

C4

Session

온라인 업체들의 고객만족 실천방안

전형섭 과장 (LG 홈쇼핑)

ON-LINE 업체들의 고객접점 만족 실천방안

(주)LG홈쇼핑

목 차

1. 온라인 업체의 범위
2. 온라인 업체의 성공전략
3. 온라인 업체와 택배사와의 관계
4. 온라인 업체의 배송(물류)체계
5. 온라인 업체에 대한 고객요구사항
6. 온라인 업체의 일반/특화 배송서비스 현황
7. 특화 배송서비스의 개발

2/16

1. 온라인 업체의 범위

1) 온라인 업체의 범위

본 글에서는 온라인 업체를 전자상거래(인터넷쇼핑몰), 방송(CATV) 등의 무점포형 유통업체를 대상으로 상정하고자 한다.

2) 온라인 업체의 분류

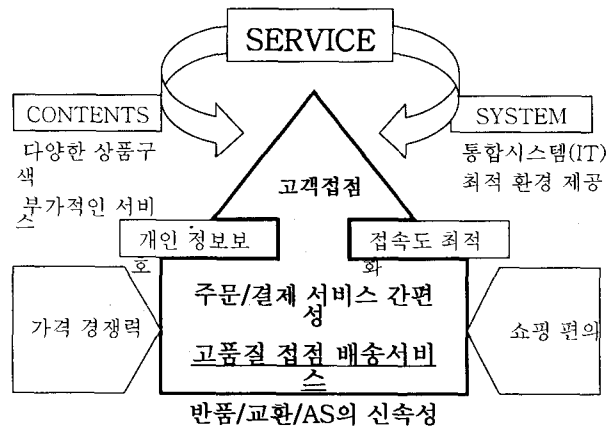
- 인터넷 쇼핑몰업체 : LG이숍, 한솔CSN, 삼성몰, 인터파크, 바이엔조이 등
- 케이블TV 쇼핑업체 : LG홈쇼핑, CJ39쇼핑, 현대홈쇼핑, 농수산쇼핑 등

3) 온라인 업체의 특징

- 유통경로의 단축(장점) : 기업 - 온라인 업체 - 고객
- 거래지역/거래시간 제한없음(장점) : 24시간영업, 전국 어디서나 주문
- 소요자본이 적다(장점) : 매장 설치비용 없음, 무채고 가능
- 동시, 다량 판매가능(장점) : 동시 접속 및 동시주문
- 판매상품에 대한 전량 배송필요(단점) : 배송비용/배송서비스 문제
- 결제/배송을 위한 소비자 정보노출(단점) : 소비자 정보 보호문제

3/16

2. 온라인 업체의 성공전략



4/16

3. 온라인 업체와 택배사의 관계

- 온라인업체의 배송수단별 구성

(단위 : %)

구 분	2001년 4 월	2002년			전 년 동월비
		2 월	3 월	4 월	
자체배송	19.2	9.9	10.4	10.3	- 8.9
택 배	70.6	82.7	82.8	83.0	12.4
우 편	4.4	3.5	2.8	2.9	- 1.4
기 타	5.7	3.9	4.1	3.7	- 0.6

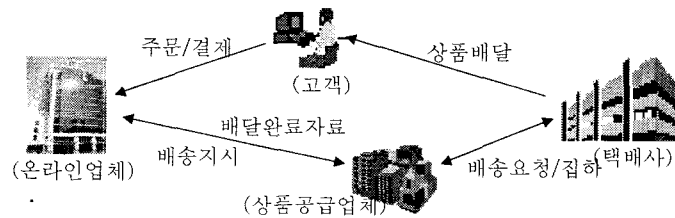
* 자료 : 통계청 "전자상거래 통계조사 결과(02.6)"

- ▣ 통계청 발표자료에 의하면 전자상거래업체의 83%, TV홈쇼핑업체의 약90%가 택배사와의 계약에 의해 배송수단으로 택배사를 이용하는 것으로 파악되고 있다.
- ▶ 따라서 택배사의 배송체계를 이해하고, 일반/특화 배송서비스에 대해 논의하고자 함.

5/16

4. 온라인 업체의 배송(물류)체계

1) 직송(무재고) 물류시스템

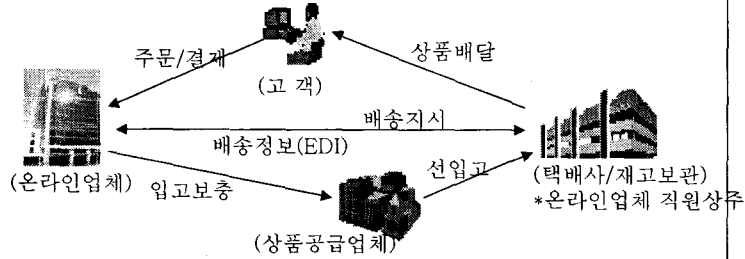


- ▣ 장점 : - 물류센터(설비/인력 등) 운영비 불필요
- 물류관리(재고관리, 배송관리 등) 불필요
- ▣ 단점 : - 실시간 배송정보 파악불가 - 동시주문상품에 대한 배달일차상이
- ▶ 개선방향 : 온라인 업체/납품업체/택배사간 SCM시스템을 개발하여 재고 정보 및 배송정보를 파악하여 고객요구 대응필요 : 직택배시스템

6/16

4. 온라인 업체의 배송(물류)체계

2) 택배(유재고) 물류시스템



장점 : - 배달시간 단축(당일배송가능) - 합포장 및 특화포장가능(귀금속, 의류 등)

- 품질관리 용이(불량상품 출하예방)

단점 : - 물류센터(재고관리) 유지비용 증가 - 집하/반출 비용 발생

개선방향 : - CD 운영 재고관리 최소화 - 직반출시스템 개발 반품/반출 비용 축소

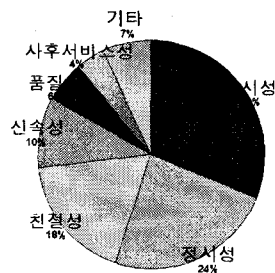
7/16

5. 온라인 업체에 대한 고객요구사항

* 인터넷/TV홈쇼핑 이용고객 700명에 대한 배송(물류)관련 모니터링 결과를 중심으로

분석/정리한 자료임.(OO쇼핑 자체조사, 2002.7.)

1) 모니터링 고객요구사항 정리



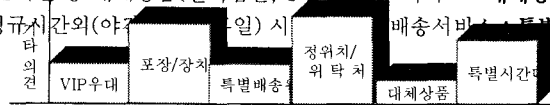
- 가시성(31%) : 상품배달(수거)전 사전전화 안내
- 정시성(24%) : 상품의 정확한 배송일/시간 안내
- 친절성(18%) : 배송원의 친절(인사/태도/복장등)
- 신속성(10%) : 상품주문 후 빠른 배달(수거)
- 품질성(6%) : 상품의 품질/주문상품과의 동일
- AS성(4%) : 교환/반품/AS의 신속한 처리
- 기타(7%) : 위탁배송금지, 배송/설치 일괄 등

8/16

5. 온라인 업체에 대한 고객요구사항

2) 추가(기타의견) 요구사항 정리

- 자주/많이 사는 고객에 대한 서비스 특화요구 : **VIP우대(5명)**
- 상품의 특성(의류 : 행거, 식품 : 냉동차량)을 고려한 서비스 : **포장/장치(11명)**
- 상품의 속성(여성속옷 : 여성 배송원, 설치상품 : 설치기술 보유 배송원)을 고려한 서비스 : **특별 배송원(4명)**
- 고객의 특성(노인, 장애인, 맞벌이부부)을 고려한 서비스 : **정위치/위탁처(13명)**
- AS기간 중 대체상품(전기밥솥, TV 등)제공 서비스 : **대체상품제공(3명)**
- 정규시간외(야간, 휴일, 긴급) 시 배송서비스 : **특별 시간대(7명)**



9/16

6. 온라인 업체의 일반/특화 배송서비스 현황

1) 일반적인 배송서비스 현황

전담 서비스

전담차량, 전담배송원, 전용송장, 전용박스
: 온라인 업체의 로고 디자인 사용

배송정보 제공

배송관련 문의/접속시 배송정보 안내(조회)

COOL배송서비스

식품 등에 대한 냉동/냉장 차량, 박스 운영

배송안심 서비스

배송원 명찰/복장, 박스실명제, 차량도색

특별 시간대 배송

야간, 휴일, 긴급, 지정일/시간 배송제 운영

10/16

6. 온라인 업체의 일반/특화 배송서비스 현황

2) 특화 배송서비스 현황

비너스 서비스 (LG홈쇼핑)

차량에 행거봉 설치 행거의류 전담배송/ 여성 배송원 운영(서울 등 지역)
: 행거의류의 구김/오염방지, 의류 특화, 여성배송(고객안심)

엔젤 서비스 (CJ39쇼핑)

여성 속옷/의류 등 여성상품 전담배송/ 여성 배송원 운영(서울 등 지역)
: 여성고객 경험 최적화(사용안내, 상담 등), 여성배송(고객안심)

드림 서비스 (현대홈쇼핑)

서비스교육을 받은 배송원을 차량에 동승시켜 배송/설치/상품설명 등
부가서비스 제공(서울 지역) : 상품설치/사용안내, 고객 신뢰감 부여

11/16

6. 온라인 업체의 일반/특화 배송서비스 현황

2) 특화 배송서비스 현황

Anytime OK 서비스 (한솔CSN)

상품주문과 동시 배송시간을 예약하고 배송경로 제공 서비스
: 주문과 동시에 가시성, 정시성을 제공함으로 고객편의 제공

도우미 서비스 (LG홈쇼핑)

장애인, 독거 노인에 대해 등록을 받아 Hand In Hand 서비스 제공
: 상품의 설치, 사용안내, 정위치 배송 등의 고객편의 제공

배송Post 서비스 (Buynjoy)

상품의 주문/반품시 물류Post(주유소)를 활용토록 고객 서비스 제공
* 물류Post(편의점, 슈퍼마켓 등)를 택배사/ 화주기업 공동개발 필요

12/16

6. 온라인 업체의 일반/특화 배송서비스 현황

2) 특화 배송서비스 현황

COD 서비스 (위더스쇼핑)

상품을 수령하여 상품상태확인 후 결제(현금/카드)하는 서비스
: 고객신뢰 및 반품비용 절감 *일본의 경우 보편화된 서비스 임.

LG 119 서비스 (LG홈쇼핑)

고객의 긴급 배송/수거/AS 요청시 3시간내 처리/대체상품 제공 서비스
: 물류관련 긴급 수/배송, AS대체상품, 고객클레임 등의 일괄처리

현장확인 서비스 (SK D TO D)

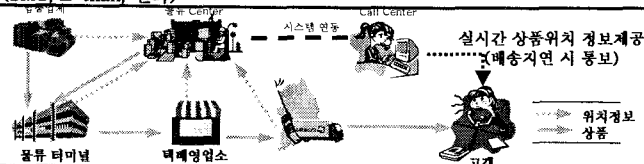
파손우려가 있는 상품에 대해 배달 접점에서 상품상태 확인 파손시
현장수거/ 재배송 실시 서비스 : 고객신뢰 및 반품비용 절감

13/16

6. 온라인 업체의 일반/특화 배송서비스 현황

배송예정정보(ATP) 제공서비스

PDA/바코드/위치확인 등의 시스템을 통해 배송이전에 배송예정일과 배송시간을
고객에게 사전안내함에 따라 고객의 가시성을 높여 배달물 향상 및 서비스 향상
(SMS, E-mail, 전화)



* 한솔CSN, SK D TO D, eHYUNDAI, LGeSHOP 등 일부수행 중

VIP배송 서비스 (LG홈쇼핑) 퍼스트클래스 (CJ39쇼핑)

등록 VIP고객에 대한 별도 콜서비스, VIP전용(노랑색)송장, 빅타이착용 배송원,
상품설치, 사용안내, 지정시간배송, 고객관리카드 작성관리 등의 서비스 제공

14/16

7. 특화 배송서비스의 개발

1) 개발/진행 특화배송서비스

귀금속(고가품) 별도배송서비스

귀금속의 특성(고가, 소형, 소량)/ 주문고객의 속성(상류층)에 따라 배송수단, 배송원/복장/서비스, 배송체계 등의 개발을 통한 별도의 관리가 필요함
예) - 간선/배송차량에 귀금속전용 용기, 박스설치, 별도송장, 상품박스
- 전문 배송사 위탁: 발택스코리아, 브림스코리아, 별도체계 등
- 배송원의 유니폼/ 배송원 서비스 수준/ 배송원의 성, 나이 등 고려

배송/반품 송장 복권제 서비스

상품의 배송/반품시 고객수취 송장의 송장번호를 추적하여 상품(상금)을 제공하여 송장보관 고객에게 혜택을 제공하고, 온라인업체/ 배송사는 서명을 제고, 위탁배송 축소, 상품분실 축소/추적, 타배송사 수거추적, 직접서비스 향상효과

15/16

7. 특화 배송서비스의 개발

2) 특화 배송서비스의 개발시 검토대상

상품특화 헬스용품(조립), 꽃(신선도유지), 가구(설치), 의류(구김방지) 등

포장특화 의류(부직포), 식품(용기), 선물(리본, 카드), 귀금속(케이스) 등

고객특화 부재자(위탁차: 주유소, 택배락커), 장애인/노인(경위치배송) 등

시간특화 퀵배송(2시간), 당일배송, 지정시간배송, 심야/야간/휴일배송 등

수단특화 오토바이, 밴, 승용차, 전철, 철도, 고속버스, 항공기, 고속정 등

기타특화 배송원(성, 나이, 복장, 외모), POST(편의점 등), AS(수선:세탁소)

3) 특화 서비스의 개발시 검토사항

- 자사분석 및 주력 경쟁사와의 분석을 통한 차별화 방향 정립
- IT의 발전방향과 고객Needs의 변화방향을 분석/ 예측하여 반영
- 특화서비스 개발비용/ 운영비용과 서비스향상의 매출효과의 분석 등

16/16