

CTI 콜센터 구축, 태풍의 눈으로 등장

- 관련 업체들 시장 선점 노린 총력전 펼쳐 -

지난해부터 불어닥친 IMF 여파로 인해 각 기업들이 구조조정과 경쟁력 향상 제고 방안을 강구하고 있는 가운데 컴퓨터통신통합(Computer Telephony Integration) 시장이 관련업계의 주 공략대상으로 자리잡고 있다.

관련업계에 따르면 각 기업들이 과거의 무제한적인 영업형태에서 벗어나 필요한 고객을 창출해야 하기 때문에 CTI콜센터 구축을 조심스럽게 추진하고 있다는 것이다. 즉, 지금까지 축적되어 보유하고 있는 각종 데이터를 다각적으로 분석함으로써 기존 고객과 신규 고객을 선별, 각 고객에 맞는 영업전략을 마련하는 데이터베이스 마케팅이 기업 경쟁력 향상을 위해 우선시 되면서 새로운 수요처로 형성되고 있기 때문이다.

한국아이비엠은 자사의 하드웨어와 솔루션, 컨설팅 등을 망라한 비즈니스 인텔리전트 솔루션(BIS) 사업에 적극 나서는 한편, 콜센터 구축에 필요한 토탈 솔루션 공급에 박차를 가하고 있다.

고객에게 제공하는 솔루션의 구조는 S/390을 비롯 AS/400, RS/6000, 데스크탑에 이르는 모든 플랫폼에 콜팩스 솔루션을 포팅시켜 사용자가 기종에 상관없이 구축할 수 있도록 지원하는 동시에 적극적인 서비스와 지원을 통해 현재와 미래를 향한

고객의 만족을 유도한다는 전략이다.

한국컴팩은 마이크로소프트의 TAPI(Telephony API), CT-Connect 등과 함께 CAM(Call Access Manager) CTI를 SI업체, 교환기 전문업체들과 긴밀한 협력관계를 통해 토탈 솔루션 업체로 부각시킨다는 전략이다. 이를 위해 중소기업의 콜센터 환경에 경쟁력이 높은 클라이언트 서버 구조의 Versatility와 대형 콜센터 환경의 기간업무 및 통신업체에 적합한 Betex-ESP 등을 전략적으로 공급하고 있다.

이밖에 고객이 아웃바운드 마케팅을 전개할 수 있는 솔루션을 전문적으로 공급하는 업체들도 CTI 시장 공략에 적극 나서고 있다. MPC, 삼보정보통신, 오성정보통신, 보승정보시스템 등은 고객 및 상품 데이터베이스 시스템과 연동해 특정 고객을 대상으로 적극적인 마케팅 활동을 벌일 수 있는 아웃바운드 CTI콜센터 솔루션을 잇달아 선보이고 있다.

이는 고객 데이터베이스 시스템과 연동해 CTI콜센터를 구축할 경우 고객의 정보를 체계적으로 관리, 상담업무의 효율성을 높일 수 있고 고객, 상품 등 각종 데이터베이스를 이용해 고객의 수요 및 시장 변화에 능동적으로 대처할 수 있기 때문이다.

특히 그동안 고객으로부터 들어오는 전화상담만을 처리하는 수동적인

인바운드 마케팅이 아니라 적극적인 아웃바운드 마케팅이 가능해 효과적인 마케팅 업무를 지원할 수 있는 것도 한 요인으로 풀이된다.

최근 정보기술(IT) 컨설팅 업체인 넥스트웨이브와 제휴하고 CTI 사업을 크게 강화하고 있는 MPC는 고객 데이터베이스를 이용한 아웃바운드 콜센터 솔루션인 텔레프로를 선보이고 시장개척에 나섰다.

MPC는 텔레마케팅 활동을 종합적으로 지원할 수 있는 텔레프로를 주력 제품으로 그동안 대표적인 콜센터시장이었던 은행이나 증권업계 등은 물론 일반 유통, 카드, 자동차 업계 등으로 시장을 넓혀나갈 방침이다.

보승정보시스템도 최근 데이터베이스 시스템과 연동해 인바운드, 아웃바운드 기능을 통합 처리할 수 있는 CTI콜센터 솔루션인 넷다이를 개발하고 부일이동통신에 공급했다. 이번에 보승정보시스템이 선보인 이 제품은 데이터베이스를 기반으로 통신 판매, 연체관리 등 각종 부가서비스를 구현할 수 있다.

삼보정보통신과 오성정보통신도 데이터베이스 시스템을 이용해 아웃바운드 마케팅 기능을 크게 보강한 CTI콜센터 솔루션 개발에 적극 나서고 있으며 관련 응용 소프트웨어도 체계적으로 국산화 해 패키지 형태로 공급할 계획이다. <최진기 기자>