



세계적인  
수준의 고객  
서비스 솔루션  
실행을 위한  
4가지 전략

오늘날 경쟁적 우위를 얻기 위한 혁신 기술의 자본화는 비즈니스의 필수 요소가 된 것 같습니다. 특히 고객과 접촉하는 기술에 대해서는 더욱 그렇습니다. 모든 조직은 고객을 만족시키기 위한 세계적인 수준의 고객 서비스 솔루션이 필요하며, 가능하다면 구체적인 비즈니스 요건에 맞는 솔루션이 있어야 합니다.

귀사의 단기 목표에 고객에게 제공하는 경험의 향상이 포함되어 있다면 저희가 도와드릴 수 있습니다. [Forrester](#)에 따르면, 비즈니스의 72%는 고객 경험 개선을 최우선순위로 두고 있습니다. 즉, 뛰어난 고객 서비스 제공을 위해 노력하고 있는 회사는 여러분의 회사뿐만이 아니며 경쟁사들도 고객 경험을 향상할 더욱 창의적인 방법을 찾고 있다는 의미입니다. 새로운 고객 지원 소프트웨어를 적용하는 것만으로는 충분하지 않습니다. 신기술에 대한 투자를 통해 오래 지속되는 수익을 얻기 위해서는 투자 전에 종합적인 전략이 필요하며 지속적인 최적화를 위한 상세 로드맵으로 성공을 유지할 수 있어야 합니다.

오늘날의 소프트웨어 솔루션은 고객에게 언제 어디서나 정보에 접속할 수 있는 편의를 제공할 뿐만 아니라, 새로운 기술을 사용하는 상담원에게 막대한 영향력을 제공하기도 합니다. 직무 수행을 위한 직원 역량 강화는 모든 새로운 기술에 대한 동기를 부여해야 합니다. 여러분의 회사는 이 목표에 대한 지속적인 집중과 고객 서비스 상담원의 역량을 강화하는 혁신 기술 제품에 대한 투자로 앞서갈 수 있습니다. 따라서 무언가를 시작하기 전에 신중히 계획하는 것은 매우 중요합니다.

이 가이드는 빠지기 쉬운 함정을 피해갈 수 있는 업계 성공 사례를 공유하고 성공적인 고객 서비스 솔루션 실행을 위한 4가지 필수 단계를 안내합니다. "성공"은 어떻게 정의할 수 있을까요? 간단합니다. 최선을 다해 업무를 수행하려는 의욕이 있고 역량이 강화되어 만족을 느끼는 상담원은 고객을 만족시킵니다. 이탈률 감소, 충성도 향상, 수익 증가 등 어떤 기준을 평가하든지 행복한 고객이야말로 최대의 비즈니스 수익을 제공하기 때문입니다.

# 01

## 플랜 세우기

새로운 고객 지원 기술을 적용할 준비가 되었을 때 필요한 첫 번째 단계는 신중하고 전략적인 계획을 세우는 것입니다. 종합적인 플랜 구상이란 목표, 과정, 커뮤니케이션, 일정에 대해 다양한 질문을 묻고 답하는 것을 의미합니다.

### 먼저 고유의 비즈니스 목표를 세우세요.

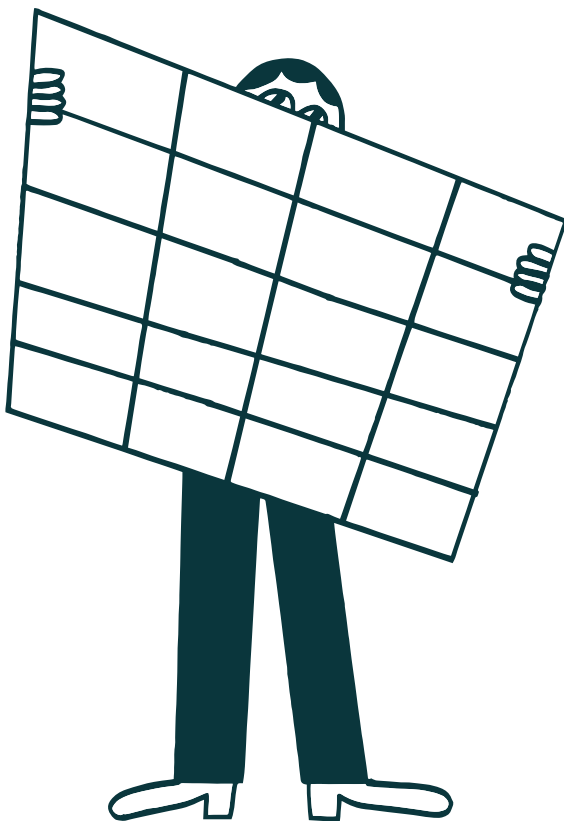
해결하려는 문제가 무엇인가? 고객에게 어떤 경험을 제공하고자 하는가?와 같은 질문으로 시작하세요. 어떤 기업은 "탄성"을 자아내기를 원하는 반면 어떤 기업은 "수월한" 경험을 제공하기를 합니다. 어쩌면 빠르고 멋지며 만족스러운 것이 전부라고 생각할지도 모릅니다. 추구 대상이 무엇이든, 고객 지원팀에게는 그 목표에 적합한 도구가 필요합니다.

### 다음으로 비즈니스에 중요한 의미가 있는 메트릭을 정의하세요.

지금 어떤 방식으로 메트릭을 추적하고 계신가요? 새로운 도구는 추적 방식을 얼마나 간편하게 만들어주나요? 그리고 결정적으로, 캡처하려는 데이터 수용을 위해 어떻게 인프라를 구축하시나요?

새로운 기술에 투자하여 이를 적용하는 데에는 이해관계자들의 승인과 조직적 동의를 요하는 전사적인 노력이 필요합니다. 너무 많은 조직들이 마케팅, 영업, 서비스를 비롯하여 조직 전반의 변화를 주도하는 데 중요한 역할을 담당하는 핵심 이해관계자들의 참여와 영향력을 고려하지 않고 있습니다. 이와 같은 실수를 피하세요. 고객 지원팀 외에도 회사 전체의 참여를 이끌어 모든 직원 간 새로운 솔루션에 대해 기대하고 예상하는 바가 동일하도록 해 주세요 이러한 변화의 영향을 받는 모든 팀이 새로운 계획과 뜻을 같이해야 합니다. 또한 모든 직원이 도구에 대해, 그리고 자신이 제공하는 가치에 대해 완전히 이해해야 합니다. 주요 이해관계자에게 새로운 기술 교육을 제공할 구체적인 플랜을 세우고 전달하세요.

시작 후 실행하려는 고객 서비스에 대한 커뮤니케이션 플랜을 구체화하는 것은 이해관계자를 조기에 개입시키는 것만큼 중요합니다. 새로운 도구를 사용해 수집하고자 하는 구체적인 고객 정보는 무엇이며 데이터를 캡처하는 팀을 어떻게 준비시키시겠습니까? 팀은 캡처한 데이터를 어떻게 공유해야 회사 전체에 이익이 될 수 있을까요? 최신 고객 서비스 도구를 활용함으로써 팀은 고객의 관심사부터 제품의 성능까지, 비즈니스에 관한 중요한 정보를 조망하는 독보적인 자리에 서게 됩니다. 이 역할을 확실히 파악하도록 하세요.



## 고려해야 할 다른 사항:

제품은 지원 전략에 어떠한 영향을 주나요? 제품이 헬프 셸프 센터 구축으로 질문의 상당 부분을 해결하여 상담원과의 직접 대화가 필요 없을 만큼 간단한가요? 아니면 제품이 기술적이거나 복잡하여 고객이 문제 해결을 위해 자주 상담을 해야 하나요? 스태프를 알맞게 충원하세요. 스태프의 필요를 예측하는 것과 더불어, 고객이 브랜드와 교류하고자 하는 방식을 리더가 이해하도록 지원하여 가장 관련성이 높은 채널을 통해 제공하도록 하는 것이 중요합니다.

## 마지막으로 현실적인 실행 일정을 세우세요.

“현실적”인 일정을 위한 조건은 주요 단계, 특히 시작 날짜가 공휴일, 분주한 분기 말 혹은 이해관계자의 휴가와 겹치지 않는지 확인하는 것입니다. 추진력과 가시성을 높일 수 있도록, 공식 일정이 회사의 회의나 행사에 적합한지 확인하세요.



### 전문가 도움말:

“고객 서비스 책임자가 존재하는 첫 번째 이유는 고객을 신속하게 지원하기 위해서입니다. 기술, 일정 및 태도에 대한 여러분의 자세는 조직의 사명과 브랜드에 부합해야 합니다. 팀은 통찰력을 제공하는 중심지로서 독립된 존재가 아닌 다른 비즈니스 부서의 파트너가 되어야 합니다. 새로운 도구를 계획할 때 이러한 마음가짐을 가지면 시작하는 순간부터 가치를 더할 수 있습니다.”

### 전략에서 적용까지

[Airbnb](#)가 비즈니스와 함께 성장하는 견고한 고객 지원팀을 구축한 방법을 알아보세요.

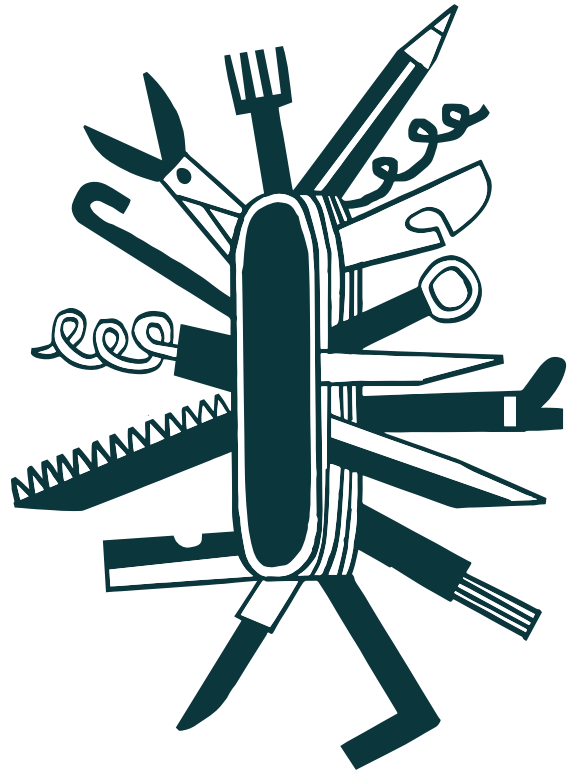


**Kathy Dalpes**  
Zendesk 글로벌 고객  
지원 담당 부사장

# 02

## 업무를 위한 최선의 도구 선택하기

플랜을 세운 후에는 이 플랜을 목표 달성에 맞게 설계된 솔루션으로 전환해야 합니다.



먼저 여러분의 회사에 적합한 특징과 기능이 무엇인지 평가합니다. 오늘날의 소프트웨어는 특정 요구가 명확하게 파악되는 한 그러한 요구를 충족하도록 훌륭하게 맞춤 설정할 수 있습니다. 현명한 회사는 상담원이 최대한 효율적으로 일할 수 있도록 워크플로를 설정하고 협업 도구를 배포하는 등 자체 브랜드와 고객의 기대치에 따라 도구를 맞춤 설정합니다.

계획을 세울 때는 효율을 높이고 조직에서 원활하게 데이터를 전송할 수 있도록 다른 애플리케이션과의 통합을 고려하세요. 솔루션을 다양한 다른 주요 시스템과 통합하여 상담원에게 최상의 고객 경험을 제공하기 위해 필요한 전후 상황을 제공할 수 있습니다. 그러한 시스템에는 고객의 관심사가 무엇이고 여러분의 회사와 상호작용하는 방식에 대한 통찰력을 위해 모든 고객 정보와 마케팅 자동화 도구를 수용하는 고객 관계 관리(CRM) 시스템이 포함됩니다. 전환율 증가를 위해 고객 서비스 소프트웨어를 활용하고자 하는 소매 기업이라면 [Shopify](#)와 같은 전자상거래 솔루션과 통합하여 구매 의향이 있고 안내가 다소 필요한 고객에게 지원을 제공할 수 있을 것입니다.

도구가 기존의 인프라와 유연하게 통합될 수 있도록 IT 및 운영팀을 비롯하여 적절한 이해관계자와 협력하는 것이 중요합니다. 개방형 애플리케이션 프로그래밍 인터페이스(API) 및 타사 혹은 자체 도구와의 통합 가능성과 같은 고려 사항은 의사 결정을 통해 판단되어야 합니다. 또한 여러분의 회사 내 데이터 분석 내용과의 동기화가 필요할 수도 있습니다. 최고의 고객 경험 제공은 최고의 데이터에 기반합니다. 데이터는 고객이 귀사의 웹사이트, 제품 또는 지원 채널을 어떤 방식으로 사용하는지 판단할 수 있는 수단을 제공합니다. 특정 솔루션의 배포는 해당 솔루션이 제공할 수 있는 데이터, 그리고 여러분의 팀과 회사 전체가 얼마나 효율적으로 그 솔루션을 활용할 수 있는지를 주된 기준으로 판단해야 합니다.

무엇보다도 기술 옵션을 고려할 때 전략적으로 생각하여 성장과 함께 이루어질 변화와 니즈를 염두에 두어야 합니다. 귀사의 특정 비즈니스 요구에 적합하도록 솔루션을 맞춤 설정할 방법을 찾고 다양한 규모로 적용할 수 있는 구조를 구축하세요.

전문가 도움말:

“기업이 기존 채널에 발생하는 새로운 고객 서비스 도구의 비의도적인 결과를 처음부터 고려하는 것은 매우 중요합니다. 무언가를 새로 도입할 때는 이로 인한 파급 효과를 생각해야 하며 기존 채널, 팀 그리고 고객에게 미치는 영향을 관리할 수 있도록 조치를 취해야 합니다.”



**Brent Ludwig**  
Zendesk 전문 서비스  
담당 선임 이사

### 전략에서 적용까지

[Ingersoll Rand](#)가 어떻게 Zendesk와 타사 시스템을 통합하여 워크플로를 간소화하고 상담원이 더 많은 고객의 배경을 이해하도록 할 수 있었는지 알아보세요.



# 03

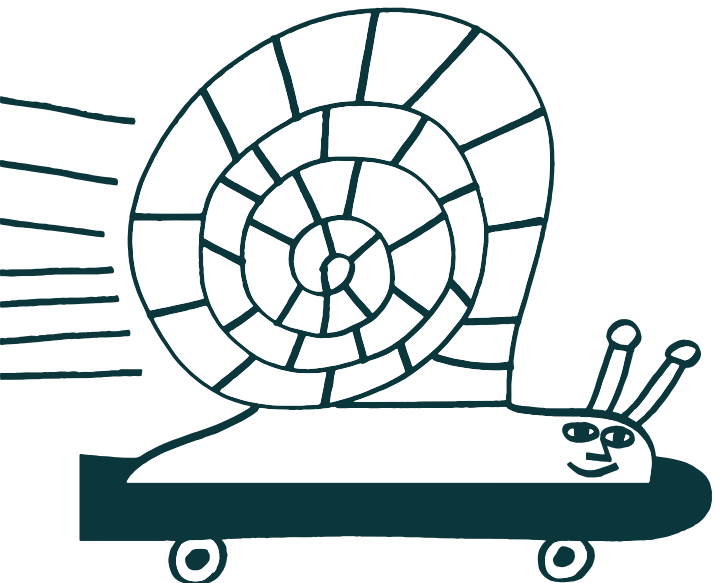
## 성공적인 시작 준비하기

적용하려는 기술 솔루션을  
파악했다면 고객 지원 팀에  
미칠 영향에 대한 명확한  
그림을 그릴 필요가 있습니다.

새로운 도구는 기존 조직 체계에 대한 점검을 필요로 하거나 적어도 약간의 변화를 요구할 수 있습니다.

먼저 리소스를 충당할 방법을 평가하세요. 상담원이 여러 채널을 담당할 수 있나요? 아니면 전문적으로 구분되어야 하나요? 운영 체계 설정 방식을 살펴보고 계층적 지원 모델을 고려하세요. 계층을 구분하면 상담원에게 고객을 상대하는 역할을 유지하면서 승진할 수 있는 유연성과 기회를 제공할 수 있습니다. 이를 통해 상담원의 만족도와 유지율을 향상하고 향후 다양한 고객 문제를 해결하는 옵션을 마련할 수 있습니다. 계층적 구조는 상담원의 티켓 프로세스를 간소화하여 신속하게 해결할 수 있는 문제로 상담원을 연결하고 과도한 업무를 받지 않도록 합니다.

새로운 솔루션을 단계적 접근 방식으로 진행할지, 혹은 한 번에 적용할지 결정하여 상담원이나 고객이 부담을 느끼지 않도록 조치를 취해야 합니다. B2B 업무의 경우 파트너, 소매업체 및 벤더에 접근하는 명확한 커뮤니케이션 플랜을 마련하여 모두가 다가올 변화에 대비하도록 하세요. 요점: 여러분은 새로운 솔루션의 성공과 비즈니스에 관심이 있고 투자를 한 모든 사람과 지속적인 커뮤니케이션을 유지해야 합니다.



전문가 도움말:

**“전체적으로 구현하기 전에 소수의 파트너와 프로그램을 시험해 보세요. 가장 쉬운 파트너나 유통업체만 선정하지 말고 쉬운 대상과 까다로운 대상을 선정하여 전체적으로 시행하기 전에 프로세스를 실제로 테스트해 보세요. 문제와 위험 요소를 완전히 이해하고 해결 방법을 알아볼 수 있습니다.”**



**Peter Neels**  
Zendesk 고객  
경험 전략가

새로운 도구를 시행할 때마다 적용 방식을 고려해야 합니다. 지원 상담원이 새로운 도구를 수용해야 하지만, 상담원에게 소개하는 방식에 따라 그 결과가 전혀 달라질 수 있습니다. 이것이 새로운 기술을 시행하기 전에 상담원의 전적인 참여를 유도하고 교육을 제공하는 것이 중요한 이유입니다. 새 도구에 대한 교육과 선공개를 통해 상담원은 개선된 상담 경험으로 나아가고 있음을 이해하게 됩니다. 상담원이 새로운 기능에 만족하도록 하여 변화의 가치를 알아보고, 회사의 다른 직원들에게 좋은 영향을 줄 수 있도록 해야 할 것입니다. 맨 처음부터 교육하지 않으면 가장 중요한 채택자의 승인을 받을 수 있는 중요한 시기를 놓치게 됩니다.

교육 콘텐츠의 구상과 개발에 충분한 시간을 쏟으세요. 종합적인 교육에는 새로운 도구에 대한 소개가 포함되어 상담원이 최종 사용자로서 도구를 경험하도록 하고, 상담원으로서 도구를 탐색하는 방법을 알려주며, 생성 및 문제 해결을 포함한 티켓 주기에 대한 완전한 교육을 제공하고, 티켓 작성 워크플로를 병합 및 완료할 수 있도록 가르쳐 줄 수 있습니다. 가능하다면 비즈니스 고유의 사용 사례와 워크플로에 맞춘 상담원 교육을 실시하여 상담원이 처음부터 새 도구가 업무 수행 능력을 어떻게 개선하게 해 주는지 깨닫도록 하세요.

기술 파트너의 도움을 받아 니즈 분석을 시행하여 교육 대상, 이들의 업무 배경, 비즈니스 니즈 및 작업 범위와 매개변수를 확인하도록 합니다. 여기에는 형식, 교육 시간, 가격, 제공 날짜 등이 포함됩니다. 교육을 시행하기 전에 필요 사항을 분석할 때 다음 질문에 답변하는 것이 도움이 될 수 있습니다.

- 상담원/교육 대상의 역할은 무엇입니까?
- 이들은 기술에 대해 어느 정도 익숙합니까?
- 교육 대상이 새로운 도구를 통해 해결하고자 하는 비즈니스 또는 워크플로 문제는 무엇입니까?

많은 기업은 조직의 관련 팀을 교육할 기업 내 주제 전문가(SME)를 지정하고 있습니다. SME와 교육자가 내용을 검토하고 연관성, 흐름, 예시 및 제시된 그래픽에 대한 피드백을 제공하도록 하는 것이 중요합니다.

고객 지원 상담원은 종종 조직에서 인정받지 못하는 영웅이 됩니다. 새 소프트웨어를 배포할 때가 이들의 기여를 인정하고 소프트웨어의 실행이 효과적일 것임을 확인시켜 줄 기회입니다. (때로는 관리자보다 타사에서 이 역할을 담당하는 것이 효율적일 수 있습니다.) 교육을 즐겁게 진행하세요. 팀원들이 좋아할 만한 간식거리를 제공하세요. 자신감을 갖고 재치 있는 말로 설명하세요. 새로운 기술을 준비하고 실행하는 것은 중요한 의미가 있으므로 이 과정을 가치 있게 여기세요. 마지막으로 처음부터 완벽하게 진행하려고 하지 마세요. 새로운 역량과 기술을 습득하는 상담원에게 인내심을 가지고 공감해주세요. 안전하고 접근 가능한 학습 환경을 조성하여 상담원이 자유롭게 질문하고 시행착오를 겪도록 하세요.



전문가 도움말:

“역할에 기반한 교육은 매우 중요하며 성공의 핵심이 될 수 있습니다. 교육의 관련성이 높을수록 학습자의 참여도도 증가하며 교육 경험의 변화 효과도 좋습니다.”



Lisa Rothrauff  
Zendesk 교육 및 교수  
설계 관리자

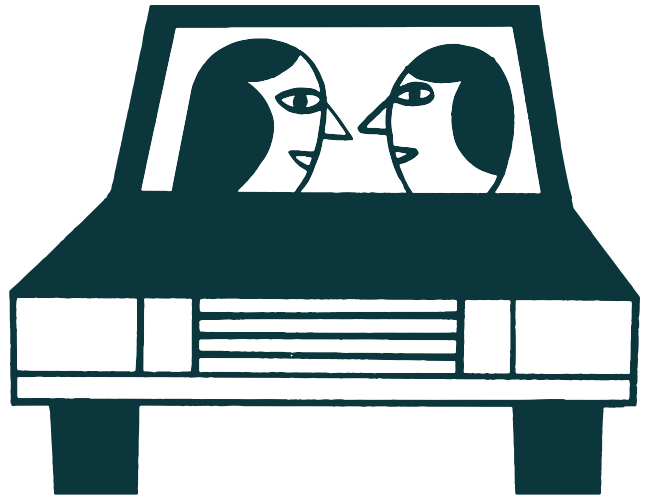
### 전략에서 적용까지

[Weatherford](#)에서 지원 채널과 통합을 한곳에 모아 지속적인 고객 경험을 제공한 방법을 알아보세요.



**Weatherford**<sup>®</sup>

## 04

계속 주인  
의식 갖기

**새로운 고객 서비스 솔루션을 시작하는 데 많은 집중력이 요구되기 때문에 가동(go-live)은 단지 여정의 시작이라는 것을 잊기가 쉽습니다.**

배포만으로 충분하지 않으므로 계속해서 주인 의식을 가지십시오. 여러분의 팀은 오랜 시간에 걸쳐 지속적으로 솔루션을 테스트, 평가 및 최적화하여 비즈니스를 변화시키고 가치를 제공할 수 있도록 해야 합니다. 최대의 효율성을 유지하기 위해서는 성숙과 성장에 대한 분명한 플랜이 필요합니다.

추가 채널을 개발하면 고객 서비스 전략도 함께 발전해야 합니다. 기존 도구와 미래 도구의 가능성을 최대화할 수 있도록 시간과 리소스를 투자하세요. 이 과정 중에 여러분은 매크로 추가, 사용자 지정 애플리케이션 구축, 타사와의 통합 등이 필요하다고 생각할 수 있습니다. 이 모든 단계에는 상세한 로드맵이 필요합니다.

최초 배포 후 일 년 이상 설정을 조정하지 않았다면 도구를 최대한으로 활용하지 않는다는 의미이며, 개선이 필요한 때일 수 있습니다. 지원 도구의 효과를 지속적으로 분석함으로써 새로운 기능을 활용하고 상담원의 생산성을 증가시키며 새로운 지원 채널을 도입할 수 있습니다.

나아가 도구를 최대한 활용할 수 있는 방법을 찾아보세요. 때로는 약간의 변화만으로 배포 시의 구성 설정을 크게 개선하고, 사용자 생산성을 높이며, 전체적인 고객 경험을 강화할 수 있습니다.

팀 확장 시에는 기존의 인력과 팀 문화를 고려하세요. 기존의 고객 서비스 상담원의 역량을 보완할 수 있는 기술과 상품에는 무엇이 있을까요? 무계획적이 아닌 전략적 방식으로 채용하세요. 비즈니스가 성장하고 확장되면 고객과 바로 공감하고 호기심이 많으며 문제 해결 능력을 갖춘 상담원을 고용하세요. 고객에게 한 걸음 더 나아가 지속적인 관계를 유지하는 데 필요한 역량과 열정을 갖춘 후보자를 선정하세요.

전문가 도움말:

“완벽을 이루려고 하지 말고  
반복적으로 목표를 세우세요.  
오늘과 내일 필요한 책임  
사항을 단계적으로 정하고  
향후 6~12개월 이후에  
필요한 책임을 다시 정하세요.  
이를 반복하면서 앞으로  
나아갈 때 가끔씩 지금까지  
성취한 내용을 축하하는  
것을 잊지 마세요.”



Roshni Sondhi,  
Zendesk 고객 성공  
담당 이사

## 전략에서 적용까지

[Dollar Shave Club](#)이 시간을 거쳐 옴니채널  
솔루션을 시행하고 효율성의 최대화와  
지속적인 최적화를 통해 고객 경험을 개선한  
방법을 알아보세요.



# 팀이 성공을 향한 자세를 갖도록 하기

새로운 고객 지원 소프트웨어의 배포 결정은 회사의 여정에 멋진 새로운 장을 여는 것과 같습니다. 고객 서비스 솔루션은 처음부터 장기간의 성공을 염두에 두고 마련되어야 합니다. 회사의 목표와 전략에 초점을 두고 회사 성장에 따른 확대를 위한 구체적인 플랜을 세워 성공의 기회를 최대로 만드세요. 올바른 교육, 주요 이해관계자의 승인과 함께 세계적인 수준의 고객 서비스 솔루션을 배포하는 것은 고객 경험과 비즈니스에 혁신을 가져오는 최상의 기회가 될 것입니다.

물론 혁신적이고 유연한 고객 지원 솔루션은 고객에게 중요한 의미가 있습니다. 오늘날의 고객들은 다양한 통합 채널에서 365일 24시간 이용 가능한 서비스를 기대합니다. 또한, 이러한 서비스의 배후에는 언제 어디서든 공감 능력과 역량을 갖추고 열정적으로 지원하는 상담원을 요구합니다. 이는 여러분이 상담원을 고객에게 하듯 소중하게 대하고 업무를 훌륭하게 수행할 수 있도록 도와 줄 적합한 도구를 제공해야 한다는 것을 의미합니다.

이러한 기대되는 여정을 시작할 때 가장 중요한 것은 올바른 기술 파트너를 선정하는 것입니다. 여러분의 회사가 성장하고 변화할 수 있도록, 문제를 신속하게 해결하기 위해 빠르게 대응하는 능숙한 고객 서비스 팀을 갖춘 파트너가 필요합니다.

벤더를 선정할 때는 단순한 거래 관계가 아닌 진정한 파트너십을 바탕으로 한 관계로 접근하세요. 벤더가 귀사의 성공과 실행을 도울 수 있는 리소스를 갖추고 있는지 알아보고 문의하세요. 무엇보다도 벤더가 변화와 성장을 통해 고객과 협력한 이력이 있는지 확인해야 합니다. 고객 지원 솔루션은 그 어느 때보다도 민첩하고 창의적이며 직관적입니다. 우수한 시작 전략을 실행하고 도구 최적화에 세심한 주의를 기울여 고객 경험의 수준을 한 단계 더 높이세요.

**Zendesk가 이러한 전략을 위해  
귀사와 협력하는 방식을 알아보려면  
[고객 경험 팀에 문의해주세요.](#)**