

CRM과 유비쿼터스

Ph.D. KIM SEUNG HWAN

거래에서 관 계로

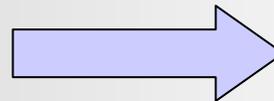
마케팅 개념의 변화



대중 → 표적 집단 → 개인

비차별 → 차별적/집중 → **CRM(DBM)**

- 규모의 경제
- 시장 점유율, 매출액
- 제품관리
- 단방향



- 고객점유율
- 시간점유율
- 고객관리
- 쌍방향

CRM을 가능하게 한 환경적 변화

Business 환경 변화

시장

- 공급자 위주의 시장에서 **고객 위주의 시장**으로 전환
- 고객 Needs의 다양화로 **Mass Marketing의 효과 감소**
- 정보 통신기술의 발달로 **고객접점 Channel의 다양화**

산업/
기술

- 생산의 유연성 증가로 **다양한 제품 공급** 가능
- 다량의 Data를 수집, 보관 및 분석이 가능
- 정보기술의 가격대비 성능 향상으로 효율적이고 세련된 고객대응 기술이 용이

경쟁

- Globalization의 확산으로 범 세계적인 경쟁 시대 대두
- 정부의 규제완화에 따라 산업 간의 고유영역 축소

고객 지향 기업으로 변화



- 기업의 성공 관건은 고객 Needs의 심층적 이해에 있다고 봄



- Paradigm의 변화 : 고객 집단 대상의 기업활동에서 개개의 고객과의 관계 설정의 Paradigm으로 전환



- 고객지식의 통합이 필수 : 전통적 지식 + 전자적 도구를 통한 지식

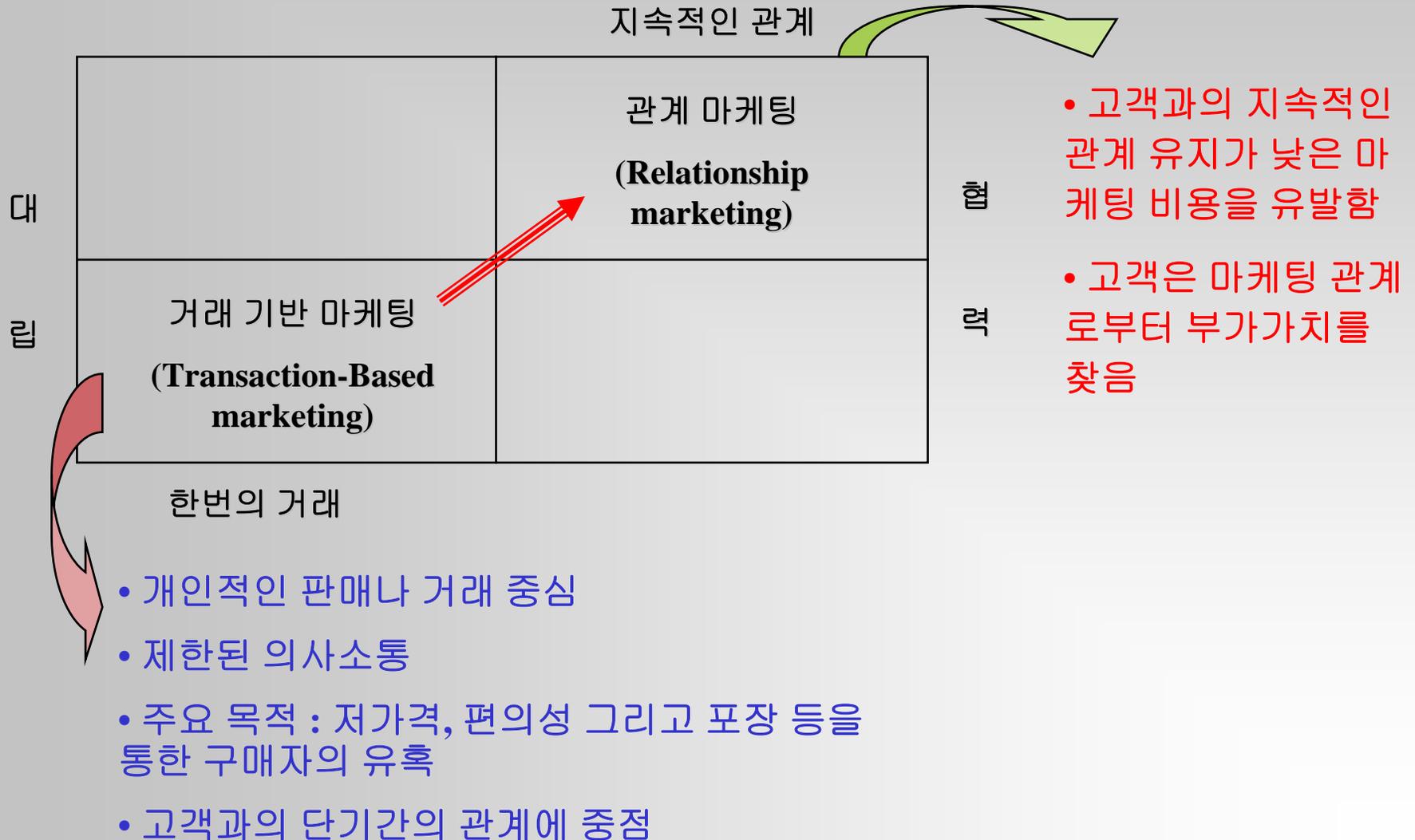


- 일선 직원의 고객에 대한 암묵적 지식과 창의성의 조직 역량화

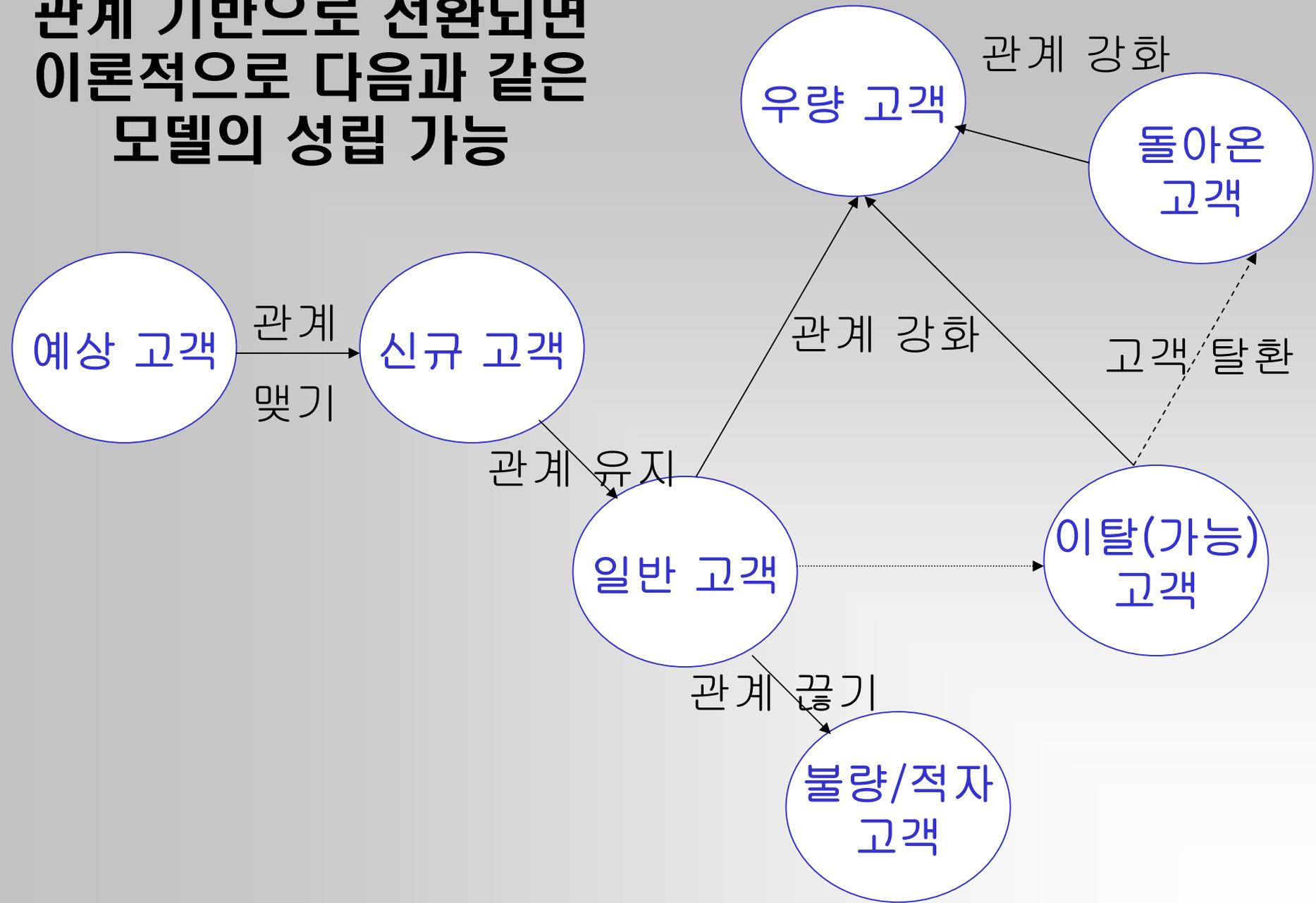


- 정보기술과 조직 역량의 결합 요구 : Infra 구축, 분석 도구, 활용 능력

CRM의 핵심 : 거래 기반에서 관계로의 전환



관계 기반으로 전환되면 이론적으로 다음과 같은 모델의 성립 가능

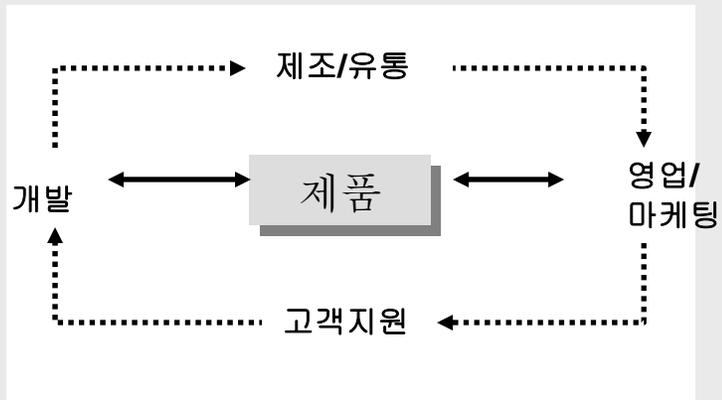


해심은 고개 파악
기민 기백 기

고객 중심 모델

잘 만들 수 있는 것에서 고객이 원하는 것으로의 전환

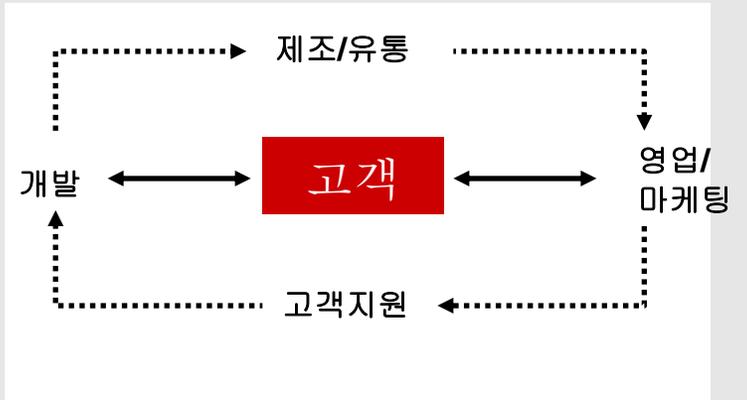
전통적인 모델



- 성명/주소
- 구매이력
- Invoicing



고객 중심의 모델



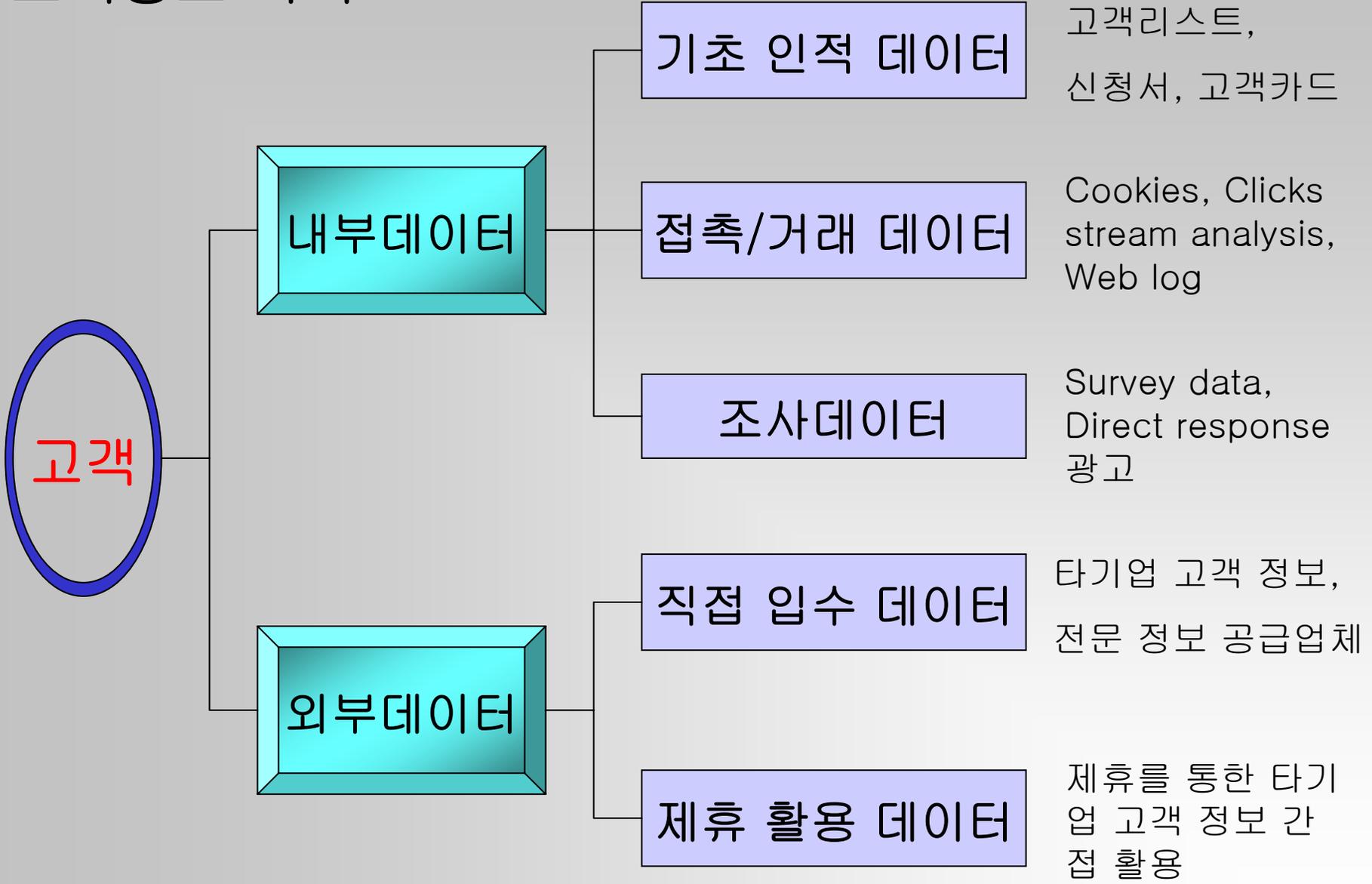
Customer Information Repository

Customer

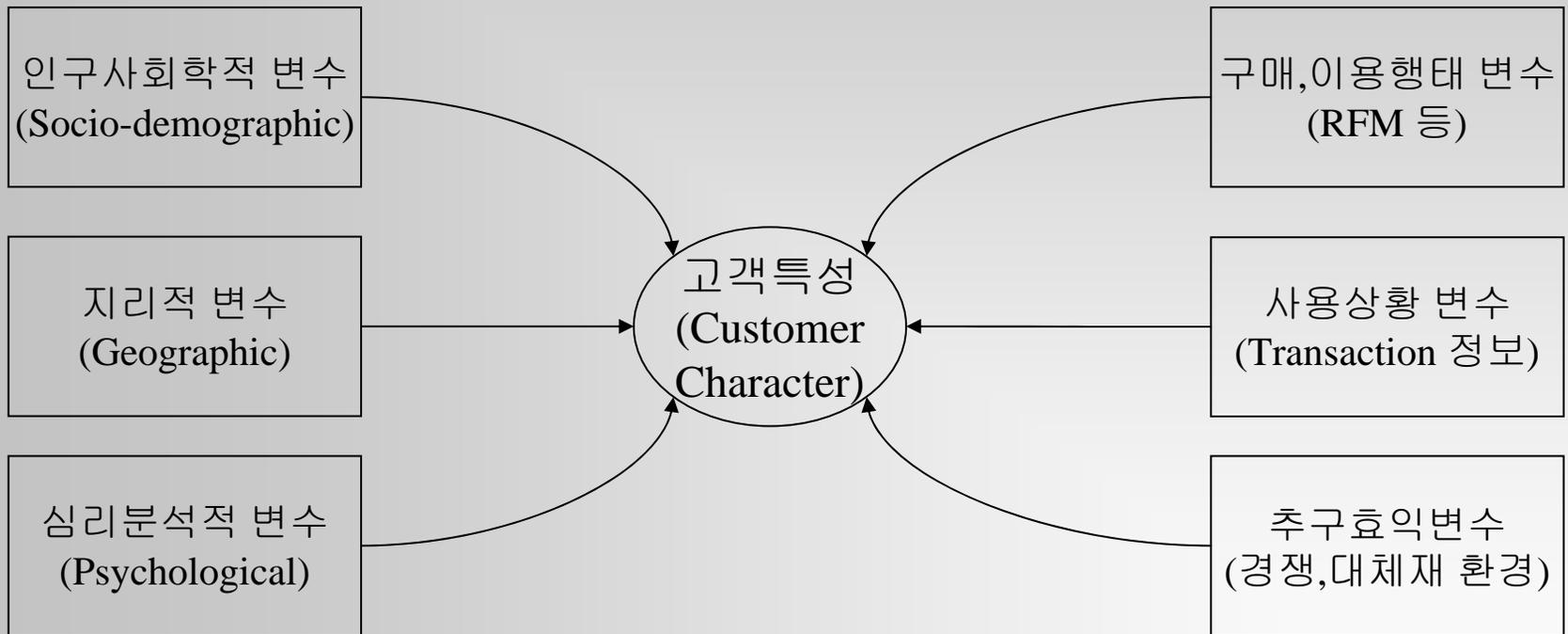
Prospects

Segment

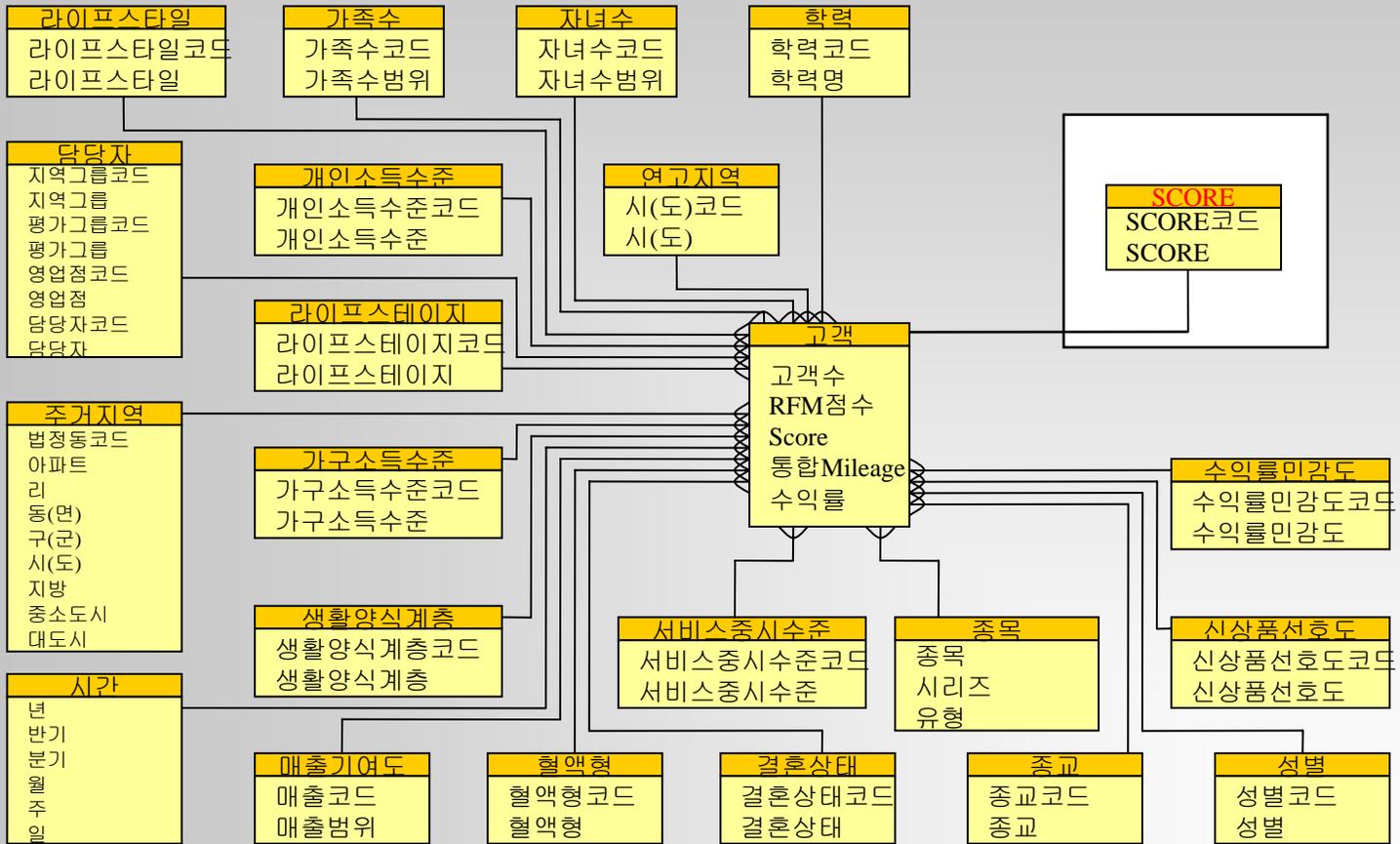
고객정보 획득



우리의 중심이 되는 고객이 무엇을 원하는가? 우리의 고객은 과연 누구인가, 무엇인가?



ORACLE의 고객분석을 위한 다차원 모델



1. RFM 방법

: 최종구입일 (**recency**), 구매빈도 (**frequency**), 구매금액합계 (**monetary**)

2. MCIF(Marketing Consumer Information File) 방법

: **MCIF**방법은 기존고객의 구매 행태와 고객관리에서 발생한 다양한 데이터를 비교·분석하고 정보를 서로 교차시켜 마케팅 활동에 활용하는 고객관리 및 분석방법

3. LTV(Life Time Value) 방법

: 고객의 평생가치는 한 고객이 한 기업의 고객으로 존재하는 전체기간 동안 기업에게 제공할 것으로 추정되는 재무적 공헌도의 합이라고 할 수 있다. 즉, 고객이 자사의 제품을 최초로 구매한 시점부터 최종 거래에 이르는 기간 동안에 구입하고 제공받은 서비스의 총이용 금액에서 고객획득비용, **DM** 제작 및 발송비용, 매출액, 상품의 원가, 텔레마케팅 경비 등을 제외한 후 영업수익을 산출하여 산출된 생산성을 기초로 고객 1인당 누적가치를 평가한 것이다.

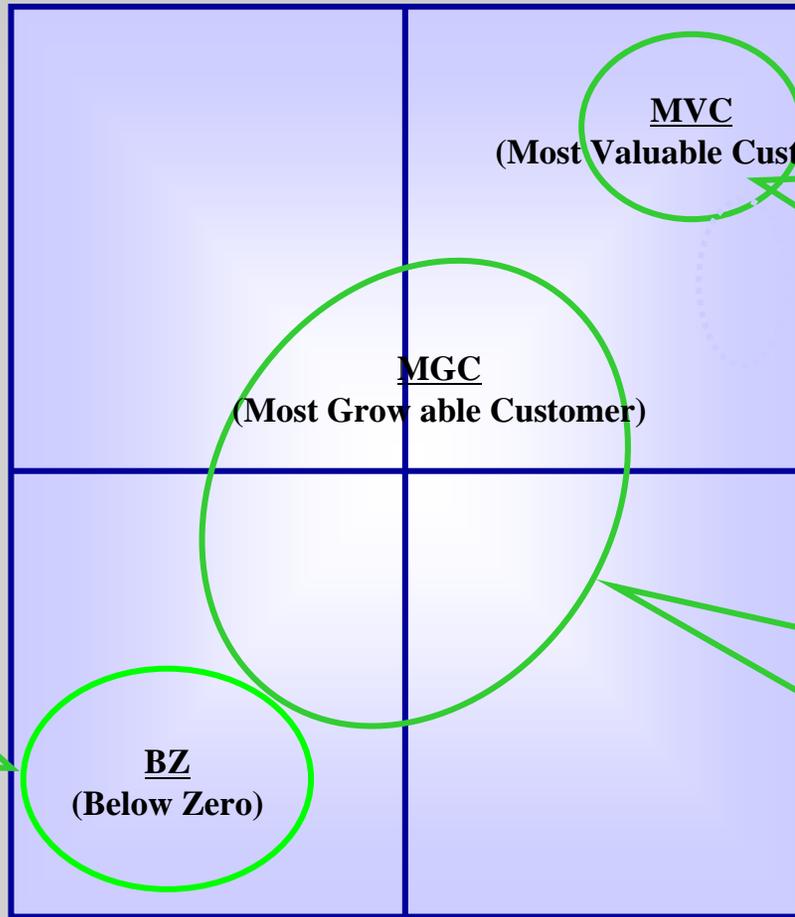
D&shop의 고객등급 구분

심사기간	당월 포함 기존 6개월
심사일	매월 1일
유지기간	심사일로부터 3개월



- ※ 상품 종류에 따라서 구매 내역에 포함되지 않을 수 있습니다.
- ※ 우수고객이 되시기 전에 구매하신 상품의 최소로 구매 내역이 변동되어 우수고객 조건을 만족하지 못할 경우 우수고객 혜택은 모두 취소됩니다.

이러한 분석의 목적은 고객과의 관계 정도를 결정하기 위함이다



수익성이 낮은 고객군

- 적극적 Promotion
- 별도의 서비스 홍보 축소 고려

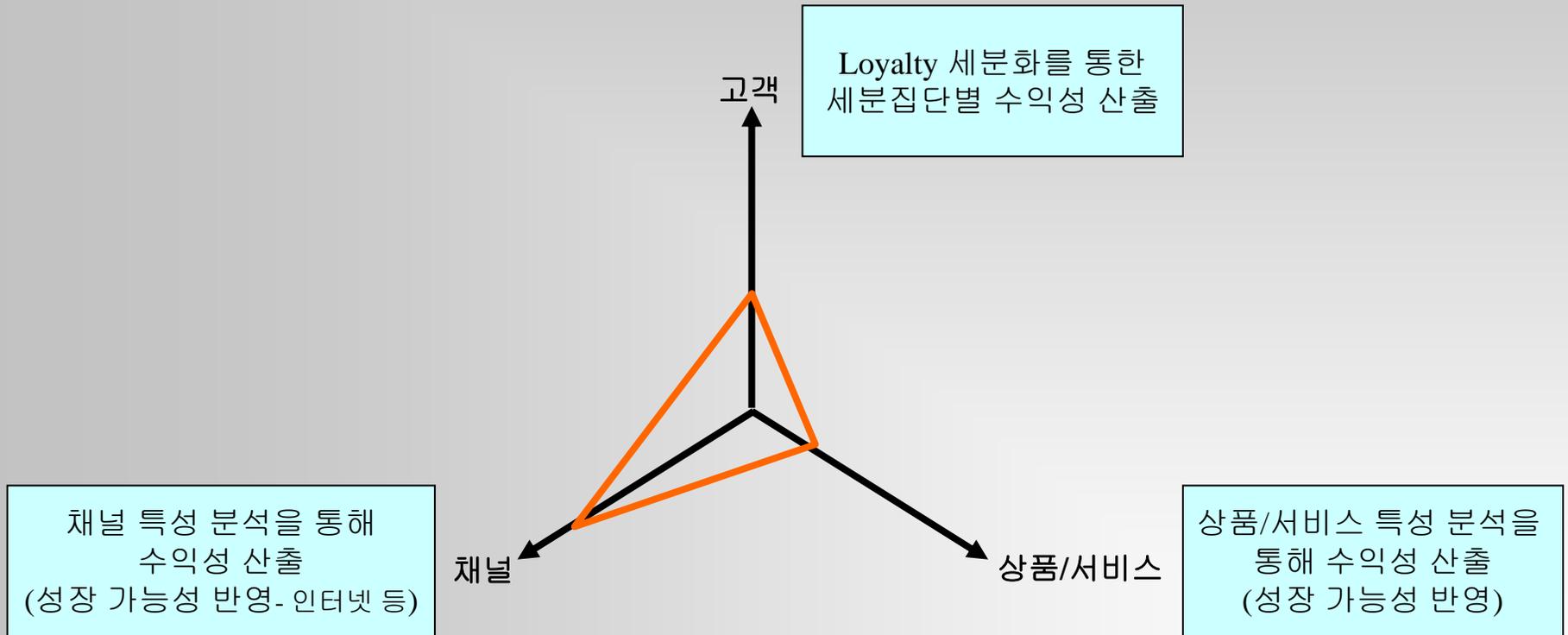
우수 고객군

- 만족도 유지/향상방안

우량화 대상 고객군

- Up-Sell 방안 기획

고객에 대한 분류가 끝나면 그에 적합한 채널과 상품/서비스를 결정



유비쿼터스란?

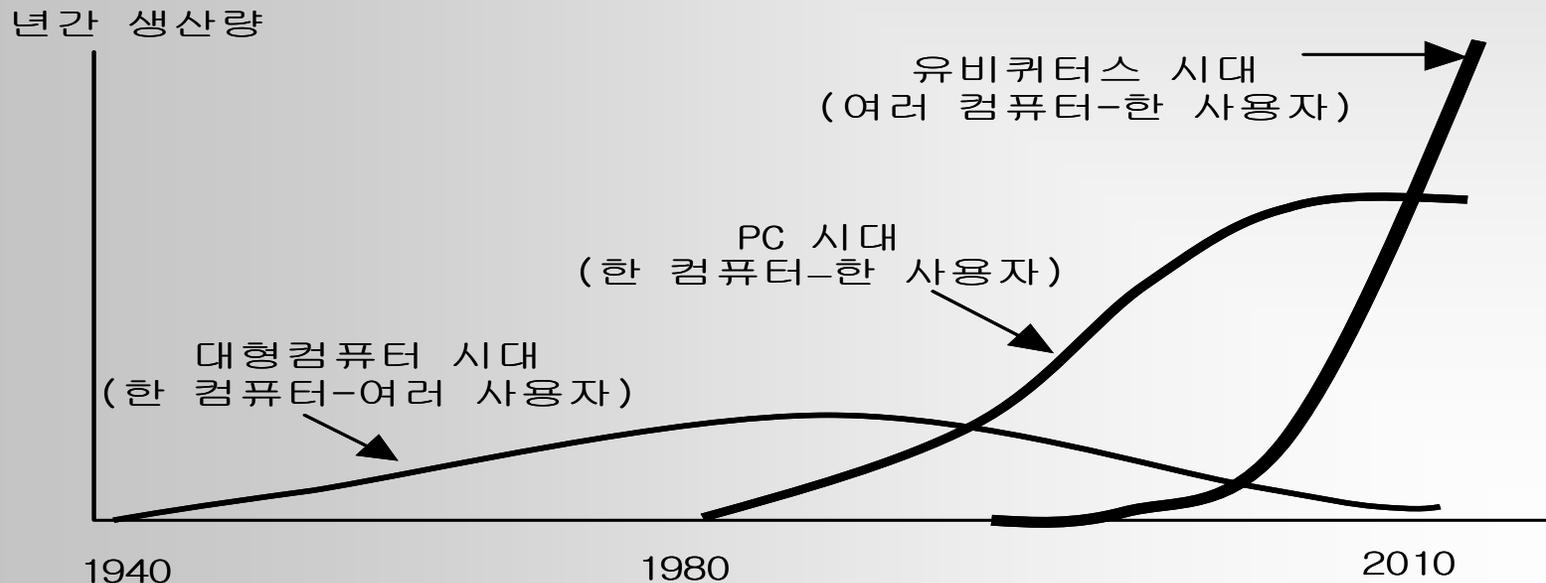
Ubiquitous

- “어느 곳이나 존재한다”라는 의미의 라틴어, 즉 유비쿼터스 컴퓨팅이라는 표현은 장소나 시간에 구애받지 않고 생활 속에서 자연스럽게 편리하게 컴퓨터를 사용할 수 있는 환경을 의미
- 컴퓨터 1세대의 메인프레임 기반 컴퓨팅, 2세대의 PC 기반 컴퓨팅, 3세대의 유비쿼터스 컴퓨팅으로 구분
- 현재까지는 실제를 온라인으로 옮기는 것에 주력 => 현재는 모든 실제에 컴퓨팅을 심는 것이 주목적
- 유비쿼터스의 핵심은 장소나 시간에 따라 그 내용이 변화하는 특화된 정보 서비스를 받을 수 있는 것 (ex : 도로 상황 안내)
- 1988년 미국 Xerox의 Mark Weiser에 의해 처음으로 제창되었음

Ubiquitous

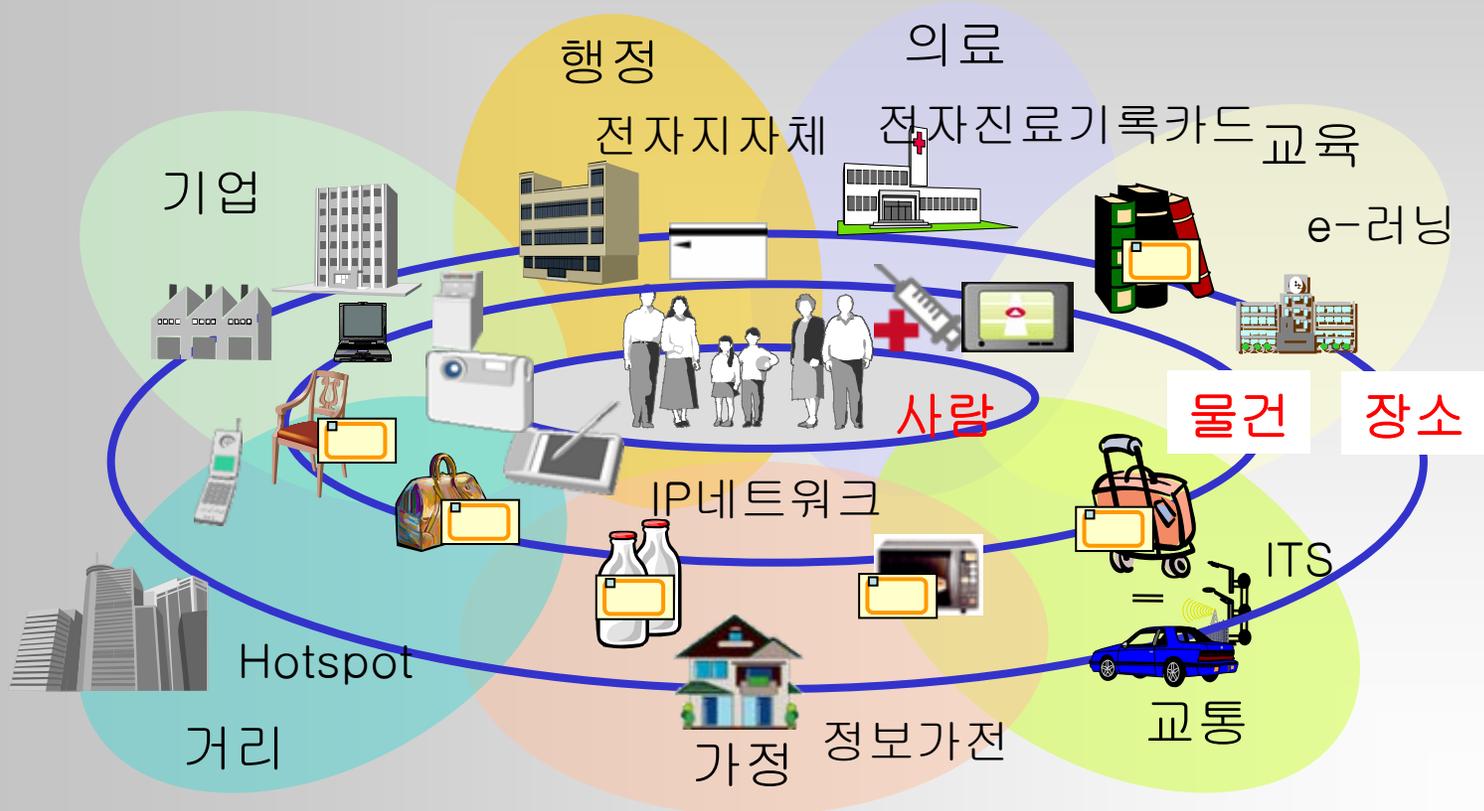
- 유비쿼터스의 특징

- 1) 네트워크에 연결되어 있어야 한다
- 2) 사용자 인터페이스는 눈에 띄지 않아야 한다
- 3) 현실 세계의 어디에서나 사용이 가능해야 한다
- 4) 사용자(장소, 장치, 시간, 날씨 등)에 따라 서비스가 변해야 한다



RF ID

RFID는 모든 물건을 유비쿼터스 사회에 접속시키는 Technology



RF ID

구분\종류	Bar Code	자기 code	IC Card	RFID
인식방법	비접촉식	접촉식	접촉식	비접촉식
인식거리	0~50cm	리더기에 삽입	리더기에 삽입	0~5m
인식속도	4초	4초	1초	0.01~0.1초
투과력	불가능	불가능	불가능	가능(금속제외)
사용기간	불가능	1만번(4년)	1만번(5년)	10만번(60년)
Data 보관	1~100 byte	1~100 byte	16~64 kbyte	64 kbyte 이하
Data write	불가능	가능	가능	가능
Card 손상율	매우 낮음	낮음	낮음	거의 없음
Tag cost	가장 저렴	저렴	높음(\$10 이상)	보통(\$0.5~\$1)
보안능력	거의 없음	거의 없음	복제불가	복제불가
재활용	불가능	불가능	가능	가능

Ubiquitous Case

1) RF ID

- : 애완동물 추적 위해 유비쿼터스 구축 - 동물용 RF ID 칩은 길이 1cm, 직경 0.2cm의 바늘조각 크기, 캡슐형태도 나와 있음 (현재 5000마리 개 시술)
- : 한국마사회는 경주마 관리에 활용(현재 2000마리의 경주마에 칩 삽입)
- : 수산자원연구소는 철갑상어, 다금바리 등 비싼 어종 보호를 위해 사용
- : 현재 축산진흥원, 에버랜드 동물원, 삼성안내건 학교 등에서 사용
- : 인공위성으로 기상, 위치 등을 수집하여 안전 운항을 돕는 Smart Ship
- : 우편물에 부착하여 모든 과정을 자동화

2) : 1차원 바코드는 막대선의 굵기에 따라 가로 방향만 정보를 담았으나, 2차원 바코드는 가로와 세로 모두 가능. 기존 방법에 비해 100배의 정보 저장 가능. 360도 스캐너 사용 가능 (숙명여대와 경희대의 휴대폰 학생증)

3) 이 외에 1차원 바코드에 비해 100배의 정보를 저장할 수 있는 2차원 바코드, 옷에 컴퓨터를 부착하는 Wearable Computer, 어디서나 원하는 파일을 출력하는 U Print 등

RF ID

▪ 재고관리

- 실시간 재고관리
- 정확한 재고물량의 생산정보 및 물품위치 관리

▪ 생산계획

- 실시간 재고관리에 따른 정확한 생산계획 수립

▪ 물품생산

- RFID 부여로 생산 즉시 재고관리
- 배송 연계 용이

▪ 구내운송

- 운송 위치 추적
- 자동 입출고 관리

▪ 선적관리

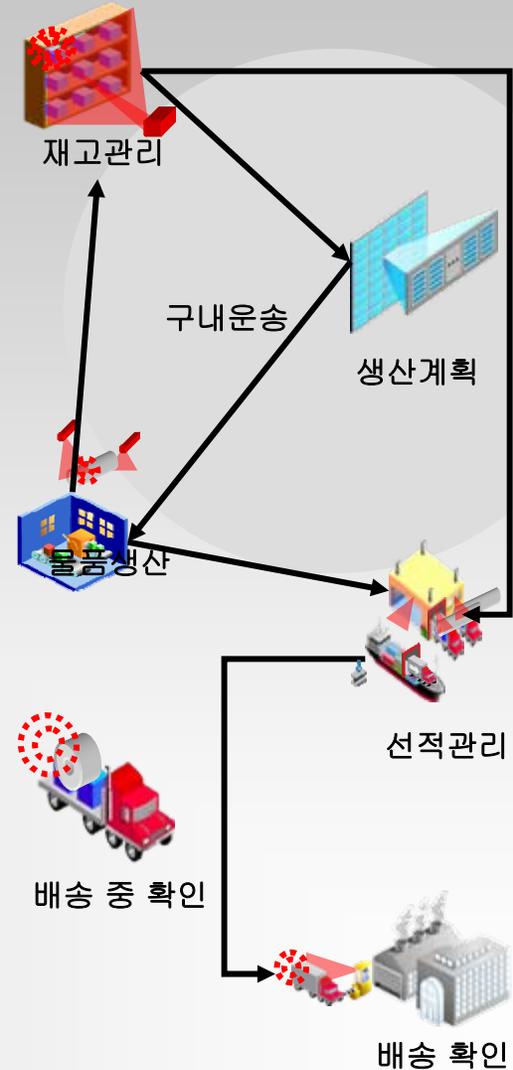
- 실시간 선적 관리
: 주문정보와 동일한 물품이 선적되는지 감시

▪ 배송 중 확인

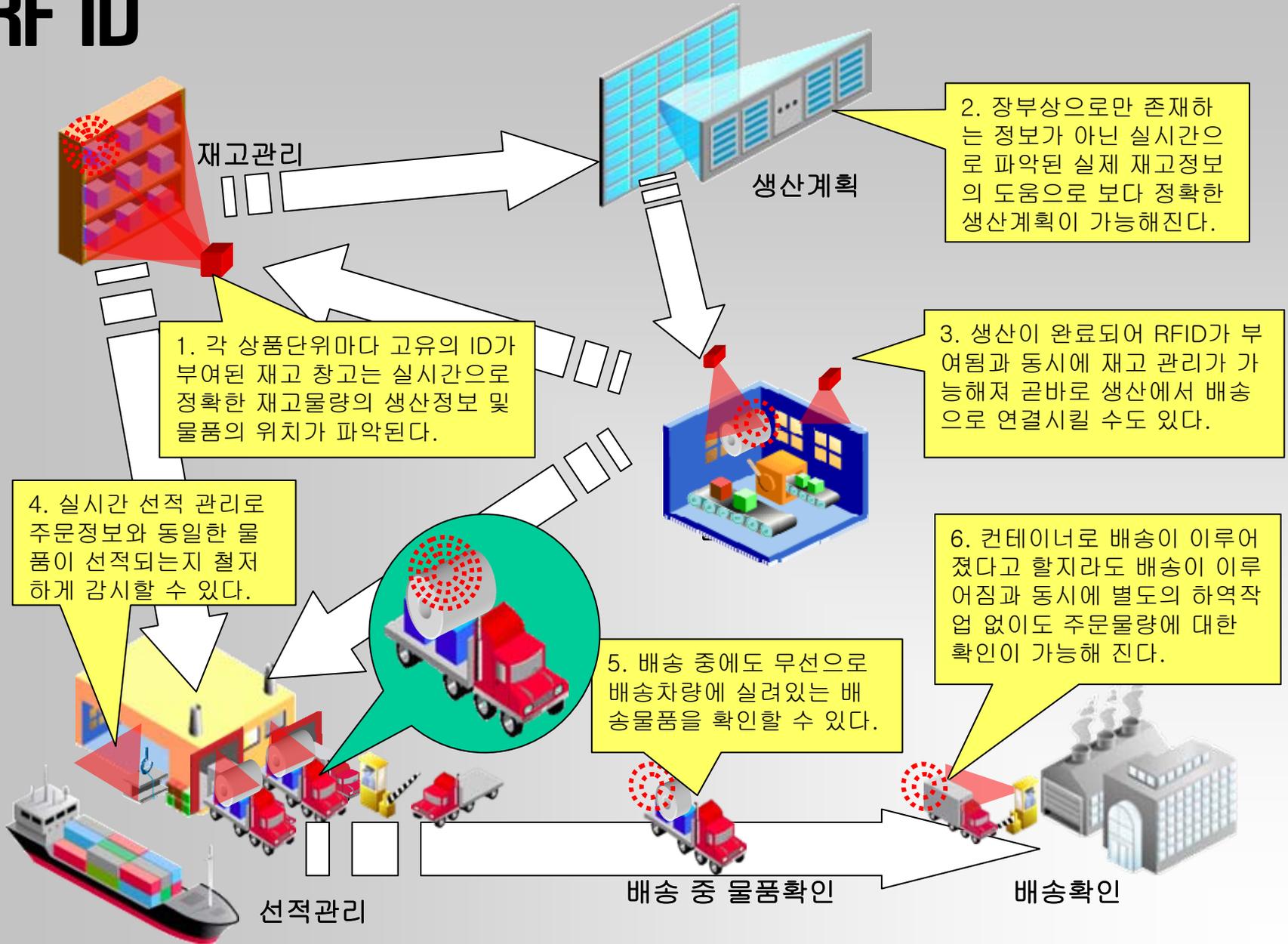
- 배송 중 적재 제품 확인
- 배송 위치 확인

▪ 배송 확인

- 별도의 하역 작업 없이 주문물량에 대한 확인 가능

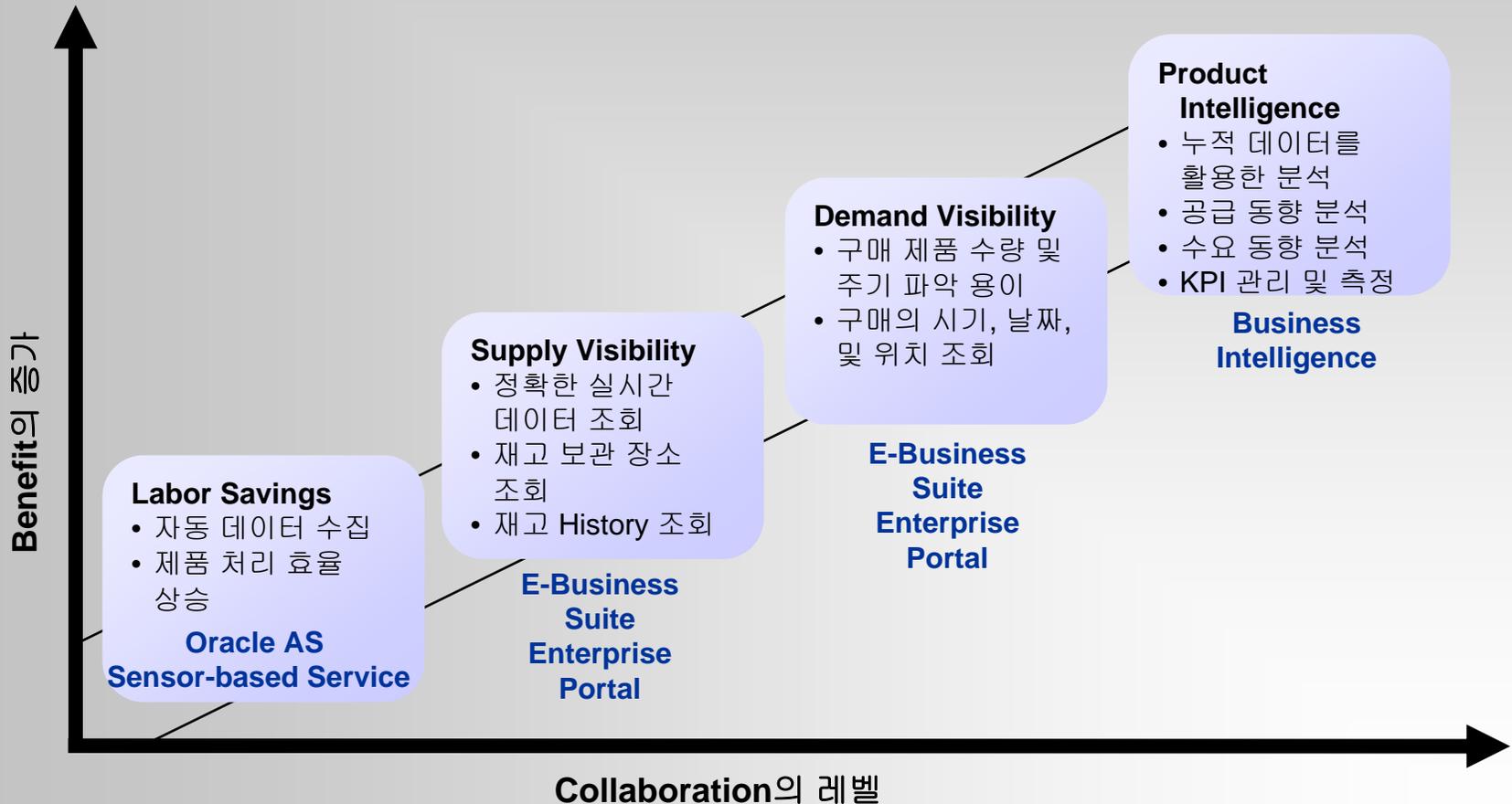


RF ID



RF ID

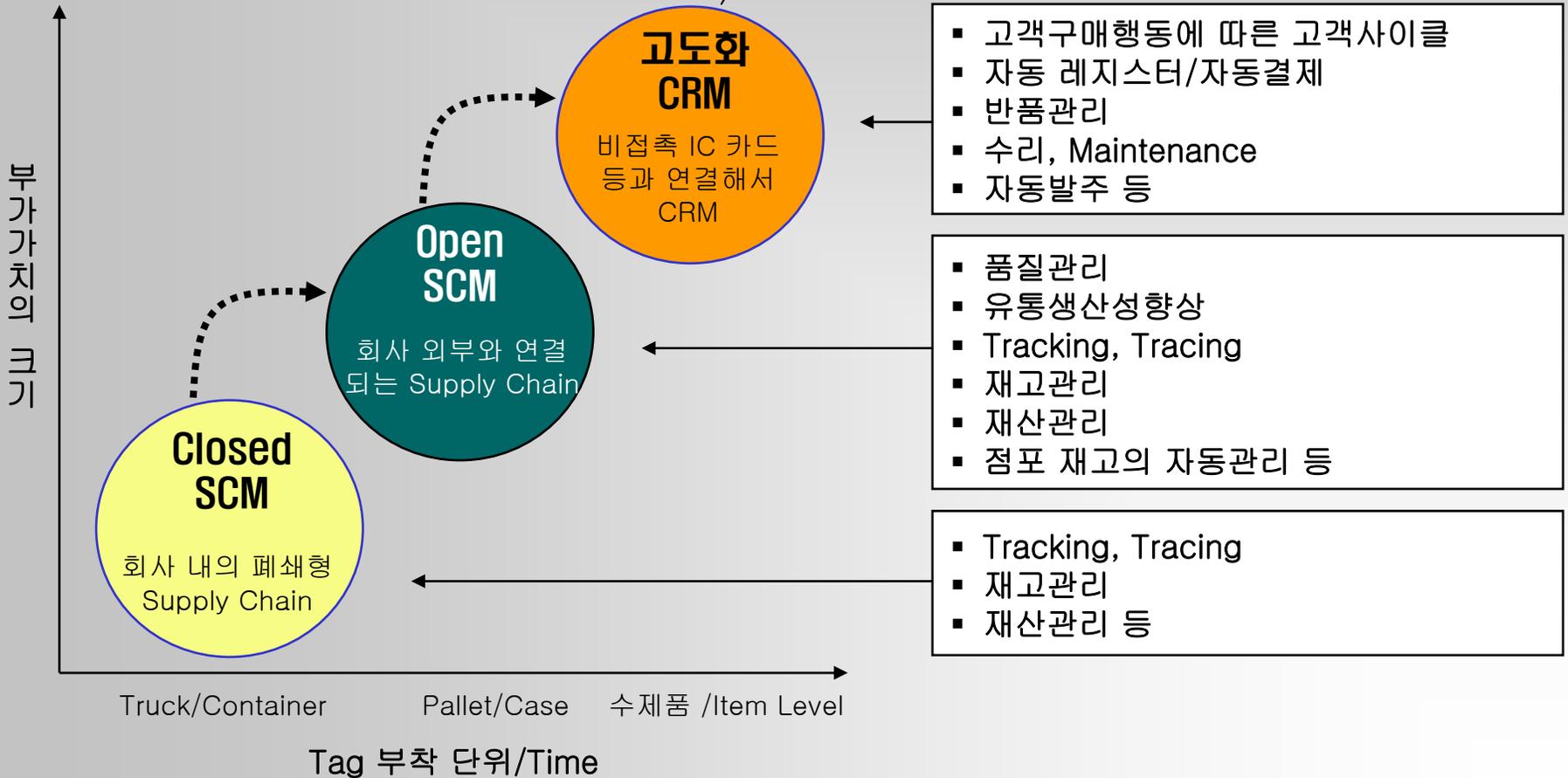
통합 RFID 솔루션을 활용한 상승 효과



RF ID

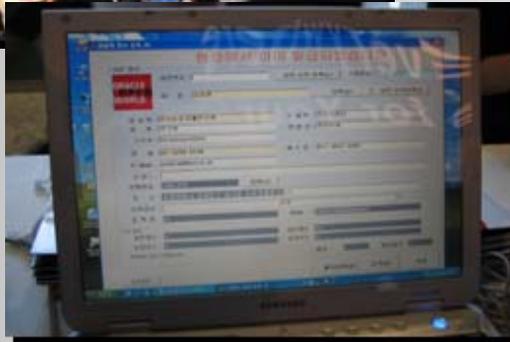
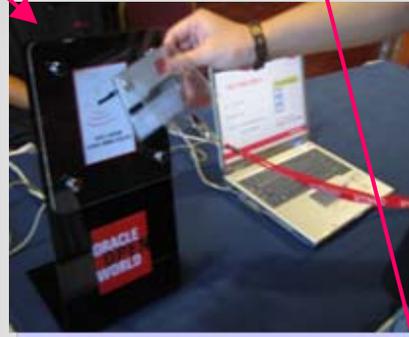
고객서비스의 획기적 전환점 마련 가능

회사 내의 Closed SCM으로부터 차츰 외부회사와 연결하고, 최종적으로는 IC 카드 등과 연동하여 고도화된 CRM을 전개할 수 있을 것으로 예상된다.



RF ID Case

Oracle OpenWorld Seoul 2004



한국의 RF ID 추진현황

정보통신부

◆ U-KOREA 추진

유비쿼터스 사회 세계첫 진입(~2007년)

◆ RFID적용 선도시범사업 추진

-5개과제를 공모하여 추진(35억)

-대상:국가기관,지자체,공공기관

◆ PRIVACY : 보호GUIDE LINE검토

◆ UHF대역 :908.5~914MHz개방

산업자원부

◆ 물류분야의 실험실증 실시

-TESCO 및 CJ GLS공동으로 물류업무의 RFID실증실험 완료(2004.5월)

- 지능형 종합 물류 시스템 구축 목표로 하여 오는 2008년 까지 422억원 투자계획

- RFID 핵심기술개발사업을 중기거점사업으로 추진

실험단계에서 실용화를
위한 각방면의 시범사업이
이루어 지고 있음

과기부

-연 100억원씩 지원하는 유비쿼터스 컴퓨팅
프론티어 기술 중에서 RFID가 주요기술

한국RFID/USN협회 전자지불협회

◆ RFID FORUM,USER FORUM등
설립으로 도입분위기 확산조성

◆ 정부공공기관,민간부문의 RFID
도입 및 적용사례 발표

◆ RFID 기술교육 및 세미나 등 실시

일본의 RF ID 추진현황

정부

◆ 총무성

유비쿼터스 네트워크 시대에 있어서 RFID의 고도 이용 활용에 관한 조사 연구 중

◆ 경제 산업성

히비키 프로젝트 [2004 ~]

◆PRIVACY : 보호GUIDE 표준확정

◆UHF대역 : 950~956MHz개발

유비쿼터스 ID 센터

◆ 연구개발 추진

표준화, Privacy 보호, Guideline 작성

활용도 제고를 위한
각종 체제를 산학관에서
적극 추진
“e-Japan II”

가전/자동차/ 어페럴

◆ 가전 : 가전협회 실증실험(04/2~)

◆ 자동차 : 자동차 Recycle병(05/1)

◆ 어페럴 : 어페럴 실증실험(04/1~)

식품/의약/ 출판(서적)

◆ 식품/생선 : 식품 안전기준법 : 농수성, 식량청
IC태그 적용 식품 실증실험 : 마루에쯔, 총무성

◆ 의약 : 약사법 개정(03/7) 대응, 감염성 폐기물

◆ 출판(서적) : 콘소시움 설립(03/4),
실증실험(04/2~)

상품 Traceability 연구회

◆ 국토교통성, 농림수산성 참여

◆ 상품코드 표준화 작업

◆ RFID Tag 기술 표준화 작업