Zendesk를 사용하여 8개 기업에서 고객 경험을 개선한 방법

03 머리말

04 1장
구현: 직관적이고 사용하기 쉬운 솔루션으로 복잡성 해결
Stanley Black and Decker
Uber

09 2장
연결 및 맞춤화: 기술의 활용
Ingersoll Rand Instacart

14 3장
CX를 통한 차별화: 탁월한 경험 제공
Bill.com
Airbnb

19 4장
수치로 보기: 성과 확인
First Utility Mediaocean

24 맺음말

어떤 규모의 기업이든 가능한 강력한 맞춤 고객 서비스

최고의 고객 서비스 경험을 떠올리면 어떤 경험이 기억나십니까?

아마 쉽게 고객 지원 담당자와 연결되었거나, 가장 효과적인 채널에 접속했거나, 문제 해결을 떠나 시간을 갖고 나의 이야기를 경청하는 친절한 고객 서비스 상담원을 만난 경우 등이 떠오를 겁니다. 문제 해결을 위한 상호작용 횟수에 상관 없이 전화 또는 라이브 채팅에서 상담원은 항상 문제의 배경 및 전후 사정을 알고 있는 것처럼 보였습니다. 얼굴이 보이지 않더라도 상대방이 진심으로 나의 문제에 관심을 갖고 서비스를 제공하는지 우리는 알 수 있습니다.

비즈니스 규모가 커질수록 고객의 기억에 남는 사려 깊은 맞춤형 경험을 제공하기가 점점 더 어려워집니다. 그렇다고 해서 불가능하다는 뜻은 아닙니다. 뛰어난 고객 지원을 대규모로 제공하려면 각 지원 문제와 관련된 중요한 컨텍스트(전후 상황)을 유지하면서 , 적절한 기술을 갖추고 있고, 어려운 문제를 적극적으로 해결하려는 상담원이 필요합니다.

적절한 기술과 적극적인 상담원의 조합이 얼마나 강력한지 확인할 수 있는 기회는 많았습니다. 산업계 전반에서 대기업은 전략적인 고객 중심 접근 방식과 적절한 도구를 결합하여 효율성을 개선했고, ROI를 극대화했으며, 뛰어난 고객 서비스를 제공하고 있습니다. 아마 여러분은 조직 내에서 이러한 유형의 전환에 착수하는 것은 말할 것도 없고 그러한 도구 및 기술을 구현하는 힘든 과제를 떠올릴 것입니다. 하지만 비즈니스 성장을 지원하기 위해 빠르게 배포해 문제를 해결할 수 있는, 쉽게 사용 가능한 첨단 CRM 솔루션을 사용하면 정말 간단합니다.

각 기업 상황에 맞는 적합한 해결책을 도출할 수 있도록 여러 가지 성공 사례를 모았습니다.

1

구현: 직관적이고 사용하기 쉬운 빠른 배포 솔루션으로 복잡성 해결

규모 확장에 따른 복잡성

다양한 제품 포트폴리오를 제공하든, 다양한 고객군에 서비스를 제공하든, 또는 비즈니스의 원활한 운영을 위해 다양한 기술 파트너를 활용하든 기업의 요구 사항은 복잡해질 수 있습니다. 하지만 이 모든 어려움에서도 고객이 가장 우선시되고 고객 경험은 원활해야 합니다.

때로는 기술 플랫폼이 성장하는 비즈니스에 복잡성을 더합니다.
기존 시스템과 관련된 마이그레이션, 복잡한 코드 관리, 불확실한 플랫폼 전략은 모두 겉으로 드러나지 않는 불필요한 복잡성으로 이어져 결국 도움이 필요한 고객이 혼란스러운 경험을 하게 됩니다. 하지만 간단하고 직관적인 플랫폼을 통해 작업을 중앙 집중화하고 고객을 위해 더 나은 경험을 바로 창출할 수 있습니다.

StanleyBlack&Decker

현황
20개 브랜드
1초에 50개의 공구 판매
매달 10,000건의 티켓 처리
4개 언어
5개 지원 채널

Zendesk 도입
제품 구현 기간: 3주
교육 시간: 1일
지원 채널 통합
헬프 센터 연결

CX 성과
90% CSAT
1시간 SLA 100% 준수
블랙 프라이데이 매출 전년 대비 500% 증가

The Challenge

세계 최대의 공구 기업인 Stanley Black and Decker의 고객 지원 팀에는 조직적인 문제가 많았습니다. 이 기업은 설립된 지 100년이 넘었으며 계속해서 성장하는 글로벌 시장에서 다양한 비즈니스 라인을 관리하고 있습니다. 따라서 광범위한 제품 유형에 대해 고객 서비스를 여러 채널을 통해 제공해야 할 뿐 아니라 다양한 언어로도 제공해야 합니다. 이 모든 니즈를 충족하기 위해 터키에서부터 아르헨티나, 브라질까지 여러 시간대에 위치한 콜 센터에서 팀을 효율적으로 관리해야 했습니다.

지원 팀은 이 모든 복잡성을 관리하기 위해 고군분투했고, 그 결과 고객 서비스에 문제가 생겼습니다. 비즈니스 혁신 관리자인 Orlando Gadea Ros는 "문의 센터는 멀티 채널 응답 중심으로 설계되지 않았기 때문에 사실상 다양한 채널을 통해 들어오는 질문에 답할 수 있는 방법이 없었죠."라고 설명했습니다.

그런데 솔루션 전환에는 위험이 따랐습니다. 한 달에 처리하는 티켓이 평균 10,000건에 달했기 때문에 고객 서비스 프로세스 중단은 수 천 명의 고객에게 불편을 줄 수 있었고 이는 용인될 수 없는 문제였습니다.

Making the switch

Gadea는 "모든 채널을 통합하고 필요한 방식으로 구현할 수 있는 유연성을 제공하는 솔루션을 원했습니다."라고 말합니다. Gadea는 이전에 Zendesk의 서비스를 경험한 적이 있어 찾고 있던 옴니채널 지원을 Zendesk가 제공한다는 점을 알고 있었습니다.

가치 실현 시간은 거의 제로에 가까웠습니다. 간단하고 쉽게 구현되어 전체 시스템은 3주 내에 가동되어 실행되었으며, 상담원 대상의 플랫폼 교육은 불과 하루 만에 끝났습니다.

옴니채널 솔루션인 Zendesk는 모든 지원 채널을 백엔드에서 연결하여 고객에게 더 나은 경험을 선사하고 상담원에게는 더욱 개선된 직관적인 워크플로를 제공했습니다.

"효율성이라는 단어로 Zendesk를 설명할 수 있습니다."라고 Gadea는 말합니다.

새로운 옴니채널 솔루션을 통한 고객 경험 개선은 구현 후 첫 번째 블랙 프라이데이에 특히 빛을 발했습니다. 웹사이트에서 고객 서비스 옵션을 제공하는 Zendesk의 Web Widget은 지난해 대비 500%의 매출 성장에 기여했습니다.

"기술을 통해 처리할 수 있는 일과 우리가 실시간 라이브 데이터를 이용해 처리할 수 있는 일을 보여주는 것이 정말 놀라웠습니다. Zendesk는 많은 예산을 투입하지 않고도 효율성을 높일 수 있습니다.

Orlando Gadea Ros
Business Innovation Manager

Uber

현황

매주 30,000건의 채팅

수천 명의 상담원
10개 언어
450개 도시
79개 국가
다양한 제품

Zendesk 도입

빠른 온보딩
실시간 통신
워크플로 개선

CX 성과

CSAT 95%
채팅 최초 응답 시간: 30초 이내

The Challenge

Uber는 대부분의 스타트업이 꿈꾸는 속도로 성장하면서 420여 개 도시에서 사업을 확장하면서 각 지역에서 빠른 속도로 드라이버를 교육하고 고객을 확보했습니다. Uber 커뮤니티가 놀라운 속도로 성장했음은 물론이고, Uber는 차량 공유 서비스 외에도 Uber Eats, Uber for Business 등 새로운 사업 분야를 추가했습니다.

다양한 고객군의 마음을 얻으면서 그들과의 관계를 잘 관리해야 하는 Uber의 비즈니스 모델과 빠른 성장이 결합되어 고유의 문제가 발생했습니다. Uber의 고객 지원 팀은 고객, 드라이버 및 레스토랑을 포함하는 전체 커뮤니티를 지원합니다. 모두를 위한 원활한 경험을 지속적으로 제공하기 위해 고객 지원 팀은 불과 2년 만에 수십 명에서 1,000명이 넘는 전담 상담원으로 그 규모가 커졌습니다.

발생하는 모든 고객 서비스에 대해 Uber는 모든 당사자가 동일한 페이지를 보고 실시간으로 소통하도록 할 방법이 필요했습니다. 비행기를 타기 위해 공항으로 가야 하는 급한 고객 또는 너무 배가 고파서 계속 기다리면 화가 날 고객 등 문제를 빠르게 해결할 수 있어야 했습니다.

Zendesk를 통한 확장

Uber는 창업 초기부터 Zendesk를 사용했으므로, 특별한 큰 전환 작업 없이 회사의 성장에 따라 변화하는 요구 사항을 맞출 수 있었습니다. 관리해야 할 관계와 사용 가능한 제품이 늘어남에 따라 Zendesk Chat은 특히 중요한 도구가 되었습니다.

글로벌 채팅 지원 프로그램 매니저인 Ashley Bradford는 "채팅은 신규 드라이버 교육과 한 번의 응대로 여러 질문에 답변할 수 있도록 상담원의 역량을 강화하는 데 최고입니다."라고 말합니다. Uber의 비즈니스 모델은 드라이버를 충분히 확보한 경우에만 효과가 있기 때문에 첫 번째 운행을 위해 드라이버를 빠르게 교육하는 것이 중요합니다.

Bradford는 "Uber Eats 역시 흥미로운 채팅 사용 사례죠. 이는 우리가 Eater와 식당, 그 다음에는 Eater와 배달기사, 이렇게 세 당사자를 연결하기 때문입니다."라고 덧붙여 말했습니다.

Uber Eats의 배달이 성공하기 위해서는 최소한 배달기사와 식당 간 그리고 상담원 간의 세심한 협력이 필요합니다. 아울러 그러한 협력 프로세스가 고객을 위해 원활하게 진행되도록 이 모든 것이 이면에서 눈에 띄지 않게 이루어져야 합니다. 이는 Zendesk의 실시간 대시보드와 채팅으로 가능하며, 쉽고 빠르게 시작할 수 있습니다. 이와 같은 툴 덕분에 Bradford의 팀에서는 95%가 넘는 평균 CSAT 점수를 유지할 수 있었습니다.

> **"Zendesk Chat을 빠르게 설정하여 사용자 경험을 테스트하는 데 사용할 수 있습니다. 인터넷 연결 속도만 빠르면 됩니다."**
>
> Ashley Bradford
> Global Chat Support Program Manager

2

연결 및 맞춤화: 기술의 활용

평균적으로 엔터프라이즈 기업은 클라우드에만 1,000개가 넘는 기술 제품을 운영합니다. 첨단 비즈니스 운영의 복잡성 중 하나는 회사에서 사용하는 모든 기술이 잘 통합되고 연동되는지 확인해야 하는 것입니다. 또한, Advanced Workflow, AI, 쉽게 사용할 수 있는 연동 등과 같은 기본 제공 기능을 통해 기업의 고유한 니즈를 쉽게 커스터마이징 할 수 있어야 한다는 점도 중요합니다.

Ingersoll Rand

연동 및 통합
UPS
InContact
기타

CX 성과
CSAT 35점 상승
4-hour SLA 95% 이상

The Challenge

Ingersoll Rand는 전동 공구, 차량 및 HVAC 장치를 포함한 다양한 제품 포트폴리오를 보유하고 있습니다. 이 기업은 내구성이 뛰어난 제품을 만든다는 데 자부심을 갖고 있습니다. 따라서 고객에게 포괄적인 보증과 뛰어난 수리 서비스를 제공해야 합니다.

Ingersoll Rand의 제품 판매 및 서비스를 지원하는 5,000곳의 대리점이 있는 Ingersoll Rand는 많은 고객 서비스 문의를 처리하고 있습니다. 팀에서는 한 때 Lotus Notes와 Microsoft Outlook으로 문의를 처리하려고 했지만 두 플랫폼 모두에서 응답 시간을 추적할 수 없어 고객의 요구를 충족하지 못했고 효율성은 개선되지 않았습니다. Zendesk는 고객 서비스 프로세스 추적을 개선하고 고객 서비스에 대한 더욱 긴밀한 통합 접근 방식을 제공할 수 있는 솔루션이었습니다.

Making the switch

Zendesk Support 및 Guide를 도입함으로써 지원 팀은 응답 시간과 고객 만족도(CSAT)를 쉽게 추적할 수 있었습니다. 지원 팀은 처음으로 더 나은 고객 경험을 창출하도록 안내하는 메트릭을 확보했습니다. 또한 Zendesk API를 사용하여 운영을 모니터링하고 고객 경험을 위해 사용되는 다른 모든 기술과 고객 서비스를 연결할 수 있었습니다.

우선 API를 사용하여 Zendesk를 자사의 배송 서비스와 연결했습니다. 제품 지원 엔지니어인 James Ripley는 "보증 평가, 수리 및 반품에 UPS 라벨을 신속하게 만들 수 있도록 UPS와 통합을 형성했습니다."라고 말합니다. 그는 "통합은 정말 매끄러웠습니다."라고 덧붙였습니다.

또한 온라인 고객 지원 시스템을 전화 시스템인 InContact와 연결했습니다. 모든 통화가 수신될 때마다 음성 티켓이 생성되어 지원 요청의 대다수를 차지하는 이메일과 함께 쉽게 통합할 수 있었습니다.

간소화된 시스템 덕분에 고객 만족도 점수는 35점이나 올라갔습니다. 이제 이 회사의 지원 팀은 95%의 시간에서 4시간 이내에 티켓에 대응한다는 목표를 충족합니다.

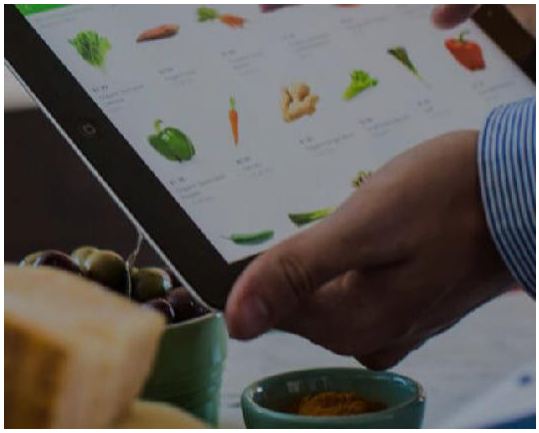
Ripley는 "이는 중대한 도약입니다."라고 말합니다. 통합 효과가 매우 좋아 이 업체는 API를 사용하여 보증 청구 제출, 부품 주문, 수리 센터와의 연락 등을 위해 백엔드 시스템을 연결하는 더 큰 통합을 구축할 계획을 세웠습니다.

> **뒤를 돌아볼 때마다 Zendesk는 우리 팀과 협력하면서 우리에게 방법을 가르쳐주고 성장을 돕고 있었습니다."**
>
> Kelly Dees
> Vice President of Global Customer Experience for Fluid Management

고유한 니즈
두 유형의 고객층을 위한 분할
맞춤형 도구와 통합
매주 40,000통의 지원 통화 및 이메일

맞춤화 및 연동
제품 보기 사용자 데이터 포함
Five Most Recent 앱
내부 지원 제공

CX 성과
90%+ CSAT
더욱 정확한 고객 여정 이해



The Challenge

Instacart의 비즈니스 모델은 구매자와 고객, 이렇게 두 대상에게 효과적으로 서비스를 제공해야 합니다. 지원 프로세스는 구매자와 고객에 대한 데이터와 바로 해당 데이터를 찾을 수 있는 기능이 있는지 여부에 따라 달라집니다. 이를 위해 해당 데이터를 추적 및 구성하는 데 사용되는 맞춤형 내부 도구와 통합할 수 있는 시스템이 필요했습니다.

고객 운영 툴 프로젝트 책임자인 Jeremy Flanagan은 "고객을 지원할 때 연락처 정보, 최근 주문 정보, 쿠폰, 신용 잔고를 알고 있는지가 중요합니다."라고 말합니다. "구매자를 지원할 때는 어떤 유형의 구매자인지, 활성 고객인지 휴면 고객인지 파악하는 것이 중요합니다."

팀은 두 가지 데이터를 구분하면서도 동일하게 두 데이터에 액세스할 수 있는 방법이 필요했습니다. 또한 매주 최대 20,000통의 전화와 20,000통의 이메일을 통한 엄청난 양의 서비스 요청을 효율적으로 처리하도록 돕는 시스템도 필요했습니다.

Making the switch

이 업체가 고객 지원 솔루션에서 원했던 가장 중요한 기능은 필요할 때마다 사용자 데이터를 불러올 수 있는 기능이었습니다. Instacart의 고객 데이터 도구와 매우 원활하게 통합되었기 때문에 Zendesk는 해당 업체가 각 고객 및 구매자와 맺는 관계를 전체적으로 보여주어 중요한 순간에 더욱 생산적인 대화를 나눌 수 있도록 했습니다.

Flanagan은 "우리는 사용자를 기준으로 티켓에 대해 들어오는 관련 데이터를 거의 모두 확보하고 있어요."라고 말합니다. 덕분에 각 요청을 가장 적합한 상담원에게 전달할 수 있고 효율적인 서비스를 빠르게 제공하는 데 필요한 모든 정보를 파악할 수 있습니다. 이를 통해 Instacart는 탁월한 고객 경험 제공을 위한 기틀을 마련하고 있습니다.

Zendesk의 Five Most Recent 앱은 상담원이 고객을 지원할 때마다 고객이 제출했던 최근 티켓 5개를 표시함으로써 더 유용한 정보를 제공합니다. Flanagan은 "사용자의 과거 지원 요청에 관한 자세한 전후상황을 파악하는 것은 언제나 도움이 됩니다."라고 말합니다.

"필요한 도구를 정확하게 빌드할 수 있다니 정말 최고입니다. Zendesk는 맞춤화를 위한 광범위한 연동과 기회를 제공해 주었어요."

Jeremy Flanagan
Customer Ops Project Lead of Tools at Instacart

3

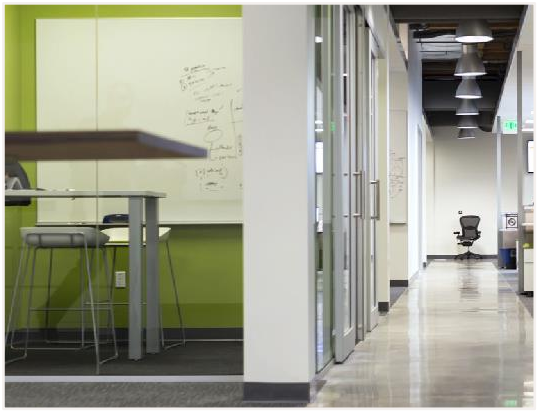
CX를 통한 차별화: 탁월한 고객 경험 제공

구현 속도와 효율 향상은 모든 기업이 기술 벤더를 선택할 때 고려해야 할 중요한 점입니다. 하지만 고객 서비스에서 가장 중요한 점은 고객을 위해 가능한 최고의 경험을 창출하는 것입니다.

올바른 고객 서비스 소프트웨어가 있으면 상담원은 뛰어난 CX(고객 경험)를 제공하고 적절한 벤더가 함께 협력하여 팀이 목표를 달성하도록 도울 수 있습니다. 뛰어난 CX를 제공하는 일과 속도, 효율성, 비용 절감의 이점 중에서 선택할 필요가 없습니다. Zendesk 고객은 이 모든 것을 누릴 수 있으니까요.

현황
8개 브랜드
회원 250만 명
매달 50명의 상담원이 처리하는 티켓 수: 18,000건
4개 채널

CX 성과
95% CSAT
SLA 준수율 80%



The Challenge

고객에게 뛰어난 서비스를 제공하기 위해 중요한 점은 공통된 니즈와 질문을 파악하는 것입니다. Bill.com에서는 이전 공급업체인 Oracle RightNow를 통해 빠른 답변을 제공할 수 있었습니다. 하지만 모든 채널을 단일 시스템으로 가지고 올 수 없었기 때문에 단일 정보 소스가 없어서 어려움을 겪었습니다. 개별 문의를 하나씩 처리해야 했기 때문에 고객 서비스 전략에 전체적으로 접근할 수 없었습니다. 이 문제의 해결책은 사전 대처 능력의 강화를 지원하는 파트너를 찾는 것이었습니다.

고객 지원 책임자인 Ashish Patel은 "고객이 니즈가 있다는 사실을 깨닫기도 전에 고객의 니즈를 충족하도록 지원 조직 및 고객 경험을 최적화하고자 합니다."라고 설명했습니다.

Making the switch

고객 지원 시스템을 Zendesk로 전환하여 내부 프로세스가 간소화됨으로써 전체 채널의 모든 지원 대화가 한 곳에서 이루어지게 되었습니다. 따라서 고객 여정에서 고객이 원하는 것을 더욱 쉽게 추적할 수 있게 되었습니다.

Patel은 "이제 우리는 고객이 여정을 함께 할 때마다 고객에게 무슨 일이 생기는지 알 수 있습니다."라고 말합니다.

상담원은 티켓이 접수될 때마다 바로 대응하는 것이 아니라 고객이 여정의 어느 지점에 있는지 알고 상호작용을 시작합니다. 게다가 상담원은 각 여정 지점에서 가장 중요한 문제를 파악할 수 있도록 교육을 받았습니다. 예를 들어 이는 신규 고객의 일반적인 질문과 Bill.com을 오랫동안 사용한 고객의 질문의 차이점을 의미할 수 있습니다.

Patel은 "Zendesk 덕분에 한 곳에서 모든 것을 해결하게 되어 매우 효과적이었습니다. 다른 소프트웨어를 선택했다면 불가능했을 겁니다."라고 말했습니다.

자신의 재량에서 필요한 모든 정보를 사용하여 이 업체는 업무일 기준 1일 이내에 모든 이메일에 회신하고, 2분 이내에 채팅의 80%에 답변하며, 예약된 통화 중 80%에 한 시간 이내에 응답해 상담원이 높은 SLA를 유지하도록 했습니다. 상담원은 SLA의 80%를 달성했습니다.

"Zendesk를 활용한 우리 회사의 솔루션은 고객 지원 관점에서 단일 정보 소스를 제공할 뿐 아니라 조직 내에서 상담원 경험을 최적화하도록 지원하는 에코시스템을 만들었습니다."

Ashish Patel
Director of Customer Support

airbnb

현황
191개 국가
65,000개 도시
20개 언어
4백만 개가 넘는 목록
1억 명이 넘는 투숙객

CX 성과
고객 맞춤 지원
360도 고객 뷰
몇 분 이내에 통화 응답
24시간 이내에 이메일 답변
1-1 메시징 가능

The Challenge

Airbnb는 이미 기존의 호텔 체인들을 뛰어넘어 2012년에 300만 투숙객이 예약하는 업체에서 2017년에는 1억 명이 이용하는 기업으로 성장했습니다. 엄청난 수의 여행객에게 서비스를 제공하는 것 외에도 65,000개가 넘는 도시의 호스트의 요구에도 부응해야 했습니다.

수많은 사람들의 요구사항을 충족하기 위해 Airbnb는 전 세계 20곳에서 근무하는 수천 명의 고객 서비스 상담원을 두고 있습니다. 비즈니스의 특성을 감안했을 때 누군가 도움을 필요로 하면 빠른 대응이 필요합니다. 상담원은 연락한 모든 여행객 또는 호스트가 어떤 채널(이메일, 소셜 미디어, SMS 또는 기타 메시징 채널)을 사용했든 상관 없이 신속하게 이들의 상황을 파악할 방법이 필요합니다.

게다가 고객이 직면한 문제는 모두 고유하며 상담원은 여행객 또는 호스트의 위치, 문제가 되는 임대 유형, 고객에게 발생한 구체적인 문제에 맞춰 대응해야 합니다.

100여 개 국가에서 20개 언어를 사용하는 다양한 오디언스에게 맞춤화 지원을 제공하기란 쉬운 일이 아닙니다. 따라서 이 업체에는 이러한 복잡성을 처리할 수 있는 도구와 고객의 필요에 맞추도록 도울 수 있는 벤더가 필요했습니다.

Zendesk를 통한 확장

지원 제품 그룹의 제품 책임자인 Shirley Lin은 팀에서 적절한 고객 서비스 제품을 찾고 있을 때 "확장성, 신뢰성, 연중무휴 24시간 가동이 중요한 필요사항이었습니다."라고 말합니다. Airbnb는 초창기부터 Zendesk를 사용했고 시간이 흐름에 따라 회사의 필요가 더욱 복잡해지는 것에 맞춰 소프트웨어가 계속 제공되고 있습니다.

Shirley는 "우리 회사의 고객은 객실은 물론 경험을 제공하는 액티비티와 식당도 예약합니다."라고 말합니다. Airbnb 이용자가 고객 서비스에 문의할 때 상담원은 해당 고객과 Airbnb와의 관계, 해당 계정과 관련된 모든 예약 내역 및 임대 내역을 상세히 파악할 수 있는 간단한 방법이 필요합니다. Zendesk를 Airbnb의 내부 도구와 연결함으로써 상담원은 각 고객 및 관련 내역의 360도 뷰를 활용할 수 있습니다.

덕분에 각 고객에게 맞춤화하여 정확하고 신속하게 대응할 수 있습니다. 대다수 통화는 통화량이 많은 시간대에도 몇 분 이내에 응답하고 이메일은 일반적으로 24시간 이내에 응답합니다. 이러한 워크플로는 고객의 필요에 맞춰 제품을 맞춤화하기 위해 Zendesk와 긴밀하게 협력한 결과물입니다.

Lin은 이렇게 말합니다. "우리 회사의 비즈니스와 우리가 얼마나 야심 찬 목표를 가지고 있는지 진정으로 이해하는 파트너가 있다는 사실은 실로 엄청난 일이죠. 결국 중요한 것은 서비스가 Airbnb 내에서 일어나는 모든 작업과 완벽하게 맞아 떨어져야 하기 때문입니다."

"Zendesk는 아주 훌륭한 파트너입니다. Airbnb의 성장에 맞추기 위해 계속해서 협력을 멈추지 않았으며, 이는 결코 쉬운 일이 아닙니다."

Shirley Lin
Product lead for the Support Products Group

4

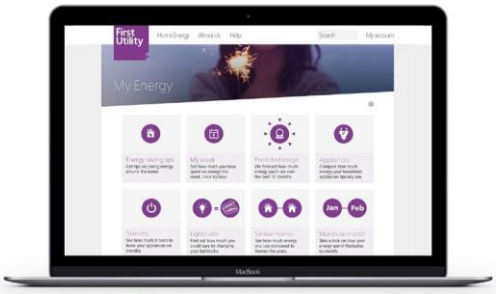
수치로 보기: 성과 확인

고객 서비스 소프트웨어는 단순히 지원 팀 내에서 만이 아니라 조직 전체에서 업무를 수월하게 처리하기 위해 존재합니다. 이와 같은 파급 효과가 더 커질 수 있지만 일단 고객 지원 소프트웨어는 최대한 빨리 가치를 제공해야 합니다. 그러므로 비용 절감 및 지원 효율성 측면에서 투자 수익률을 제공하는 솔루션을 선택하는 것이 중요합니다.

고객에게 Zendesk의 ROI는 분명합니다.

수치로 본 ROI
연간 200만 파운드 절감
온보딩 시간 50% 단축

CX 성과
2017년 올해의 고객 서비스상 수상
평균 처리 시간 20초 단축



The Challenge

영국 최대의 에너지 기업인 First Utility는 다양한 유틸리티 서비스를 통해 80만 호가 넘는 가정에 서비스를 제공합니다. 다양한 서비스를 이렇게 많은 고객에게 제공할 때 기본적으로 발생하는 복잡성 이외에 에너지 기업을 운영하는 데 필요한 기술 종류가 복잡성을 더합니다. First Utility는 다양한 유형의 에너지, 청구, 새로운 공급, 이사에 여러 시스템을 사용합니다.

회사의 제품과 사용하는 소프트웨어 시스템의 수가 늘어남에 따라 기존에 사용하던 Salesforce 플랫폼은 다른 시스템과의 통합이 점점 더 어렵게 되었습니다.

고객 서비스 플랫폼 책임자인 Rob Harris는 이렇게 설명했습니다. "점점 더 관리하기 힘든 덩치가 되었어요. 결국 엄청나게 복잡한 인터페이스만 남았고 그 결과 상담원 경험에 부정적인 영향을 미쳤습니다."

지속적인 성장에 직면하여 고객의 요구를 충족하기 위해 노력하는 과정에서 Salesforce 플랫폼은 고객의 필요에 적응하는 데 실패했고 목표 달성을 위한 역량을 제한했습니다. Harris는 "결국에는 옴짝달싹할 수 없는 지경에 이르렀죠. 시간이 흐를수록 비용만 증가하는 매우 복잡한 시스템을 불편하게 사용하고 있었어요."라고 말합니다.

Making the switch

대신 Harris는 기존에 사용하던 다른 시스템과 원활하게 통합할 수 있고 이전 시스템에서는 볼 수 없었던 사용의 편의성을 제공하는 제품을 찾았습니다. Zendesk로 전환하면서 빠르게 그 차이점을 파악할 수 있었습니다.

"Salesforce 플랫폼 관리보다 Zendesk 솔루션 관리가 훨씬 간단합니다. 인터페이스를 정리할 수 있었고, 잘 사용하지 않는 많은 부분을 과감하게 없애 버렸기 때문이죠."라고 Harris는 말합니다.

이와 같은 단순성은 측정 가능한 효율성의 성과로 이어졌습니다. 제품에 대한 상담원 교육 시간이 훨씬 빨라졌기 때문에 온보딩 시간이 50% 줄었고 평균 처리 시간은 20% 줄었습니다.

"올해 이전을 통해 연간 약 200만 파운드를 절감했으며, 고객 지원 시 상담원이 사용하는 여러 시스템을 대체하기 위한 추가 Zendesk 앱을 개발하여 내년에는 더 큰 성장을 기대하고 있습니다."

Rob Harris
Head of Customer Service Platforms

수치로 본 ROI

제품 구현 시간: 2개월

요구사항 중 90%가 "바로" 충족됨

직원 만족도 20점 상승

해지율 3% 미만

CX 성과

98% CSAT

포털 채택 비율 305% 증가

The Challenge

Mediaocean은 2012년에 처음으로 Zendesk를 선택했습니다. Zendesk Support로 확정하기 전에는 깔끔한 인터페이스와 효율성 개선 약속 때문에 10가지 옵션을 고려했습니다.

고객 서비스 담당 선임 부사장인 Stephanie Dorman은 이렇게 말합니다. "Zendesk와 다른 옵션을 비교했을 때 ROI가 매우 뛰어나다는 것을 파악했습니다. 비용 분석을 통해 Zendesk 사용 시 얼마나 비용을 절감하고 생산성을 높일 수 있는지 보여주었습니다."

의사 결정 과정에서 Mediaocean이 계산한 수치는 맞아 떨어졌고 Mediaocean은 Zendesk를 선택한 것에 매우 만족했습니다. Dorman 부사장은 "내부 사용자와 고객 둘 다 Zendesk에 만족했습니다."라고 말합니다.

회사가 매각되어 새로운 소유주가 다른 고객 서비스 제품으로 전환을 요구하기 전까지는 아무런 문제가 없었습니다.
새로운 제품과 관련된 문제는 구현 초창기부터 나타나기 시작했습니다. Dorman 부사장은 "너무 복잡했고 믿기 힘들 정도로 비쌌어요. 매번 예기치 않은 또 다른 맞춤화 또는 비용 문제가 생겼죠."라고 말합니다.

상담원의 생산성과 고객 경험 둘 다 크게 타격을 입었습니다. 매일 마감되는 평균 티켓 수가 줄었으며 웹 포털 사용률은 75% 줄었습니다.

Making the switch (back)

새로운 벤더와 관련된 문제가 쌓여 가자 Dorman 부사장은 전환 결과에 대한 데이터를 수집했습니다. 효율성 저하 이외에 Dorman 부사장과 팀에서 조사한 바에 따르면 Zendesk를 사용했을 때 기본적으로 필요한 것의 90%가 제공되었으며, 억지로 사용했던 제품과 관련해 발생했던 값비싼 맞춤화는 필요 없었습니다.

하지만 이전으로 다시 전환하기란 쉬운 일이 아니었습니다. Dorman 부사장은 "우리는 바꾸는 데 엄청난 예산을 쏟아 부었습니다."라고 설명했습니다. 계약이 끝나기도 전에 이전으로 돌아간다는 것은 수천 달러는 허비하는 일입니다. "하지만 현재 프로세스를 끌고 가면 갈수록 이전으로 돌아가야 한다는 사실이 명확해졌습니다."라고 Dorman 부사장은 말합니다.

Zendesk로 다시 돌아가기로 결정한 것은 정말 잘 한 일이었습니다. 직원 만족도는 40점 높아졌고 고객이 다시 포털로 돌아와 포털 사용률이 305% 증가했습니다.
아울러 교육 시간은 단축되었습니다. 회사 전반에 걸쳐 효율성이 개선되었고, 비용은 절감되었으며, 고객 만족도가 높아졌습니다.

"다른 어떤 옵션보다 Zendesk 사용 시 ROI가 높았습니다. 비용 분석을 수행하여 Zendesk 사용 시 얼마나 비용을 절감하고 생산성을 높일 수 있을지 보여주었습니다."

Stephanie Dorman
Senior Vice President of Client Services

맺음말

새로운 고객 서비스 솔루션 도입은 특히 많은 이해관계자와 프로세스가 얽혀 있는 기업의 경우 두려운 일입니다. 하지만 직관적이고, 사용하기 쉬우며, 필요에 맞고, ROI를 개선할 수 있는 기능을 갖춘 제품을 선택한다면 이러한 전환은 중단을 최소화하면서 성과를 낼 것입니다.

Zendesk는 수익을 뒷받침하면서 고객 서비스 목표를 충족하는 데 필요한 단순성, 유연성과 다양한 기능을 함께 제공합니다. 전환에 대해 자세히 알아보려면 Zendesk로 문의해 주세요.

zendesk