

실제 고객상담 사례로 알아보는 서비스 개선 시나리오 1



본 과정 개요

질문	내용
1. 어떤 콘텐츠인가요?	실제 고객상담 사례의 문제점을 파악해 보고 효과적인 개선안을 찾아보는 과정입니다.
2. 왜 필요한가요?	고객의 불만이 접수된 후에 서비스를 개선하는 수동적인 고객관리를 넘어서서 고객의 불만요소를 사전예측하고 능동적으로 관리하기 위해 필요한 과정입니다.
3. 누구에게 필요한가요?	서비스 접점에서 고객 소통을 담당하는 실무자와 서비스 개선 아이디어가 필요한 기업의 관리자분들께 추천 드립니다.
4. 어떤 내용인가요?	<ol style="list-style-type: none"> 4.0시대에 필요한 고객 서비스는 무엇인가 <ul style="list-style-type: none"> - 미래 소비자의 4가지 기준 1. 상품 경험 2. 온라인 경험 3. 대기 시간 4. 기대치 충족 실제 사례로 살펴보는 고객 상담의 S&F(success and failure) <ul style="list-style-type: none"> - 11가지 기준으로 분석하는 고객 서비스 실패 구간과 개선 아이디어 찾기 성공적인 고객상담을 만들기 위한 서비스 디자인 <ul style="list-style-type: none"> - 서비스 사용자 경험평가 및 분석/서비스 사용 시나리오 설계
5. 어떤 효과가 있나요?	고객의 입장에서 적극적인 서비스를 제공하여 상품 및 서비스의 가치를 향상할 수 있습니다.

- 서비스 개선 -

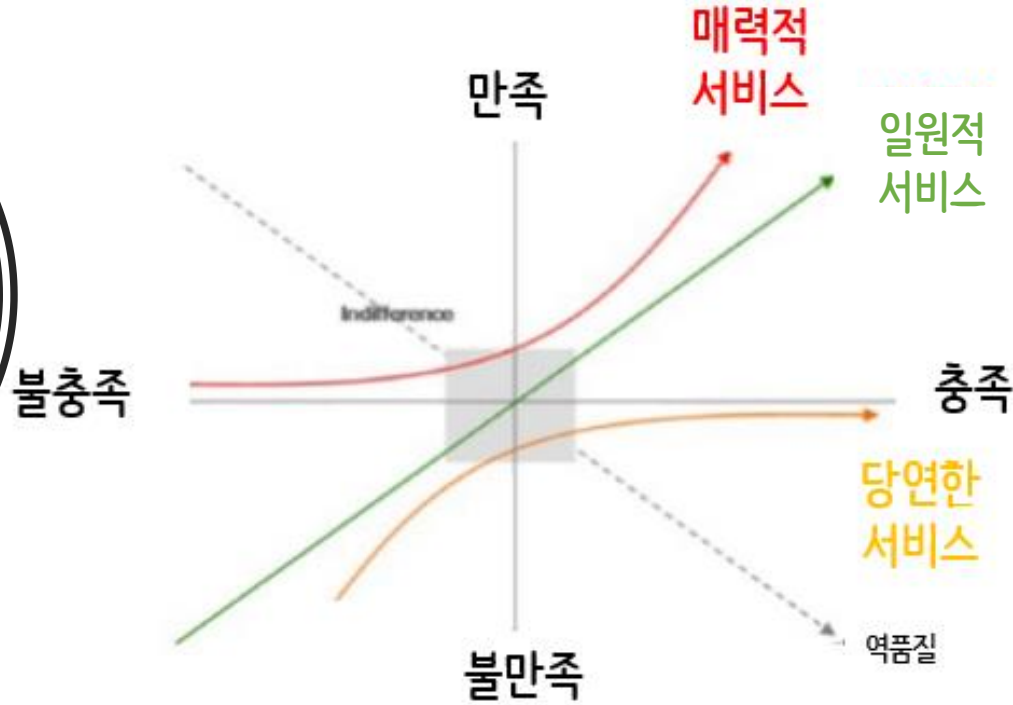
4.0 시대에 필요한
고객 서비스는 무엇인가



- 1.0 시대-증기기관 발명에 따른 기계화 : 제품 중심
- 2.0 시대-전기 에너지 기반한 대량 생산 : 소비자 중심
- 3.0 시대-컴퓨터와 인터넷에 기반한 지식정보 혁명 : 인간 중심
- 4.0 시대-ICT발달에 따른 자동화와 지능화 혁명 : **인간 감성 중심**

서비스 개선이 중요한 이유

Kano, Noriaki et al. 1984.



첫째,
매력적 서비스는 고객이 미처 생각지도 못했던 요소입니다.

고객의 기대치를 초과하여 만족을 주는 품질요소로서 충족이 되면 만족을 주지만, 충족되지 못하더라도 불만족을 발생시키지 않는 요소

둘째,
일원적 서비스는 제공할수록 만족도가 높아지는 요소로서 고객의 요구를 충족시킬수록 만족도도 함께 증가되는 선형적인 특성을 가지고 있습니다.

셋째,
당연한 서비스 기본적으로 제공되어야 할 요소로서 충족이 되더라도 당연한 것이기 때문에
별다른 만족감을 주지 못하지만 충족되지 못하면 불만이 훨씬 커지는 특성을 가지고 있습니다.

1. 고객 만족도 조사-상품 및 서비스에 대하여 고객이 어느 정도 만족했는가에 대한 조사
Customer Satisfaction Index, CSI

4.0 시대 앞으로 중요해지는

소비자의 5가지 기준

2. 고객 순추천 지수-순수 고객 추천지수라고 말하며 충성도가 높은 고객을 얼마나 많이 보유하고 있는지 조사
추천고객의 비율에서 비추천 고객의 비율을 뺀 것

Net Promoter Score, NPS

3. 고객 노력 지수

Customer Effort Score, CES



1. 고객유지	앞으로도 우리 기업의 상품(또는 서비스)를 이용할 의사가 있습니까?
2. 상품경험	우리 기업의 상품(또는 서비스)가 사용하기 쉬운가요? 어려운가요?
3. 온라인 경험	우리 기업의 사이트(또는 앱 서비스)에서 원하는 것을 찾는 것이 쉬운가요? 어려운가요?
4. 대기시간	고객 문의를 하는 동안 오래 기다리셨습니까? 또는 바로 연결되었나요?
5. 기대치 충족	우리 기업에 대한 기대치를 상품(또는 서비스)가 충족했나요? 충족하지 못했나요?

실제 사례

00제품 계약기간이 얼마나 남았나요?

안녕하세요?
모바일 고객센터입니다.

상담품질 관리를 위해 채팅 내용은
본사에 저장됩니다.
제품 반환에 관한 상담은 전화를 통해서만 가능한점
양해 바랍니다.
*0000-0000

원하시는 서비스를 선택해 주세요.

1. 일반상담
2. 결제상담
3. 반환상담
4. 상담원 연결

3. 반환 상담

00렌탈제품의 반환이나 멤버십 탈퇴는
고객센터를 통해서 접수가 가능합니다.
*0000-0000

챗봇 종료

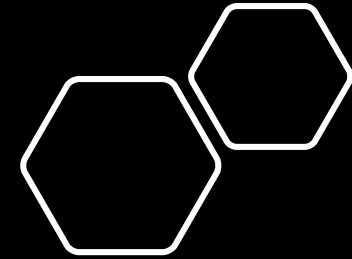
4. 상담원 연결

입력 메시지가 부정확하여
다음 대화를 할 수 없습니다.

다시 정확히 입력해 주시거나
명령어를 채팅창에 다시 입력해 주세요

.....

고객님께서 답변이 없으실 경우
대화창은 자동 종료됩니다.
추가문의 또는 상담을 원하실 경우,
다시 신청 부탁드립니다.



CES 고객 노력 지수 평가해 봅시다

00제품 계약기간이 얼마나 남았나요?

안녕하세요?
모바일 고객센터 입니다.

상담품질 관리를 위해 채팅 내용은
본사에 저장됩니다.
제품 반환에 관한 상담은 전화를 통해서만 가능한점
양해 바랍니다.
*0000-0000

원하시는 서비스를 선택해 주세요.

1. 일반상담
2. 결제상담
3. 반환상담
4. 상담원 연결

3. 반환 상담

00렌탈제품의 반환이나 멤버십 탈퇴는
고객센터를 통해서 접수가 가능합니다.
*0000-0000

챗봇 종료

4. 상담원 연결

입력 메시지가 부정확하여
다음 대화를 할 수 없습니다.

다시 정확히 입력해 주시거나
명령어를 채팅창에 다시 입력해 주세요

.....

고객님께서 답변이 없으실 경우
대화창은 자동 종료됩니다.
추가문의 또는 상담을 원하실 경우,
다시 신청 부탁드립니다.

1. 고객유지	앞으로도 우리 기업의 상품(또는 서비스)를 이용할 의사가 있습니까?
2. 상품경험	우리 기업의 상품(또는 서비스)가 사용하기 쉬운가요? 어려운가요?
3. 온라인 경험	우리 기업의 사이트(또는 앱 서비스)에서 원하는 것을 찾는 것이 쉬운가요? 어려운가요?
4. 대기시간	고객 문의를 하는 동안 오래 기다렸는지 또는 바로 연결되었나요?
5. 기대치 충족	우리 기업에 대한 기대치를 상품(또는 서비스)가 충족했나요? 충족하지 못했나요?

CES 고객 노력 지수 평가해 봅시다

00제품 계약기간이 얼마나 남았나요?

안녕하세요?
모바일 고객센터 입니다.

상담품질 관리를 위해 채팅 내용은
본사에 저장됩니다.
제품 반환에 관한 상담은 전화를 통해서만 가능한점
양해 바랍니다.
*0000-0000

원하시는 서비스를 선택해 주세요.

1. 일반상담
2. 결제상담
3. 반환상담
4. 상담원 연결

3. 반환 상담

00렌탈제품의 반환이나 멤버십 탈퇴는
고객센터를 통해서 접수가 가능합니다.
*0000-0000

챗봇 종료

4. 상담원 연결

입력 메시지가 부정확하여
다음 대화를 할 수 없습니다.

다시 정확히 입력해 주시거나
명령어를 채팅창에 다시 입력해 주세요

.....

고객님께서 답변이 없으실 경우
대화창은 자동 종료됩니다.
추가문의 또는 상담을 원하실 경우,
다시 신청 부탁드립니다.

1. 고객유지	앞으로도 우리 기업의 상품(또는 서비스)를 이용할 의사가 있습니까?
2. 상품경험	우리 기업의 상품(또는 서비스)가 사용하기 쉬운가요? 어려운가요?
3. 온라인 경험	우리 기업의 사이트(또는 앱 서비스)에서 원하는 것을 찾는 것이 쉬운가요? 어려운가요?
4. 대기시간	고객 문의를 하는 동안 오래 기다렸는지 또는 바로 연결되었나요?
5. 기대치 충족	우리 기업에 대한 기대치를 상품(또는 서비스)가 충족했나요? 충족하지 못했나요?

1

00제품 계약기간이 얼마나 남았나요?

안녕하세요?
모바일 고객센터입니다.

상담품질 관리를 위해 채팅 내용은
보수에 저장됩니다.

제품 반환에 관한 상담은 전화로 통해서만 가능한점
양해 바랍니다.
*0000-0000

원하시는 서비스를 선택해 주세요.

- 1. 일반상담
- 2. 결제상담
- 3. 반환상담
- 4. 상담원 연결

3. 반환 상담

00렌탈제품의 반환이나 멤버십 탈퇴는
고객센터를 통해서 접수가 가능합니다.
*0000-0000

챗봇 종료

4. 상담원 연결

입력 메시지가 부정확하여
다음 대화를 할 수 없습니다.

다시 정확히 입력해 주시거나
명령어를 채팅창에 다시 입력해 주세요

고객님께서 답변이 없으실 경우
대화창은 자동 종료됩니다.
추가문의 또는 상담을 원하실 경우,
다시 신청 부탁드립니다.

1

[00제품 계약기간 문의]가

3. 반환상담 이 맞다면,

- 1. 일반상담
- 2. 결제상담
- 3. 상담원 연결
- 4. 반환상담(고객센터 000-0000문의)
로 안내되었다면 3,4,5의 점수가 향상할 수 있음.

1. 고객유지	앞으로도 우리 기업의 상품(또는 서비스)를 이용할 의사가 있습니까?
2. 상품경험	우리 기업의 상품(또는 서비스)가 사용하기 쉬운가요? 어려운가요?
3. 온라인 경험	우리 기업의 사이트(또는 앱 서비스)에서 원하는 것을 찾는 것이 쉬운가요? 어려운가요?
4. 대기시간	고객 문의를 하는 동안 오래 기다렸는지 또는 바로 연결되었나요?
5. 기대치 충족	우리 기업에 대한 기대치를 상품(또는 서비스)가 충족했나요? 충족하지 못했나요?

1

00제품 계약기간이 얼마나 남았나요?

안녕하세요?
모바일 고객센터입니다.

상담품질 관리를 위해 채팅 내용은
본사에 저장됩니다.
제품 반환에 관한 상담은 전화를 통해서만 가능한점
양해 바랍니다.
*0000-0000

원하시는 서비스를 선택해 주세요.

- 1. 일반상담
- 2. 결제상담
- 3. 반환상담
- 4. 상담원 연결

2

3. 반환 상담

00렌탈제품의 반환이나 멤버십 탈퇴는
고객센터를 통해서 접수가 가능합니다.
*0000-0000

챗봇 종료

입력 메시지가 부정확하여
다음 대화를 할 수 없습니다.

다시 정확히 입력해 주시거나
명령어를 채팅창에 다시 입력해 주세요

고객님께서 답변이 없으실 경우
대화창은 자동 종료됩니다.
추가문의 또는 상담을 원하실 경우,
다시 신청 부탁드립니다.

4. 상담원 연결

[00제품 계약기간 문의]가
기존 서비스 항목에 넣기 어려운 내용이라면
새롭게 5번 서비스 항목을 만드는 것이 필요함.

반환상담 문의건수가 적다면-5. 기타
문의건수가 많다면-5. 계약 상담

1. 고객유지	앞으로도 우리 기업의 상품(또는 서비스)를 이용할 의사가 있습니까?
2. 상품경험	우리 기업의 상품(또는 서비스)가 사용하기 쉬운가요? 어려운가요?
3. 온라인 경험	우리 기업의 사이트(또는 앱 서비스)에서 원하는 것을 찾는 것이 쉬운가요? 어려운가요?
4. 대기시간	고객 문의를 하는 동안 오래 기다렸는지 또는 바로 연결되었나요?
5. 기대치 충족	우리 기업에 대한 기대치를 상품(또는 서비스)가 충족했나요? 충족하지 못했나요?

00제품 계약기간이 얼마나 남았나요?

안녕하세요?
모바일 고객센터입니다.

상담품질 관리를 위해 채팅 내용은
본사에 저장됩니다.
제품 반환에 관한 상담은 전화를 통해서만 가능한점
양해 바랍니다.
*0000-0000

원하시는 서비스를 선택해 주세요.

- 1. 일반상담
- 2. 결제상담
- 3. 반환상담
- 4. 상담원 연결

3. 반환 상담

00렌탈제품의 반환이나 멤버십 탈퇴는
고객센터를 통해서 접수가 가능합니다.
*0000-0000

챗봇 종료

3

4. 상담원 연결

입력 메시지가 부정확하여
다음 대화를 할 수 없습니다.

다시 정확히 입력해 주시거나
명령어를 채팅창에 다시 입력해 주세요

고객님께서 답변이 없으실 경우
대화창은 자동 종료됩니다.
추가문의 또는 상담을 원하실 경우,
다시 신청 부탁드립니다.

원활하게 연결이 되지 않을 경우를 대비해
[4. 상담원 연결]을 프로세스 순서도에 상관
없이 수시로 선택할 수 있어야 함.

1. 고객유지	앞으로도 우리 기업의 상품(또는 서비스)를 이용할 의사가 있습니까?
2. 상품경험	우리 기업의 상품(또는 서비스)가 사용하기 쉬운가요? 어려운가요?
3. 온라인 경험	우리 기업의 사이트(또는 앱 서비스)에서 원하는 것을 찾는 것이 쉬운가요? 어려운가요?
4. 대기시간	고객 문의를 하는 동안 오래 기다렸는지 또는 바로 연결되었나요?
5. 기대치 충족	우리 기업에 대한 기대치를 상품(또는 서비스)가 충족했나요? 충족하지 못했나요?

1

00제품 계약기간이 얼마나 남았나요?

안녕하세요?
모바일 고객센터입니다.

상담품질 관리를 위해 채팅 내용은
본사에 저장됩니다.
제품 반환에 관한 상담은 전화를 통해서만 가능한점
양해 바랍니다.
*0000-0000

원하시는 서비스를 선택해 주세요.

- 1. 일반상담
- 2. 결제상담
- 3. 반환상담
- 4. 상담원 연결

2

3. 반환 상담

00렌탈제품의 반환이나 멤버십 탈퇴는
고객센터를 통해서 접수가 가능합니다.
*0000-0000

챗봇 종료

입력 메시지가 부정확하여
다음 대화를 할 수 없습니다.

다시 정확히 입력해 주시거나
명령어를 채팅창에 다시 입력해 주세요

3

고객님께서 답변이 없으실 경우
대화창은 자동 종료됩니다.
추가문의 또는 상담을 원하실 경우,
다시 신청 부탁드립니다.

4. 상담원 연결

고객이 [불편감을 나타내는 표현]을 사용할 때,
(예: 이모티콘, 단어 등)

양해 메시지가 안내 될 수 있어야 합니다.

예: 원활한 상담이 진행되지 못하여 죄송합니다.

상담원 직접 연결은 0 번

1. 고객유지

앞으로도 우리 기업의 상품(또는 서비스)를 이용할 의사가 있습니까?

2. 상품경험

우리 기업의 상품(또는 서비스)가 사용하기 쉬운가요? 어려운가요?

3. 온라인 경험

우리 기업의 사이트(또는 앱 서비스)에서 원하는 것을 찾는 것이 쉬운가요? 어려운가요?

4. 대기시간

고객 문의를 하는 동안 오래 기다렸는지 또는 바로 연결되었나요?

5. 기대치 충족

우리 기업에 대한 기대치를 상품(또는 서비스)가 충족했나요? 충족하지 못했나요?

양해 메시지

현재 고객님께서 문의하신 내용 급증으로 인해 실시간 답변이 진행되지 못한 점 사과 말씀드립니다.
바쁘신 와중에 남겨 주신 소중한 문의에 대해 답변이 빠르게 진행될 수 있도록 최선을 다해 노력하도록 하겠습니다.

장시간 응답이 없어 부득이 상담이 종료되는 점 양해 부탁드립니다.
상담하시기 편하신 시간대에 다시 문의 부탁드립니다 >고객센터]를 이용하시면 더욱 빠르게 해결하실 수 있습니다. 주요 문의에 대한 답변도 확인하실 수 있고, 직접 처리도 가능하니 이용에 참고부탁드립니다.

문의해주신 내용은 이미 다른 경로를 통해 상담이 진행된 점 확인되어 해당 문의를 종료합니다.

실시간 상담 채널인 고객센터 전화와 채팅문의와는 달리 답변이 늦어질 수 있는 점 양해 부탁드립니다.

글로써 안내드리는 상담이다 보니 다소 딱딱하게 느껴지셨을까 염려됩니다.

코로나19가 기승을 부리는 이때, 고객님과 가족분들의 건강과 안전을 진심으로 기원합니다. 몸조심하시고, 항상 행복하세요!

[원활한 상담이 진행되지 못하여 죄송합니다]와 관련하여
서비스 전문기업이 사용하는 표현

실제 고객상담 사례로 알아보는 서비스 개선 시나리오 1

첫번째 시간. 4.0시대에 필요한 고객 서비스는 무엇인가

고객 노력 지수

Customer Effort Score, CES



- | | |
|-----------|--|
| 1. 고객유지 | 앞으로도 우리 기업의 상품(또는 서비스)를 이용할 의사가 있습니까? |
| 2. 상품경험 | 우리 기업의 상품(또는 서비스)가 사용하기 쉬운가요? 어려운가요? |
| 3. 온라인 경험 | 우리 기업의 사이트(또는 앱 서비스)에서 원하는 것을 찾는 것이 쉬운가요? 어려운가요? |
| 4. 대기시간 | 고객 문의를 하는 동안 오래 기다리셨습니까? 또는 바로 연결되었나요? |
| 5. 기대치 충족 | 우리 기업에 대한 기대치를 상품(또는 서비스)가 충족했나요? 충족하지 못했나요? |

실제 고객상담 사례로 알아보는 서비스 개선 시나리오 1



Thank you

고객은 어떤 서비스에 만족할까요?

고객서비스라는 가치가 서서히 강조되기 시작했을 즈음에는 미소 띤 얼굴로 인사만 잘해도 서비스가 좋다고 했습니다.

하지만 지금은 기본적인 지침들만 지켜서는 보다 높은 수준을 기대하는 고객들을 만족시키기 어렵습니다.

또 마음을 움직이는 감동적인 체험이 따라주지 않으면 차별화된 서비스라는 인상을 남기지 못합니다.

평균적인 서비스의 질이 꾸준히 향상되어 온 만큼 서비스도 경쟁이 치열해졌다는 뜻입니다.

그러므로 잘나가는 기업, 유능한 서비스 제공자가 되기 위해서는 지금까지 해온 서비스를 점검해보고, 계속해서 업그레이드 해 나가야 합니다.

이것과 관련해서 [카노모델]을 살펴보겠습니다.

이 표에서 세가지의 서비스가 나옵니다.

매력적 서비스, 일원적 서비스, 당연한 서비스

매력적 서비스부터 알아보도록 하겠습니다.

세가지 서비스를 시간의 흐름으로 설명한다면 매력적인 서비스로 태어나서 시간이 지나 일원적 서비스를 거쳐 당연한 서비스가 된다고 표현할 수 있습니다.

그러니 서비스를 다루는 모든 기업은 현재 제공하는 서비스가 초창기의 매력적인 서비스에서 동종기업 대부분이 제공하는 당연한 수준으로 내려간 것은 아닌지 검토해 보아야 할 것입니다.