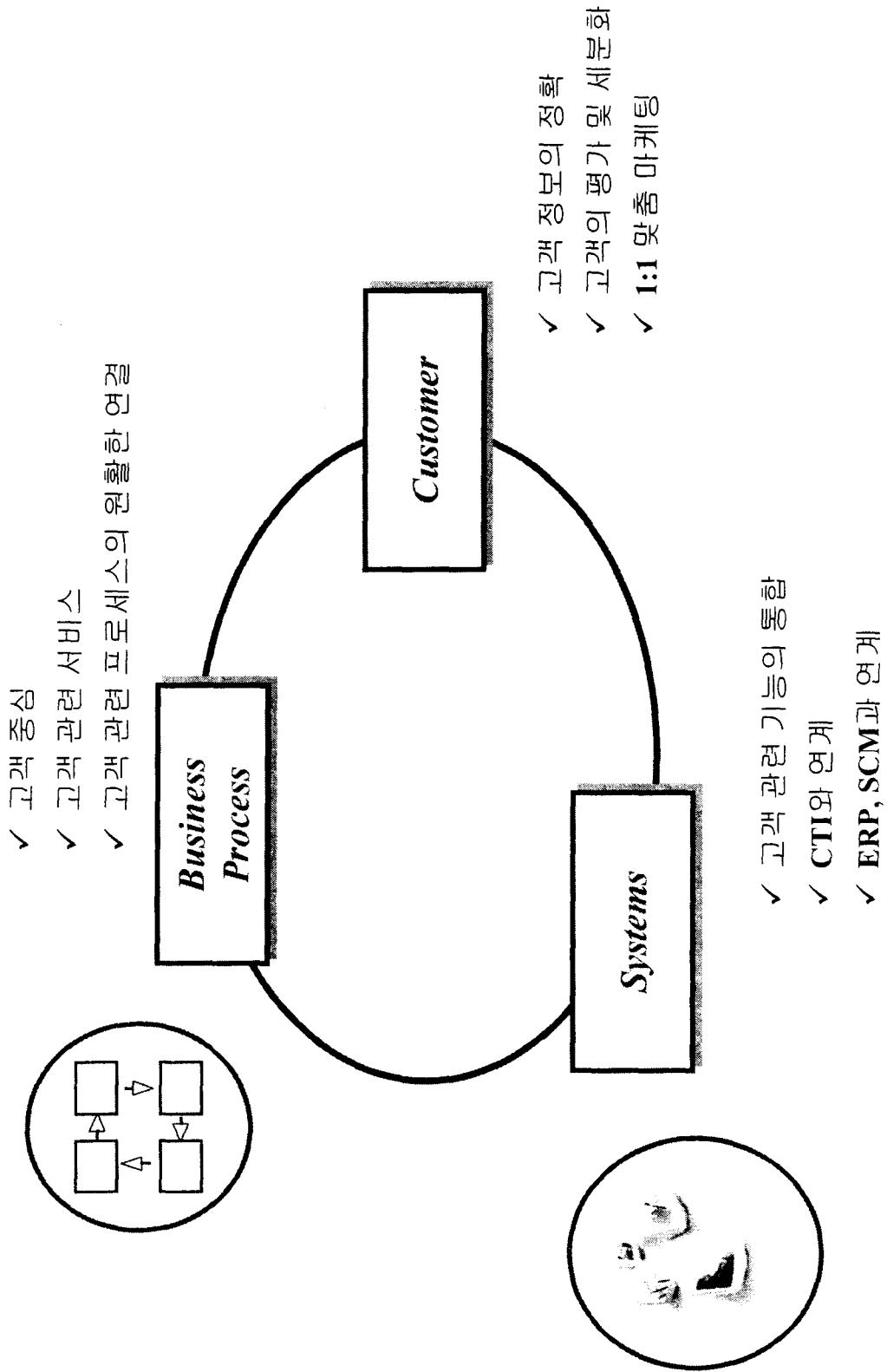
우리는 간절해서 하는 게 아니라 시대에 뒤떨어지지 않기 위해서 추진하는(“하면 좋겠지”) 경우가 많음 그러나 “절실해서 시작하면 무슨 프로젝트든 결코 실패하지 않음”

- 돈이 많이 등 : “차라리, 그럴바엔~”
- 성공한 곳 보다는 실패한 곳이 엄청 많음
- 남이 했으니까 우리도 해야지...
- “영업”과 “고객”을 분리해서 생각함

2. CRM 구축시 발생하는 문제점

- 곁은 “완료” 됐지만 실제로는 “개발의 끝”일 뿐고생은 “지금부터”
- 고객 관련 부서 보다 전산/ 시스템 부서가 추진하는 경우가 많음
- 철저한 업무 분석이 안 되고 있음
 - “고객”에 대한 정의 및 내용,
 - “고객 관계”에 대한 정의 및 내용
- 외국 패키지 중심으로..... 그것도 외제로
 - 우리의 문화와 환경에 적합하지 않은 경우가 많아 (**ERP**면 몰라도)
(외국의 패키지에 우리의 문화와 환경이 있을까?)
- 시스템 구축 기간이 외국에 비해 **2**배 이상이 걸림
 - 철저한 현상분석은 어디에
 - 수시로 요구 사항 발생
- 시스템이 구축되어도 **Data** 전환이 안 되어서 사용을 못하고 있음 (특히 고객 정보)

3. CRM의 성공적 구축을 위한 요소



3.1 Customer

철저하게 “고객”의 중요성을 인식하지 않는 한 **CRM** 구축의 성공은 없음

고객의 인식(현재)

- 사장님한테는 고객이 중요해도 직원들에게 고객은 아직 불편한 존재임
- “고객은 왕이다”라고는 하지만 실제 고객은 “봉”임
- “고객”이라는 단어는 알지만 고객이 될 원하는지는 진정 모름
- 고객의 현재 요청도 수용 못하면서 고객만족 운운함

고객에 대한 인식의 필요

- 고객에 대한 정의부터 다시 수립하고
- 고객을 평가하고 고객을 세분화해야 함
- 이때 고객평가의 기준은 기업의 마케팅 전략과 연계하여야 함
- 이렇게 하여 정의된 고객정보만이 **CRM** 시스템의 기준정보가 됨

3.2 Business Process

고객 중심의 **BPR**이 성공적인 **CRM** 구축의 **Key**

AS-IS

- 고객 부서만 고객 관련 업무 및 서비스를 함 (예. **CS**센터)
- 고객 관련 업무(서비스 포함)가 부서별로 단절되어 있음
- 고객 관련 업무는 대부분 수작업으로 (**ERP**는 대부분 구축)
- 고객 분석에만 편중된 사고...

TO-BE

- 고객 중심의 철저한 **BPR**.. 정확한 고객분석 포함.
- 영업, 마케팅, 고객 업무와 철저한 연계
이때 업무평가의 기준은 기업의 마케팅/ 전략과 연계하여야 함
- 고객 관련 업무의 철저한 자동화 (시스템 화)
- 통합형 업무 설계: **DB**를 포함 **IT** 기술의 연계가 반드시 필요하지는 않음

3.3 System 구축

업무를 충분히 지원할 수 있는 시스템, 특히 고객, 고객서비스를 중심으로 구축하는 것이 성공적인 **CRM** 구축의 **Key**

AS-IS

- 고객 정보가 없거나 있어도 부정확 (거의 사용 못함)
- 관리 (“돈”) 중심의 기준 정보로 시스템//업무 구성
- 지나치게 **TOOL** 위주로 (**DB Marketing, Data Mining, KM**)
- **Top**의 즉흥적인 지시, 전산/시스템 부서의 시스템 추진이 대부분

TO-BE

- 정확한 고객 정보의 확보 및 **Data Migration**.
- 고객 중심의 기준 정보로 새롭게 구성
- **Tool**보다는 업무 위주로 (고객개선에 도움 되는 업무부터)
- 계획,, 개념은 ,, 크게.. 단 구축은 할 수 있을 만큼 단계적으로

4. 결론

- 고객, 고객 관계의 새로운 정립을 위해서는
 - 정확한 고객 정보의 확보
 - 철저한 고객 중심의 **BPR**이고
 - 그 다음이 시스템 구축임
- **CRM** 구축을 위해 반드시 **DB**와 **IT**가 필요한 것은 아님.. 시스템은 업무를 지원하기 위해 필요한 것임..
- 너무 큰 시스템보다 회사의 규모에 맞는 시스템이 좋음
- 시스템 구축 만큼 운영도 중요함
- 쉽게 포기하지 말아야 함.. 성공할 때까지 지속적으로 밀어야 할 것임..