2007년도 대한전기학회 전력기술부문회 추계학술대회 논문집 (2007. 11. 2 ~ 3)

전력IT 고객서비스센터 운영을 통한 고객서비스 향상 방안

정선호, 최봉수, 이창규
한국전력거래소

Customer Satisfaction Strategy managing the Power IT Customer Service Center

Jeong sun-ho, Choi bong-soo, Lee chang-gyu
Korea Power Exchange, Department of Information Technology

Abstract - 전력산업 구조개편이 진행된 이후 전력IT 분야에도 많은 이해관계자들이 형성되었으며, 내·외부의 많은 고객들이 형성되었다. 또한 전력시장운영과 계통운영을 위한 IT설비는 고도로 발달하여 손쉽게 이해하고 사용하기 어려울 정도로 복잡해지고 고도화 되었다. 이러한 상황에서 전력IT 분야에 대한 고객서비스를 향상 전략으로 고객과의 최접점에서 고객을 알고 고객을 지원하기 위해 전력IT 고객서비스센터를 설치하여 운영하게 되었다.

많은 예산과 인력이 투입되는 본격적인 콜센터나 서비스 데스크를 도입하기에 앞서 기존의 업무체계와 인력재배치를 통해 전력IT 분야에 대한 콜센터인 "전력IT 고객서비스센터"를 운영하여 효과적으로 고객서비스 요청에 응대하여 고객만족도 향상을 기대할 수 있을 것이며, 또한 여러 조직에서 비용과 인력을 사용하지 않고 쉽게 적용해 볼 수 있는 모델이 될 수 있을 것이다.

1. 서 론

콜센터 및 고객서비스센터는 다양한 산업에서 고객과 기업간의 관계를 관리하는 접점이라 할 수 있다. 콜센터 서비스는 새로운 고객을 유치하거나 기존 고객을 유지시키는데 매우 중요한 커뮤니케이션 수단이다. 지난 수년 동안 우리나라의 콜센터의 수와 상담원수는 매우 빠르게 증가하여 왔다. 정부 및 공공기관에서도 내부 및 외부고객을 위한 다양한 고객서비스 향상방안을 강구하고 있으며, 고객만족 극대화 및 서비스개선 방안에 많은 관심을 기울이고 있는 실정이다. 기존에 진행해오던 일상운영업무 보다는 고객과의 최접점에 보다 많은 인력을 배치하여 고객만족과 고객서비스 지원을 위한 다양한 전략이 추진되고 있는 상황이다.

전력산업 구조개편이 진행되면서 전력거래를 위한 회원사 및 고객의 수는 급속하게 증가하게 되었다. 전력IT 분야에도 내·외부고객의 수가 상당히 증가하게 되었으며, 다양한 고객들만큼 고객들의 요구수준과 서비스 요구분야도 다양화되고 있는 실정이다. 이러한 상황에 효과적으로 대응하기 위하여 전력IT 분야에 대해 고객에 대한 고품질의 통합서비스를 제공하기 위해 "전력IT 고객서비스센터"를 설치·운영하게 되었으며, 이를 통해 다양한 효과를 기대할 수 있게 되었다.

2. 고객서비스 지원을 위한 전력IT 고객서비센터

2.1 고객접점 채널로서의 고객서비스센터

고객접점의 채널로서 고객서비스센터는 회사의 수익은 물론 기업 전체의 경쟁력을 좌우할 수 있는 핵심 키워드로 자리매김하고 있다. 고객의 다양한 니즈와 기업환경의 급격한 변화의 소용돌이 속에 이제 고객서비스를 통합적으로 신속하게 지원하기위한 고객서비스센터는 없어서는 안 될 중요한 핵심요소 중에 하나가 되었다고 해도 과언이 아닐 것이다.

초창기의 고객서비스센터의 기능이 단순히 고객의 불만을 처리하고 해결해주는 접수중심의 코스트센터(Cost center)의 개념에서 출발하였다면, 현재의 고객서비스센터의 개념은 고객의 경험관리 차원이나 고객관리를 유지하는 차원을 뛰어넘어 회사의 수익에 직간접적인 영향을 미치는 아주 중요한 채널이 되어가고 있다.

공공부문에서도 정보화 사업의 확산을 통해, 다수의 정보시스템이 공공기관에 도입·운영되고 있다. 과거 정보시스템 운영관리에 대한 영역은, 정보시스템 개발 단계에 비해 그 관심과 중요도가 상대적으로 미약한 분야였다. 그러나 최근 들어 IT서비스관리에 대한 중요성이 부각되면서, 운영관리도 하나의 서비스 요소로 인식되고 이에 대한 전문 조직을 통해, 체계적으로 지원하기 위한 방법들이 새롭게 확산되고 있다.

고객경험 차원에서 고객서비스센터는 중요한 채널중의 하나이고, 기업의 이미지와 서비스 품질에 대한 고객의 평가는 고객서비스센터를 통해 이루어지는 것이 보통이다. 이와 같이 서비스 측면에서 고객서비스센터는 고객만족 경영을 위한 아주 중요한 전략이라 할 수 있다.

고객서비스센터는 정보시스템 사용자들의 각종 장애 및 요청 관리, 사용자 불만처리 등을 담당하는 단일화된 창구이다. 따라서 고객서비스센터를 통해 전력IT 이해관계자들은 전력IT 운영상에서 발생하는 각종 문제사항에 대한 해결을 위해 각 시스템 운영 담당자들을 개별 접촉하지 않고, 전력IT 고객서비스센터를 통해 문제를 해결할 수 있다.

2.2 전력IT사용자에 대한 고객서비스 향상 전략

전력거래소 정보기술처에서는 콜센터로 불리는 개념을 전력IT와 관련된 고객서비스 제공을 위해 도입하였으며 "전력IT 고객서비스"센터로 명명하여 2007년 3월부터 운영하고 있다. 회사 전반에 관한 내용이 아닌, 급전자동화시스템(EMS)과, 시장운영시스템(MOS, CBP) 등의 전력IT 운영과 관련된 외부고객문의 및 내부고객의 요구사항들을 효과적이고 신속하게 처리할 수 있도록 한 지점에서 전력IT와 관련된 통합적인 서비스를 제공하고 있다.

고객서비스센터는 전력IT 사용자와의 접점으로서 사용자에게 전력IT 서비스를 제공하는 창구라 할 수 있다. 즉, 서비스 사용자로부터 서비스 개선에 대한 요청을 받아 해결하거나 또는 새로운 서비스를 제공하는 역할을 수행한다.

전력IT 고객서비스센터는 기존의 Help Desk처럼 단순한 하드웨어의 장애해결 지원뿐만 아니라 전력IT 사용자들의 장애, 질의, 변경요청, 인증서 신청 및 발급 등의 다양한 영역에 걸쳐 지원업무를 수행한다. 고객서비스센

터에서는 장애 및 요청의 접수부터 최종 처리완료까지를 자동화하여 관리하는데, 최종 해결까지의 각 처리단계별 상황을 상담처리 완료후 기록하여 양질의 서비스를 제공하기 위해 활용하고 있다.

전력IT의 운영신뢰성 확보뿐만 아니라, 사용자들에게 보다 완벽한 고객서비스를 제공하고자 외부 고객이 가장 쉽게 접하는 커뮤니케이션 채널인 전화가 고객서비스의 최우선이라는 인식 아래 고객의 문의접수에서 답변까지의 일괄서비스(One Stop Service)를 상담원 한명이 지원하는 One Point Service를 제공함으로써 고객의 편의를 한 단계 높이기 위한 고객만족 서비스 전략으로 고객에게 친절하고 신속한 실시간 전력IT 기술지원을 목적으로 하고 있다.

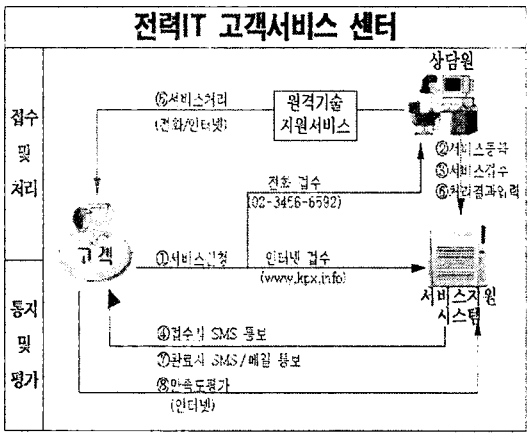
지금까지 전력IT에 대한 고객서비스 진행과정을 살펴보면, 전화 또는 인터넷의 "전력IT설비 고장신고센터"를 고객서비스처리를 요청받아 업무담당자가 처리하도록 하였으나, 전담 상담원이 없어 고객 요구사항을 즉시 해결해 주지 못하는 경우가 발생하였다. 또한 대부분 전화에 의한 서비스 요청이 많으나 실적관리 및 통계, 평가가 되지 않고 있었으며, 전문 상담원이 한 지점에서 고객서비스를 접수, 처리하지 못하고 고객이 업무별 담당자와 직접 전화통화를 통해 처리하도록 하였다. 이에 담당자가 자리를 비운경우에는 고객의 고객서비스 요청이 접수되지 못하여, 문제가 신속하게 처리되지 못하는 경우도 발생하였다.

3. 전력IT 고객서비스센터 운영을 통한 고객만족

3.1 전력IT 고객서비스센터 개요

전력IT 고객서비스센터는 전력IT를 사용하는 회원사를 포함한 외부고객과 내부고객에 대해 전력IT와 관련된 기술지원을 위한 서비스의 접수와 처리, 통보, 평가를 할 수 있는 서비스지원시스템이며, 친절하고, 신속하고, 정확한 서비스를 위한 전담 상담원을 배치하여 운영하고 있다. 또, 서비스 처리 접수 및 완료시 고객에게 신속하게 접수 및 진행상황을 통보하기 위해 문자메세지로 통보 하고 있으며, 전력IT 서비스 지원결과 분석내용에 대해서 통계처리하여 서비스센터의 운영분석 등의 성과분석을 통해 고객서비스 향상방안을 도출하여 지속적인 개선이 이루어 질 수 있도록 운영하고 있다.

전력IT 고객서비스센터의 업무처리 내용 및 절차를 정리하면 다음 [그림 1]과 같이 나타낼 수 있다.



[그림 1] 전력IT 고객서비스센터 개념도

고객이 전력IT와 관련된 문제에 대해 인터넷을 통해 고객서비스가 접수되거나, 전화를 통해 고객서비스 요청이 접수되면 상담원이 고객서비스를 분류하여 등록·접수한다. 고객서비스가 접수되면 서비스요청 고객에서 접수되었음을 SMS를 이용하여 통보하며, 접수된 서비스 요청건에 대해 전문 상담원이 고객서비스를 제공하여 처리하고, 처리 완료된 경우에는 처리결과를 입력하고, 완료되었음을 고객에게 SMS와 E-Mail을 통해 통보하고 있다. 처리완료를 통보받은 서비스 요청고객이 서비스 제공내용에 대한 만족도를 평가함으로서 고객서비스 요청 및 처리과정이 완료된다. 또한, 지금까지 분산되어 지원되던 서비스체계를 체계화하여 단계적인 서비스 지원체제로 개편하여 운영함으로써 고객만족도 향상을 위해 노력하고 있다. 단계적 기술지원 과정을 요약하면 다음 [표 1]과 같이 나타낼 수 있다.

[표 1] 단계적 고객서비스 기술지원 절차

구 분	서비스 항목	처리자	비 고
1차 기술지원	◦ 일반적 기술지원 사항	상담원	
2차 기술지원	◦ 1차 미해결시 ◦ 전문적 기술지원 사항	운영부서 담당자	
3차 기술지원	◦ 2차 미해결시 ◦ 전문적 기술지원 사항	실무부서 담당자	필요시 현장방문

3.2 고객서비스센터 서비스 지원 및 운영방안

전력IT 고객서비스센터에서는 회원사의 전력IT 관련 설비 각종문의, 장애처리 및 기술지원의 업무를 한지점에서 서비스를 제공한다. 기존에는 EMS, MOS, CBP 시스템 각각에 대해 업무 담당자가 전화 또는 인터넷으로 접수된 사항에 대해 고객의 요청에 응대하였으나, 고객서비스 센터에서는 전력IT 관련 모든 내용에 대해 전문상담원이 서비스를 제공해줌으로서 보다 질높은 서비스를 제공해 줄 수 있게 되었다.

전력IT 고객서비스 센터에서는 정보공개 홈페이지 이용과 관련된 각종 문의에 대한 서비스 제공, 전력거래 접속프로그램 설치 및 기능 문의에 대한 서비스 제공, 전자인증서 발급 및 재발급 관련 문의에 대한 서비스 제공, 입찰 및 정보공개 접속계정 신청 및 변경에 대한 고객문의에 대한 서비스, 급전지시시스템(MX) 설치 및 사용에 대한 고객 서비스, EMS 설비관련 각종 문의 사항들에 대한 고객 서비스를 제공한다.

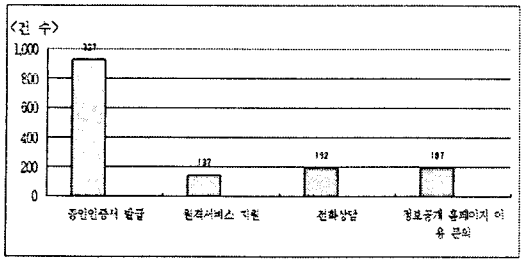
또한 고객에게 문자메세지를 통해 원스톱서비스의 접수 및 처리결과를 신속하게 통보하여 고객만족 극대화를 위해 노력하고 있다.

3.3 고객서비스센터 운영실적 분석 및 기대효과

전력IT 고객서비스센터를 운영함으로써 다양하고 복잡한 고객서비스 체계가 한 지점(One-Point)으로 통합되어 내·외부 고객들이 손쉽게 접근할 수 있도록 하였다. 이러한 노력을 통해 고객서비스센터 운영이후 고객서비스 접수 건수가 전년도와 비교했을 때 상당히 많은 증가세를 나타내었다. 보다 손쉽게 고객서비스를 제공받을 수 있어서 보다 많은 고객들이 손쉽게 서비스를 요구할 수 있게 되었다.

고객서비스센터의 운영내용을 살펴보면, 상담내용중 공인인증서 발급 관련 건수가 전체 1443건 중 927건으로 64.2%를 차지하여 가장 많은 업무 비중을 나타내며, 전화상담 문의내용이 192건으로 전체의 13.3%로 두 번째로 높은 비율을 점유하였다. Q&A 및 전자우편 상담 건수는 각각 13건, 12건을 차지하여 1% 미만의 낮은 비율을 나타내었다. 이를 정리하면 다음 [그림 2]와 같다.

[그림 2] 전력IT 고객서비스센터 운영실적



접수된 서비스 요청에 대한 On-line지원과 Off-line 지원 등으로 세분화하여 살펴보면 다음 [표 2]와 같은 실적을 나타내었다.

[표 2] 전력IT 고객서비스센터 세부 서비스 응대실적

구분	On-line 지원					Off-line 지원		합 계
	전력IT고객서비스센터	원격기술지원서비스	전자우편상담	Q&A	인증서신청/재발급	전화상담	공인인증서발급	
접수	79	137	12	13	86	192	907	1,443
처리	79	137	12	13	86	192	907	1,443
만족도(%)	98.29	-	-	-	-	-	-	-

고객서비스센터가 단일화된 창구를 통해 고객들의 접촉이 쉬워지면서 작년 동기간대비 보다 많은 고객의 서비스 요청이 있었으며, 이에 대한 서비스가 제공되었다. 고객서비스센터 운영을 통해서 얻을 수 있는 기대효과를 IT 조직관점과 IT 사용자관점 측면에서 살펴보면 다음 [표 3]과 같이 정리할 수 있다.

[표 3] 전력IT 고객서비스센터 기대효과

구 분	기 대 효 과
IT 조직 관점	• 전산자원을 지원하는 데 필요한 소요비용을 절감하기 위한 중요역할을 수행 • 업무, IT 기술, 프로세스에 대한 변경 사항을 통합할 수 있으며 효과적으로 관리 • 인적자원과 IT 기술요소를 효과적으로 사용하여 비용을 절감 • 사용자(또는 현업부서) 만족과 장기간 사용자 만족을 유지하는 효과
IT 사용자 관점	• IT지원조직의 활용도와 생산성 향상 • 사용자 서비스 개선, 인식 및 만족도향상 • 접촉, 대화, 정보제공 창구 단일화로 접근성 향상 • 사용자 요구에 더 빨리 대응하여 좋은 품질 제공 • 의사소통 활성화 • 사용자 서비스에 대한 악영향 감소 • 의사결정을 위한 유용한 관리정보 제공

고객서비스센터 운영을 통해 전력IT 사용자관점에서는 서비스 개선과 만족도 향상, 접촉 및 대화, 정보제공 창구가 단일화되어 접근성 향상, 사용자 요구에 더 빨리 대응하여 좋은 품질의 서비스 제공, 의사소통 활성화 및 의사결정을 위한 유용한 관리 정보를 제공하는 등의 성과를 기대할 수 있게 되었다. 또한 IT조직 관점에서는 고객서비스를 지원하는데 필요한 소요비용 및 인력의 절감, 업무 및 IT기술, 프로세스에 대한 변경사항을 통합하여 관리할 수 있는 체계 마련, 인적자원과 IT기술요소를 효과적으로 사용하여 비용을 절감하여 생산성을 향상시키는 등의 효과를 기대할 수 있게 되었다.

3. 결 론

현재 운영중인 고객서비스센터는 많은 비용과 인력이 투입되지 않고, 기존의 시스템을 보완하고 정비하여 운영함으로써 예산이나 인력의 압력을 받지 않고, 내부 고객과 서비스를 지원하는 직원들에게 고객서비스 지원에 대한 필요성과 질 높은 서비스를 제공하기 위한 다양한 방법들이 시행될 수 있을 것이다.

비즈니스 환경과 IT기술이 발달함에 따라 고객서비스센터에 요구하는 기능과 역할이 더욱 중요하게 되었다. 완벽한 고객서비스 센터나 서비스데스크를 구축하기 위해서는 적지 않은 비용을 투입하여 시스템을 구비하여야 하지만, 본 사례와 같이 적은 비용으로 시스템구축 이전에 사전적으로 테스트해 봄으로써 본격적으로 시스템을 구축하게 되었을때 나타날 수 있는 문제점과 다양한 고려사항들을 미리 파악하여 효과적으로 대응할 수 있는 체계를 마련함은 물론, 운영성과와 관련된 데이터 분석과 서비스만족도 분석 등을 통해 내부 직원들에게 고객서비스 마인드를 고취할 수 있는 효과적인 전략이라 할 수 있겠다.

고객서비스센터는 단순한 업무만 처리하는 것이 아닌 조직을 대표해서, 고객의 어려움을 해결해주고 고객의 성향이나 다양한 정보를 습득하여 기업의 방향성을 제시함은 물론 기업 이미지를 결정하는 역할을 수행하기 때문에 단순 노동조직이 아닌 조직의 전략을 직간접적으로 수행하는 실행부서이기 때문에 어느 조직보다 더 많은 정보 공유는 물론 학습과 훈련이 수반되는 조직이 되어야 할 것이다.

고객서비스센터의 실치·운영과 함께 중요한 것이 성과관리를 위한 다양한 KPI들을 선정하여 관리하여 고객서비스센터를 효과적으로 운영하기 위한 노력이 필요하다. 이러한 과정을 통해 보다 효과적으로 고객서비스 지원 시스템과 체계가 확립되어 향후 서비스데스크와 같은 통합 시스템을 도입하였을 경우 효과적으로 운영할 수 있는 기반을 구축할 수 있을 것으로 기대된다.

[참 고 문 헌]

[1] 국무조정실, "서비스데스크 운영관리 지침", pp. 3-18, 2005
[2] Eric P. Jack, "Operational challenges in the call center industry: a case study and resource-based framework", Managing Service Quality Vol. 16 No. 5,, pp. 478-486, 2006
[3] Audrey Gilmore, "Call centre management : is service quality a priority?", Managing Service Quality Volume 11. Number 3., pp. 153-159, 2001
[4] 정기주, 박득, "콜센터의 성과 모형에 관한 실증연구", 한국정보전략학회지, 제7권 1호, pp. 32-38, 2004
[5] 박영훈, 최덕원, "콜센터를 중심으로 한 인터넷 고객관계관리에 관한 연구", 한국경영과학회/대한산업공학회 춘계공동학술대회, pp. 631-633, 2004