



금융산업을 위한 eCRM 솔루션

류 승 범*

● 목 차 ●

1. 서 론
2. CRM 개요
3. Oracle CRM 11i 신기술 소개
4. 결 론

1. 서 론

금융시장이 개방되고 고객은 손쉬운 정보 획득을 통해 파워가 강해지면서 금융 기관들은 경쟁이 치열해 지고 마진율이 떨어지기 시작했다. 이러한 경영환경에서 금융 기관들이 돌파구를 찾아야 하는 대표적인 솔루션으로서 CRM, eCommerce, 관리 회계를 들 수 있다.

인터넷 시대에 있어서 금융산업의 주요 전략은 우량고객을 유지하고, 시장을 확대하며, 내부 효율성을 개선하는 것이다. 이를 통해 고객가치의 증대와 매출의 증대, 경비절감이 점진적이 아니라 혁신적으로 이루어질 수 있을 것이다. 특히 인터넷 경제 하에서 비즈니스를 성공으로 이끌기 위한 중심은 “고객”이다. 새로운 고객을 개발할 기회를 최대한 활용하는 한편, 기존 고객 관계를 점진, 강화, 개인화, 차별화해야 한다. 그러기 위해 기업은 모든 인터랙션 채널에서 하나의 모습을 제시해야 하며, 고객에 대해 경쟁사보다 더 잘 알아야 하며, 고객의 요구를 만족시키기 위해 스스로 1대1 e-business로 변신해야 한다.

본지에서는 2000.5월에 오라클이 새로운 인터넷 경제 하에서 성공과 수익창출을 위한 솔루션으로

* 한국 오라클 팀장

제시한 Oracle E-Business Suite- CRM 11i 패키지를 중심으로 CRM신기술을 소개하고자 한다.

2. CRM 개요

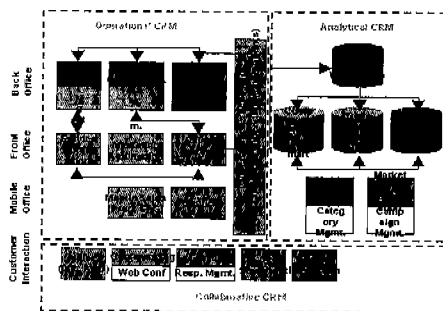
2.1 CRM 정의

CRM이란 고객에 대한 정보를 DB화 하여, 우량고객을 중심으로 차별적인 서비스를 제공함으로써, 고객과 장기적인 관계를 통한 LTV를 극대화하는 전략으로, “CS경영 + 1:1마케팅전략 + IT기술”이 결합한 선진 마케팅 기법이다. 필자는 CRM의 좀 더 명확한 개념을 위해 DRM(Database Relationship Marketing)이란 용어를 사용하고 있다. 사실 과거에도 고객관리나 고객만족 경영은 많이 해 왔다. 기존의 CRM과 다른 것이 있다면 데이터에 근거한 관계마케팅을 하는 것이다. 데이터에 근거한 마케팅 전략을 수립하고, 데이터에 근거한 캠페인, 데이터에 근거한 영업활동, 데이터에 근거한 서비스 지원, 데이터 관계 강화를 위한 디지털 채널의 확대로 정의할 수 있다.된 선진 마케팅 기법.

2.2 CRM의 분류

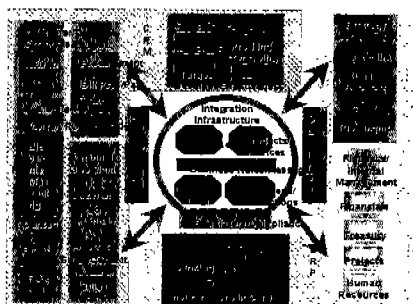
META 그룹은 CRM을 (그림 1)과 같이 3가지 형

태로 분류하고 있다. 첫째는 Analytical CRM으로 Extended DW, DBM 개념으로서 DW, Data Mining, OLAP를 이용하여 마케팅 의사결정을 지원하고, 고객의 행동을 예측하는 등 마케터를 위한 시스템이다. 둘째는 Operational CRM으로 ERP의 확장된 개념으로서 ERP가 가지고 있는 기능(거래처리, 재무, 생산, 재고 및 인사관리 등) 중에서 고객접촉과 관련된 기능을 강화하여 ERP의 기능확장 또는 CRM 모듈과 기존 ERP를 통합하는 것으로 주로 영업과 서비스를 위한 시스템이다. 셋째는 Collaborative CRM (e-CRM)으로 인터넷을 기반으로 한 EC/포탈 사이트의 급성장과 Off-line기업의 On-line화가 가속화되면서, 인터넷에 대응하는 신개념의 CRM이다.



(그림 1) CRM의 분류

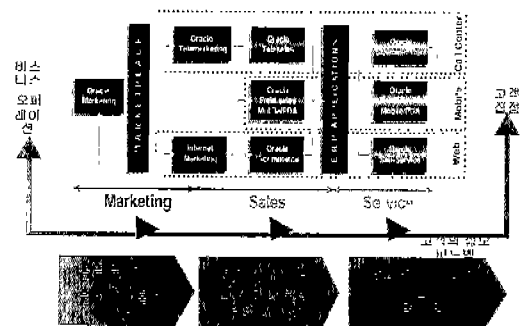
오라클의 금융산업을 위한 청사진은 (그림 2)와 같다.



(그림 2) 오라클의 금융산업 청사진

3. Oracle CRM 11i 신기술 소개

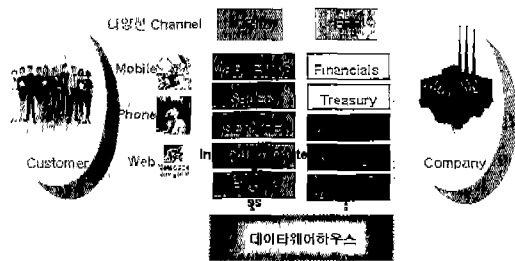
Oracle E-Business Suite - CRM Applications은 고객과의 관계강화를 강력히 지원하는 종합적인 고객 중심 솔루션을 제공한다. 영업 자동화나 서비스 관리와 같은 특정 영역을 겨냥한 기존의 포인트 제품과는 달리, 오라클의 종합적인 e-business 제품군은 Operational CRM, Analytical CRM, Collaborative CRM 모두를 제공하며, (그림 3)과 같이 마케팅 세일즈 서비스 업무의 통합 및 콜센터, 인터넷, 모바일 등 고객과의 모든 대화채널에 대한 통합환경을 제공한다. 오라클의 CRM솔루션은 웹, 인터랙션 센터, 영업점 전문가를 통해 고객과 효과적으로 마케팅 활동을 전개하고 판매하며 서비스 할 수 있도록 지원한다. 특히 오라클은 업계에서 유일하게 모든 인터랙션 채널에서 고객 및 운영정보를 통합된 관점에서 동기화를 제공한다.



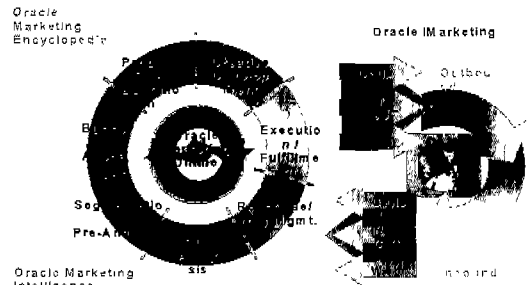
(그림 3) Oracle CRM 개념도

또한 Back Office의 ERP패키지와 통합되어 비즈니스 오퍼레이션에서의 시너지 효과를 높일 수 있으며, 특히 기업의 가치경영을 위한 성과지표인 Balance Score Card와 수익성분석 등과 유기적인 연관관계를 가질 수 있다.(그림 4 참조)

오라클 CRM 11i Applications은 <표 1>과 같이 크게 5가지 제품군으로 구분된다.



(그림 4) ERP와의 통합



(그림 5) 마케팅 시스템 개념도

<표 1> Oracle CRM 11i 제품군

구분	설명
Marketing Family	캠페인 기획, 실행, 효과분석 및 마케팅 정보관리 지원
Sales Family	영업현장 업무 및 모바일 등을 이용한 필드 영업활동 지원
Service Family	고객의 문제해결 등 대고객 서비스 지원
Interaction Center	콜센터, E-mail센터등 다양한 채널을 통한 대고객 대화 지원
E-Commerce	인터넷 쇼핑몰, 인터넷 마케팅등과 같은 전자상거래 지원

<표 2> Oracle Marketing 제품군

- * Oracle Marketing Online
- * Oracle iMarketing
- * Oracle Marketing Intelligence
- * Oracle Marketing Encyclopedia System

3.1 Oracle Marketing Family

Oracle Marketing 제품군은 가장 수익성이 높은 마케팅 프로그램을 창출하기 위해 (그림 5)에서 보는 바와 같이 마케팅 전문가들에게 캠페인 수립, 리드 생성, 생성된 리드를 판매 조직에게 배분, 그리고 캠페인 분석과 정규화의 전 주기를 지원하는 종합적인 일련의 분석 및 캠페인 관리 솔루션을 제공한다. 기업은 시장 선점을 극대화하기 위해 텔레마케팅과 인터넷 기반 프로모션을 포함하여 다양한 마케팅 채널에 걸쳐 마케팅 캠페인을 조정하고 실행할 수 있다. 그리고 고객 반응 및 마케팅 정보를 사용하여 가장 효과적인 매체를 통해 최상의 잠재고객에게 적합한 상품에 대해 적절한 메시지를 제공할 수 있어서, 기업들이 투자 수익률(ROI) 개선, 반응도 개선 및 판매 증대를 할 수 있도록 지원한다.

3.1.1 Oracle Marketing Online

마케팅 계획 수립시 그 효과를 최적화 할 수 있는 기획기능과 여러부서에서 다양한 채널을 이용하여 캠페인을 실행하는 기능 및 캠페인 결과를 피드백하여 성과를 분석하는 기능을 제공한다. 또한 축적된 캠페인 히스토리를 활용하여 최적의 고객을 찾아 갈 수 있도록 지원한다.

3.1.2 Oracle iMarketing

인터넷을 통하여 실시간으로 개별 고객에게 가장 적합한 마케팅 조사 및 프로모션을 기획/수행할 수 있으며, 고객과 접촉하는 과정에서 지속적으로 추적하여 최적의 고객 관계 구축이 가능하도록 지원한다.

3.1.3 Oracle Marketing Intelligence

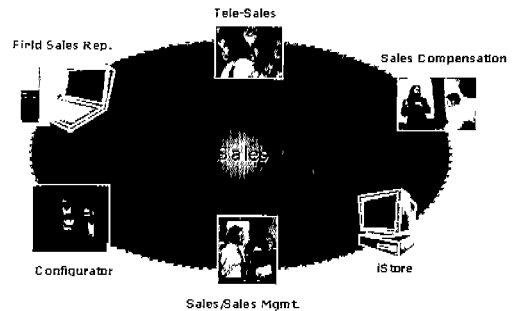
캠페인 효과의 수익성분석, 세분시장 및 고객성향 분석, 판매채널분석, 상품분석등 각종 마케팅 활동에 대한 다차원적인 분석과 리포팅 기능을 수행한다.

3.1.4 Oracle Marketing Encyclopedia System

비계량적인 데이터를 비롯한 다양한 형태의 각종 마케팅 관련 정보를 저장하고 공유하며, 외부 콘텐츠까지 연계하여 실시간으로 정보를 탐색할 수 있는 마케팅 정보 포털역할을 수행한다.

오라클의 Marketing 애플리케이션 제품들은 모두 동일한 스키마를 공유하여 Sales Online, TeleSales, Call Center, eMail Center 및 iStore 제품들과 같은 다른 CRM 애플리케이션들과 완벽하게 통합 운영되기 때문에 통합 캠페인 및 이벤트 실행 채널로서도 활용할 수 있으며, 오라클의 백오피스 애플리케이션과 완벽하게 통합되어 이러한 애플리케이션 모두는 오라클의 E-Business 스위트에 포함돼 있다. 이러한 업계 최강의 통합은 마케터들이 고객에 대한 360도 뷰를 확보할 수 있도록 지원할 뿐 아니라 적합한 채널을 통해 적시에 적당한 상품들을 제공할 수 있도록 지원한다. 또한 OAI (Oracle Applications Interconnect)를 통해 SAP의 ERP 애플리케이션들과 통합되기 때문에 많은 비용이 소요되는 대형 컨설팅 계약을 체결하지 않고도 애플리케이션 간에 정보가 공유될 수 있다.

예측에 대한 가장 정확하고도 통일된 시각을 가질 수 있다. 또한 오라클의 완벽한 인터넷 구조는 시스템 교육비 절감, 업그레이드 불편 감소, 손쉬운 정보 접근과 더불어, 빠르고 비용 효과적인 세일즈 애플리케이션 전개를 가능하게 한다. (그림 6)에서 보는 바와 같이 고객 360도 관점의 종합적인 고객 정보, 최적의 상품 구성 및 견적, 영업사원의 보상 관리, 마케팅 자료에 가장 적합한 단말기—인터넷 센터, 인터넷, 모바일(Mobile), 랩탑 또는 팜 디바이스(Palm Device)—를 통한 쉬운 접근등으로 전략적인 세일즈가 가능해지며, 판매 주기가 단축되고, 판매 자원의 좀 더 전략적인 사용과 정확한 데이터에 입각한 경영 의사결정이 이루어질 수 있다.



(그림 6) 세일즈 시스템 개념도

3.2 Oracle Sales Family

Oracle Sales 제품군은 <표 3>에서 보는 바와 같이 모든 영업 채널 전반에서 판매 극대화, 판매 효율성 향상, 기업 목표와 영업 활동의 일치 등을 달성하기 위한 포괄적인 통합 애플리케이션 제품군이다. 영업사원, 통신판매팀, 리셀러, 사이버 점포 등이 하나의 판매 팀으로서 보다 많은 매출 증대를 위해 협력할 수 있도록 지원하고, 기업들이 유연한 고객 중심 프로세스를 구축해 효율적으로 판매하며 매출을 증가시킬 뿐만 아니라 장기적인 고객 관계를 형성하고 향상시킬 수 있도록 지원한다.

판매 전문가들은 여러 판매 채널에서 이루어지는 판매 활동을 기업 목표와 조율함으로써 판매 및

<표 3> Oracle Sales 제품군

* Oracle Sales Online
* Oracle Field Sales for Palm, Laptop,PDA
* Oracle Mobile Device Gateway
* Oracle Tele Sales
* Oracle iStore
* Oracle Sales Compensation
* Oracle Sales Intelligence

3.2.1 Oracle Sales Online

영업활동을 위한 고객/거래처관리, 할당량 관리, 영업조직 관리, 담당구역 관리, 견적/계약관리, 영업 일정관리 등 영업핵심 기능을 지원한다.

3.2.2 Oracle Field Sales

영업점의 영업전문가를 지원하는 시스템으로 고객정보관리, 담당자관리, 영업기회관리, 견적, 영업활동 스케줄링, 판매예측 및 리포팅 기능을 지원함으로써 영업의 효율을 극대화 시킨다.

3.2.3 Oracle Mobile Device Gateway

영업사원이 필드영업에 필요한 고객정보를 본사 시스템에 접속하거나 접속해제 상태에서 간편하게 검색할 수 있고, 영업활동에 대한 스케줄이나 판매 단계를 현장에서 바로 변경할 수 있으며, 기간별 판매예상 금액이나 커미션 등을 조회할 수 있다.

3.2.4 Oracle Tele Sales

고객상담 센터의 텔레마케터들이 텔레 세일즈를 강화하기 위한 다양한 기능을 제공하여 고객서비스 및 고객관계를 강화함으로써 영업성과를 증진 시킨다.

3.2.5 Oracle iStore

웹을 통해 상품이나 서비스를 선택하고 구매할 수 있도록 해주는 셀프 판매기능으로 적은 채널비용으로 빠른 시간 안에 고객과 효과적인 영업활동을 실행하게 한다.

3.2.6 Oracle Sales Compensation

영업사원의 동기부여를 위해 매출에 따른 영업수수료 및 인센티브를 체계적으로 규정하고, 이에 따른 처리작업을 자동화 하여 영업변화에 신속하게 대응할 수 있는 관리능력을 제공한다.

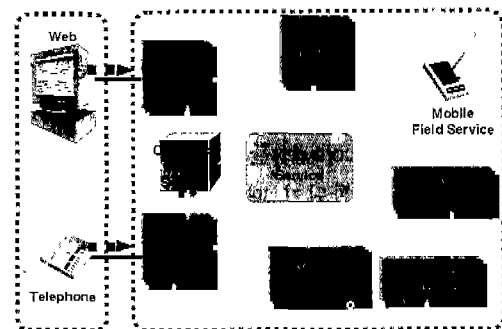
3.2.7 Oracle Sales Intelligence

영업관리자와 경영진에게 실시간으로 영업 분석정보를 제공함으로써 효율적인 영업관리와 합리적인 의사결정을 지원한다.

3.3 Oracle Service Family

Oracle Service제품군은 고객지원, 현장 서비스, 고객서비스 및 고객관리를 지원한다. 고객 관리 기능은 고객관리 담당자 또는 고객과 대화하는 기타 모든 직원들의 모든 접촉 채널에서 고객 정보에 완벽하게 접근할 수 있도록 지원하고, 웹, 콜 센터, 모바일, 영업점 등에서 모두 사용할 수 있다.

기업은 (그림 7)에서 보는 바와 같이 모든 서비스 운영의 통합을 통한 마진을 향상시킬 수 있으며, 웹, 모바일 및 콜센터 전반에 동기화된 서비스를 제공함으로써 고객의 충성도를 향상하고, 고객 데이터를 인텔리전스로 전환함으로써 서비스를 향상시키며, 개별화되고 일관된 고객관리를 통한 고객유지도 극대화 할 수 있다.



(그림 7) 서비스 시스템 개념도

<표 4> Oracle Service 제품군

* Oracle Customer Care
* Oracle Field Service
* Oracle Support
* Oracle iSupport
* Oracle Scheduler
* Oracle Contract
* Oracle Customer Intelligence

3.3.1 Oracle Customer Care

고객관리 담당자에게 고객의 문제점을 효과적으로 해결할 수 있는 툴을 제공하고, 우수고객을 집

중 관리하여 이익률을 높이며, 사전에 고객의 요구를 파악하고 대처할 수 있도록 지원한다.

3.3.2 Oracle Field Service

최초의 고객서비스센터 접수와 전담직원의 파견, 서비스요청의 종료, 비용청구 정보가 제출되는 보고에 이르기까지 대고객 서비스의 효율적인 관리를 가능하게 해준다.

3.3.3 Oracle Support

고객 지원 조직에게 서비스나 불만요청 관리, 상품의 불만 및 제안관리 등을 위한 지식기반 기능을 제공한다.

3.3.4 Oracle iSupport

웹상에서 고객에게 실시간으로 계좌상태, 거래 실적 및 온라인 대화식 포럼을 제공하여 셀프서비스 환경에서 종합적으로 고객서비스를 지원한다.

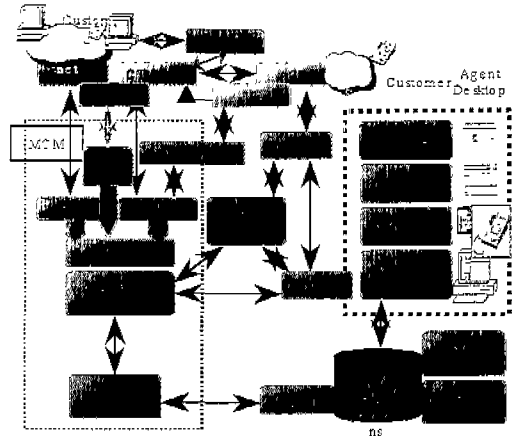
3.3.5 Oracle Customer Intelligence

고객에 대해 종합적으로 분석할 수 있는 웹기반 툴로서, 고객의 확보 유지 수익성 만족도 등에 영향을 주는 요인들을 분석하여 지속적인 고객관계를 유지하도록 지원한다.

3.4 Oracle Interaction Center

e-business 시대의 고객들은 하루 24시간 연중 365일 언제나 자신이 원하는 시기에 원하는 채널을 통해 기업과 비즈니스를 수행할 수 있기를 원한다. Oracle Interaction Center 제품은 (그림 8)에서 보는 바와 같이 기업의 콜 센터를 착신/발신 전화, E-mail, 팩시밀리, 웹 및 전화 회신 등을 통해 고객 요청을 처리할 수 있는 통합적인 고객 인터랙션 센터로 전환시킨다. 또한 기업이 대량의 중앙집중 또는 분산 인터랙션 센터 환경을 관리할 수 있게 해주며, 다양한 기능의 마케팅, 판매 및 서비스 인터

랙션 센터를 운영할 수 있도록 지원함으로써 직원의 생산성과 고객만족을 지원한다.



(그림 8) Interaction Center 시스템 개념도

<표 5> Oracle Interaction Center 제품군

- * Oracle Call Center
- * Oracle Advanced Inbound/Outbound
- * Oracle Interaction Blending
- * Oracle Banking Center
- * Oracle E-mail Center
- * Oracle Scripting
- * Oracle IC Intelligence

3.4.1 Oracle Call Center

OIC의 기초가 되는 기능으로서 표준 ACD/PBX 연결 이외에 ANI(자동번호식별기능), DNIS(전화건 번호 안내기능)등에 대한 정보를 화면 팝업 창, 미리보기 및 Preview Dialing, Progressive Dialing기능과 착신전화 호출, 착신 E-mail 및 발신전화를 관리하기 위한 전체적인 작업대기행렬 기능을 제공한다.

3.4.2 Oracle Advanced Inbound/Outbound

콜센터의 기본기능으로 지능형 경로지정 기능과 강력한 예측 다이얼링 기능, 판매 및 관계관리를 위한 List Execution & Management능력을 제공하는

고급 착발신 기능을 가지고 있다.

3.4.3 Oracle Interaction Blending

서비스 수준이 낮아질 경우 에이전트가 자동으로 다른 큐 또는 매체 유형을 지원하도록 함으로써 고객에 대한 응답력을 향상시킬 수 있다. 이는 피크 기간을 위해 별도로 직원을 배치하지 않고도 기업의 서비스 수준을 달성할 수 있도록 한다.

3.4.4 Oracle Banking Center

Retail Banking 산업을 지원하는 Call Center 및 영업직원을 위해 특별히 개발된 Application으로서 단순한 Call Center를 Customer Service 및 Support에 맞춘 Interaction Center로 변화하는 추세에 맞춘 Solution.

3.4.5 Oracle E-mail Center

E-mail을 다이렉트마케팅 및 고객과의 대화채널로 활용하는 강력한 기능을 제공한다. 고객의 E-mail을 수신하여 이를 처리하기 위해 Service 어플리케이션과 콜센터로 발송한다.

3.4.6 Oracle Scripting

잘 짜여진 상담 스크립트를 제공하여 상품이나 고객에 대한 기본지식 없이도 상담업무를 훌륭히 수행할 수 있도록 지원한다.

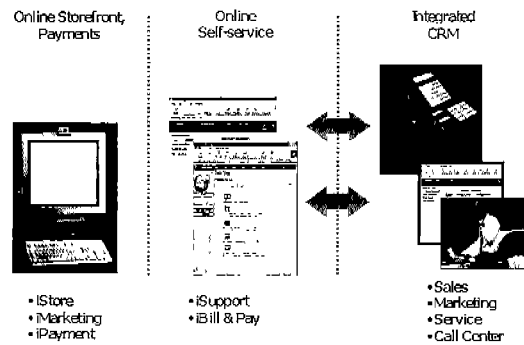
3.4.7 Oracle IC Intelligence

오라클 BIS의 일 부분으로서 콜센터와 인터넷 및 비즈니스 데이터를 통합 분석하여 독창적이고 강력한 분석 결과를 지원한다.

3.5 Oracle CRM E-Commerce

오라클의 CRM E-commerce 제품군들은 <표 6>에서 보는 바와 같이 기업들이 고객의 범위를 웹 상으로 확장할 수 있도록 지원하고, 인터넷상에서

타겟고객 포착, 프로파일링, 카탈로그 및 주문관리, 지불 프로세싱 및 고객서비스에 이르기 까지 고객 확보와 인터넷 비즈니스 실행을 지원한다. 또한 대부분의 경우 기존 오라클의 CRM 제품 내에 통합할 수 있다. 예를 들면, 기업은 Oracle iStore를 이용해 기업이 글로벌 고객을 지원할 수 있도록 하는 새로운 웹 기반 영업 채널을 열 수도 있고, 이와 동일한 제품이 오라클의 Call Center 제품으로 통합되기 때문에 웹 가망 고객은 웹 사이트로부터 직접 판매 또는 서비스 요청을 시작할 수 있는 것이다. 오라클의 기타 CRM E-commerce 제품들은 (그림 9)에서 보는 바와 같이 빌링 및 지불 프로세싱, 인터랙티브 마케팅 및 고객 서비스/지원을 위한 솔루션을 제공한다. 고객은 오라클 제품들을 이용함으로써 기업 운영 시간에 관계없이 편리한 장소 및 시간에 셀프 서비스 방식으로 기업 정보(주문 현황 또는 트러블 티켓(trouble ticket))에 액세스할 수 있게 된다.



(그림 9) E-Commerce 시스템 개념도

<표 6> Oracle E-Commerce 제품군

<ul style="list-style-type: none"> * Oracle iMarketing * Oracle iStore * Oracle iPayment * Oracle iBill & Pay * Oracle iSupport
--

3.5.1 Oracle iMarketing
상동

온라인으로 그에 대한 비용을 지불하거나 요금에 대해 문의 할 수 있도록 지원한다.

3.5.2 Oracle iStore

기업이 강력하고 확장성이 우수한 인터넷 점포를 구축, 관리, 개인화할 수 있도록 지원하고, B2B 및 B2C 환경에 모두 사용할 수 있다. iStore는 오라클의 CRM 및 ERP 애플리케이션과의 완벽한 통합을 통해 완벽한 상품구매 및 재고 관리 기능을 제공하는 것은 물론 판매, 마케팅, 서비스 기회를 활용할 수 있도록 지원한다.

3.5.5 Oracle iSupport

상 동

오라클 CRM 11i 제품들 중에서 은행, 보험, 증권/캐피탈등 각 업종에 적절한 솔루션은 <표 7>과 같으며, 각 제품군들 중에서도 기업에 맞는 것부터 스탠드 얼론으로도 설치 운영이 가능하다.

3.5.3 Oracle iPayment

전자상거래시 지불 방법을 빠르고 쉽게 추가, 제거, 구성하거나 지불 처리와 관련된 비즈니스 규칙을 변경할 수 있도록 유연한 전자 지불 옵션을 제공한다.

4. 결 론

오라클 CRM은 (그림 10)과 같이 기능별로 또는 채널별로 진정한 통합된 e-business 어플리케이션 솔루션으로서, 인터넷 경제에서 비즈니스 성공에 꼭 필요한 3가지 조건인 기업의 통일된 모습, 고객 인텔리전스 획득, 1:1 고객관계 수립을 가능하게 해준다. 다양한 채널에서 효율적인 고객서비스, 판매 및 마케팅이 가능하여 고객 수익성을 향상 시킬 수 있으며, 오라클의 완벽한 인터넷 구조를 통해 기업은

3.5.4 Oracle iBill & Pay

인터넷으로 고객에게 청구서를 발행하고, 고객

<표 7> 금융 업종별 CRM 솔루션들

구 분	Banking	Insurance	Capital Mkts
Marketing Family	<ul style="list-style-type: none"> Marketing Online i-Marketing Marketing Intelligence 	<ul style="list-style-type: none"> Marketing Online i-Marketing Marketing Intelligence 	<ul style="list-style-type: none"> Marketing Online i-Marketing Marketing Intelligence
Sales Family	<ul style="list-style-type: none"> Tele sales Sales Compensation Sales Online Field Sales/Palm Sales Intelligence 	<ul style="list-style-type: none"> Tele sales Sales Compensation Sales Online Field Sales/Palm Sales Intelligence 	<ul style="list-style-type: none"> Tele sales Sales Compensation Sales Online Field Sales/Palm Sales Intelligence
Service Family		<ul style="list-style-type: none"> Customer Care Field Service Scheduler Contracts 	<ul style="list-style-type: none"> Customer Care Field Service Contracts
Interaction Center	<ul style="list-style-type: none"> Banking Center IA Intelligence 	<ul style="list-style-type: none"> Interaction Center IA Intelligence 	<ul style="list-style-type: none"> Interaction Center IA Intelligence
E-Commerce	<ul style="list-style-type: none"> i-Marketing iB&P iStore iSupport Exchange 	<ul style="list-style-type: none"> i-Marketing iB&P iStore iSupport 	<ul style="list-style-type: none"> i-Marketing iB&P iStore iSupport

