

밀레니엄 시대의 온라인 고객 지원시스템



인터넷 세상을 지향하는 밀레니엄 시대에서 웹기반의 콜센터는 이제 더 이상 선택 사항일 수는 없을 것 같다. 인터넷으로 비즈니스가 일어나는 기업들에게는 그 필요성이 전에 없이 강조되고 있기 때문이다. 이러한 관점에서 우리는 이 글을 통해 온라인상에서 고객을 지원하기 위해 무엇을 갖추어야 하는지에 대해 알아보고 리얼 월드에서의 콜센터가 어떻게 사이버 마트에 전이할 수 있는지에 대해 살펴보기로 한다.

■ 이동한/CTI테크놀러지 대표

최근

들어 봄을 일으키고 있는 전자상거래, 인터넷 쇼핑몰에 방문하는 많은 온라인 고객들은 아직도 쇼핑몰의 구석 구석에서 이런 저런 제품을 선택하고도 결국 최종적으로는 쇼핑 카트를 비우기 일쑤다. 이는 고객들이 구매에 혼란을 갖거나, 불신 혹은 제품에 대한 풍부한 정보가 부족하여 실질적인 구매를 망설이거나 혹은 대금 지불시 신용카드의 정보 유출에 대해 겁을 내기 때문이다. 어느 경우이든 회사 입장에서 보면 매출을 일으킬 수 있는 기회를 계속 박탈(?)당한다고 할 수가 있겠다.

미국의 Ferester Research사의 전자상거래 관련 발표 자료에 따르면 온라인에서의 잠재 구매 고객중 인터넷 쇼핑몰에서 쇼핑 중 마지막으로 대금을 지급하기 전제 구매를 포기하는 비율이 약 66%에 달한다고 한다. 그들은 앞서 언급한 것처럼 보안에 대한 걱정, 운반비 등 추가 비용의 불확실성, 상품에 대한 정확한 정보가 부족하여 구매를 망설이는 것이다. 여러분도 느끼겠지만 대부분의 웹사이트는 거대하고 많은 양의 정보로 가득차 있지만 그곳은 항상 비어 있다.

즉 고객이 방문하였을 때 "안녕하십니까..."라고 따뜻한 인사말을 전해 줄 그런 사람이 없는 것이다. 이러한 문제를 극복하고자

최근 들어 개설되는 고객 중심적인 E-commerce 회사들은 온라인상에서의 고객 지원시스템을 갖추고 있으며 이것이 바로 웹기반의 콜센터이다.

웹콜센터의 미래

웹사이트에서 서비스를 제공하거나 제품을 판매하고자 하는 회사들에게는 이제 온라인 고객 지원 서비스는 필수 요소가 되고 있다. 국내에서는 아직 그 통계가 나와 있지 않으나 미국의 예를 들면 인터넷 관련 업체들이 1998년 온라인 고객 지원 서비스의 구축을 위하여 1,500만불 이상을 투자하였으며 1999년에는 6억 5,800만불 이상을 쓸 것이라고 한다. 이 같은 추세라면 국내에서도 머지 않아 그 시장에 도래할 것으로 본다.

세계적인 리처치 기관인 IDC에 따르면 인터넷 고객 서비스 시장은 1998년 4,400만불에서 2003년 20억불까지 시장이 확대될 것으로 예상하고 있어 그 신빙성을 보여 주고 있다. 이러한 추세에 맞게 시장에서도 여러 가지 제품들이 출시되고 있으며 콜센터 담당자 혹은 고객지원을 담당하고 있는 이들은 이제 그들 제품 중 어떤 tool을 사용하여 웹상에서의 생산성 및 매출을 향상시킬

까를 고민하게 되고 장기적인 관점에서 과연 어떤 솔루션이 필요한 지를 생각하게 된다.

이메일로 문의해오는 고객들, 실상담원과의 채팅 혹은 웹콜백 서비스와 같이 이제 온라인상에서의 고객지원시스템 혹은 웹기반의 콜센터의 필요성에 대해서 인식하였다면 문제는 "이러한 시스템을 가능하게 해주는 제품들을 지금 구매하여야 하는가"이다. 대답은 'No' 라고 할 수 있다. 웹 관련 제품들의 기술 발전 속도가 엄청나게 빠른 것을 감안한다면 우리가 필요로 하는 제품이 과연 일년 후에도 꼭 필요한 제품이 되어 있으리라는 보장은 없기 때문이다.

웹 애플리케이션 호스팅

얼마 전부터 국내에서도 알려진 애플리케이션 호스팅 사업이 이제는 콜센터에도 상당한 영향력을 끼칠 것으로 생각되는데 이는 서비스의 강화를 위하여 필요한 서버를 구태여 자사내에 설치하지 않아도 외부의 서버를 통하여 그 서비스를 받을 수 있기 때문이다. 예를 들어 이메일 라우팅 서버에 대하여 살펴 보자.

이메일 라우팅 서버란 고객으로부터 이메일이 오면 그 내용을 자동 감

지하여 영업부서, 고객 지원 부서 혹은 구내 부서 등 해당 부서의 담당자에게로 라우팅하여 주는 것으로 이러한 기능을 하여 주는 서버를 자사에 갖고 있기 보다는 애플리케이션 호스팅을 통하여 구매 가격보다 상대적으로 저렴하게 사용료만 지불할 수가 있기 때문이다.

이러한 웹 애플리케이션 호스팅의 또 다른 장점은 콜센터 운영자들이 구태여 사용하는 제품의 버그를 수정하고 기능을 향상시키는 작업을 하고 또 업그레이드를 하는 고민을 하지 않아도 되기 때문이다. 이러한 일들은 바로 호스팅 업체들의 몫이기 때문이고 이러한 호스팅업체들의 노력으로 콜센터 운영자들은 가장

최신의 기술로 중무장한 제품을 사용할 수가 있게 되는 것이다. 이러한 이메일라우팅 서버의 사용으로 콜센터에서는 전화를 통한 일반 고객들의 요구사항이외에도 이메일을 통한 문의사항에도 즉각 응대할 수가 있게 되는 것이다.

인터넷 기반의 콜센터를 구축하기 위한 대부분의 제품은 그 내용에 따라 이메일이나 채팅 문의 사항을 해당되는 상담원들에게 라우팅을 하여 주는 기능을 보유하고 있다. 최근에 검토하였던 어떤 패키지에서는 예를 들어 메시지의 카테고리를 설정해 두고 어떤 상담원들이 이에 대한 해답을 줄 것인지를 설정할 수 있어 이메일이 도착하면 자동으로 해당 상담원들에게 전달될 수 있도록 하게 해주었다.

또한 이 제품에는 어떠한 메시지가 중요한 것인지 또는 얼마나 큐에서 대기할 것인지를 설정할 수 있어 마치 ACD(자동 콜분배: Automatic Call Distribution) 기능과 같이 운영되고 있다. 이러한 기능을 활용한다면 일반 콜센터에서 skill based routing과 같

이 상담원들의 skill이나 고객들의 이력 사항에 따라 이메일 메시지를 분배할 수가 있게 되어 신속한 회신을 줄 수 있게 될 것이다.

또 다른 제품들은 KMS 기능을 추가하여 이메일의 내용에 따라 온라인상에서 라우팅과 큐잉을 할 뿐만 아니라 필요에 따라 자동적으로 적절한 회신을 발송하거나 상담원들에게 자료를

보내 주기도 한다.

이러한 제품들은 이메일의 내용과 제목을 읽어 키워드를 찾아내고 키워드 사전을 만들어 이 사전에 정의된 상담원들에게 이메일을 보내주는 알고리즘으로 되어 있다. 이는 지식관리시스템과의 연동을 통하여 고객 지원 업무 역시 최적화 시켜 주는 대표적인 예라고 할 수 있다.

이보다 더 나은 솔루션은 없을까?

앞에서 언급한 이메일 라우팅 서버 이외에도 많은 업체들이 이



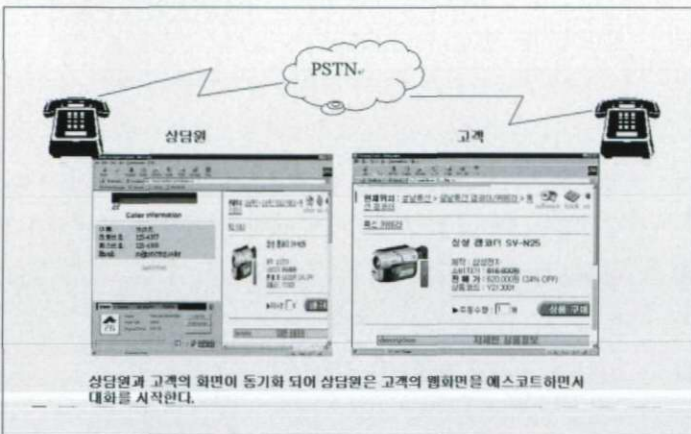
메일 및 Voice Over IP 콜 등 서로 다른 타입의 미디어를 위한 통합 제품들을 출시하고 있다. 최근 들어 주목받고 있는 어느 업체는 이메일 메시지 뿐만 아니라 텍스트 채팅, 일반전화 및 VoIP 콜조차도 해당되는 상담원들에게 라우팅시켜 주는 제품을 출시하였다. 이 제품의 특징은 온라인에서 받을 수 있는 모든 종류의 커뮤니케이션을 하나의 응용프로그램에서 핸들링할 수 있다는 점이다.

고객들의 입장에서 보면 이러한 제품들의 출현으로 여러가지 경로로 콜센터에 접근하여 자신의 수준에 맞는 일관된 서비스를 받을 수 있다. 즉, 이메일, 채팅, 일반 전화 혹은 Internet Phone 에 관계없이 콜센터에 접근할 수 있고 또 상담원으로부터 동일한 수준의 응대를 받을 수 있는 것이다. 기업들은 고객들의 접점이 상대적으로 많아져 대고객 서비스 향상 및 매출 증대의 기회를 늘릴 수 있는 길이 됨은 물론이다.

이러한 웹기반의 콜센터 통합 제품 중 가장 특징적인 기능은 바로 웹콜백 기능이다. 이 웹콜백 기능을 통하여 고객들은 웹사이트를 방문 중 전화 통화를 즉시 혹은 예약을 통해 요청할 수 있으며 상담원은 이에 따라 고객들에게 살아있는 상담을 제공해 줄 수 있어 무미한 웹사이트를 활기로 가득채워 줄 수 있게 된다.

이러한 웹콜백은 시스템에 따라 일반 전화(PSTN) 혹은 IP 콜로 고객과 상담원을 연결시켜 준다. 이메일, 텍스트 채팅 라우팅이 상담원 측면의 기능이라면 웹콜백이란 고객 지향적인 제품으로 단순히 전화를 걸어 줄 뿐만 아니라 고객에게 필요한 웹상의 자료를 push하여 줄 수도 있어 고객들이 방문한 웹사이트에서 필요한 정보가 어디에 있는지를 손쉽게 알 수 있다.

예를 들어 이러한 기능을 보험사의 웹사이트에 적용시킨다면



<그림> 웹 콜센터 구조도

상담원과 고객은 실시간으로 대화는 물론 동일한 화면을 보면서 상담을 진행할 수 있다. 또한 보험 청약서 등을 원격지에서든 옆 자리에서 같이 앉아 작성하듯이 도움을 주어 작성할 수도 있다.

웹기반의 콜센터에서 빠지지 말아야 할 것은 바로 리포트 기능이다. 실세계와 같이 상담원 등이 얼마나 많은 이메일을 받았는지, 텍스트 채팅은 얼마나 되는지, 웹콜백은 얼마나 되는지 등을 보여 주어야 하며 또 상담원들은 이같이 다양한 메시지에 대하여 얼마나 빨리 응대를 하였는지도 보여 주어야 한다.

상담원들의 skill에 따라 답변할 수 있는 메시지를 선별하고 이에 대한 회신과 함께 일정기간동안의 이벤트에 대한 이력 혹은 리얼타임 리포트를 포함한다면 웹기반의 콜센터 역시 리얼월드의 콜센터에 비해 손색이 없다 하겠다.

IP Telephony 소프트웨어

콜센터 시장에서의 IP Telephony의 접목은 아직은 시기 상조인 것 같다. 최상의 서비스를 제공하여야 하는 콜센터에서 아직 음성 품질이 입증되지 않은 IP Telephony를 사용한다는 것은 입증되지 않은 고객 서비스를 제공한다는 말과도 같기 때문이다. 그러나 IP Telephony기술의 지속적인 발전을 통하여 통화 품질이 향상되고 있는 추세이고 보면 앞으로 1년 내에는 그 수요가 많이 창출될 것으로 생각된다.

이러한 목적을 달성하기 위하여 IP Telephony 분야의 많은 공급 업체들이 새로운 시장 창출을 위하여 자사의 제품들을 교환기 업체들과 접목시키려 하고 있으며 IP Telephony 제품들은 이제 IP콜과 함께 일반적인 콜도 라우팅을 할 수 있게 되었다. 이러한

제품과 콜센터와의 결합을 통해 웹콜백등의 기능을 완전하게 처리할 수 있으며 교환기 공급 업체들으로써는 인터넷 시장의 접목이라는 새로운 시장을 공략할 수 있게 되는 것이다.

지난 6월 대표적인 IP Telephony관련 업체인 GeoTel을 인수한 시스코사, 데이터 라우터 시장에서 상당한 위치를 점유하였던 Ascend사를 인수한 루슨트테크놀로지사의 약진으로 이제 IP Telephony는 더 이상 선택이나 결정의 대상이 아니며 앞으로의 시스템 혹은 콜센터에선 IP Network나 Phone Network어디에서도 콜 처리가 가능해야 함을 알려 주는 것이다. 