3. 한국형 콜센터 구축을 위한 구체적인 모델 만들기

1) 한국형 콜센터란 무엇인가

① 콜센터의 일반적 정의
콜센터는 고객과 기업간에 정보통신수단을 통한 커뮤니케이션 접촉이 이루어지는 곳이다. 콜센터는 고객과 상담원을 연결매개로 하되, 텔레마케팅 기능과 커뮤니케이션 기능이 결합되어 다양한 고객접촉채널과 체계화된 시스템, 고객응대 프로세스를 접목하여 전문적인 상담을 하여 주는 고객접촉지향적인 콜센터를 말한다.

② 한국형 콜센터에 대한 기본 정의
따라서 한국형 콜센터는 기업의 대표성을 지닌 상담원의 전문능력, 기업의 전략, 고객의 요구와 욕구의 해결점(cue), 이것을 효율적이고 정밀하게 처리하여 주는 콜처리 시스템, 이를 지원하는 내외부 스텝진과의 공존을 통해 한국인 정서에 알맞은 콜센터 근무 분위기와 서비스 품질, 적절한 운영 효과를 도출할 수 있는 한국인의 특성을 고려한 인간적 콜센터를 말한다.

③ 한국형 콜센터 운영에 대한 기본 방향 설정
특히 한국형 콜센터는 종전의 마케팅 중심에서 커뮤니케이션 중심으로, 캠페인 중심에서 지속적인 운영체제로, 시스템과 성과 중심의 효율성에서 인적자원 중심의 효율과 서비스 품질 개선, 고객지향 중심과 상담원 복지의 조화를 통해 콜센터의 인간화, 소프트화, 후견인화, 장기근속화가 요구되는 인간적 콜센터를 말한다.

2) 이제는 한국형 콜센터 모델 기본 컨셉

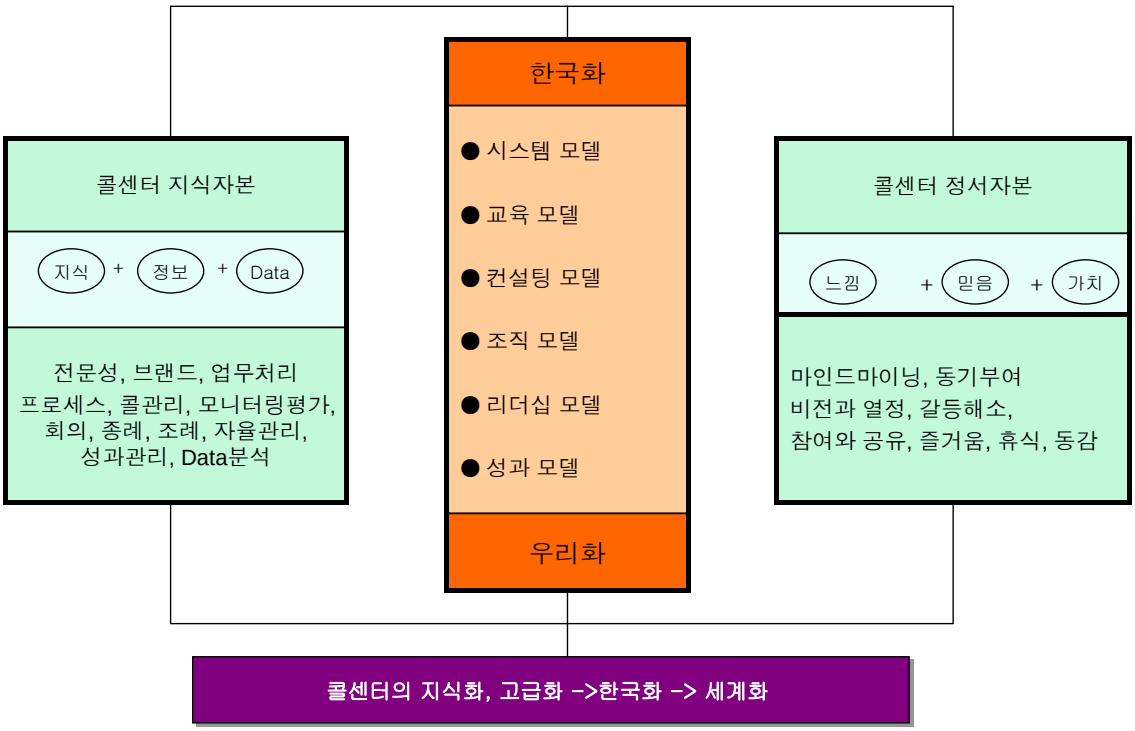
① 한국형 모델 구축을 위한 프로세스 항목 정립 절실
앞에서 필자는 콜센터 구축운영에 요구되는 컨설팅 모델은 전통적으로 시스템 환경이 시장을 지배하여 왔다고 주장하였다. 그러나 이제부터는 콜센터의 한국화, 우리화가 절실하게 요구되는 시점이라고 할 수 있다. 이런 의미에서 한국의 콜센터 시스템 구축과 프로세스 처리능력은 세계 최정상급이며, 콜센터 솔루션 세계시장에서 한국기업과 기술진들의 선호 등 한국 콜센터 산업의 수준이 급속도로 선진화, 세계화 되어가고 있다는 것은 곧 우리나라가 나름대로 독자적인 한국형 콜센터 컨설팅 모델을 정립하여 활용한다는 것은 매우 의미있는 일이라 할 수 있다. 아직도 콜센터 비즈니스와 콜센터 교육 컨텐츠,

컨설팅 지도 수준에 대해 미국에 대한 막연한 환상에 사로잡혀 있는 경향이 짙다. 따라서 상당수 콜센터 관련 경영진, 실무진들에 대해 이 지면을 통해 새로운 전략적 발상을 촉구하는 바이다.

② 콜센터 지식자본과 정서자본을 발굴하여 반영

특히 한국형 콜센터 컨설팅 모델을 창출할 때에는 콜센터에 요구되는 지식자본과 정서자본을 바탕으로 시스템 모델, 직무모델(상담서비스 모델 포함), 조직관리 모델, 교육훈련모델, 리더십 모델, 성과관리모델, 아웃소싱 모델 등을 종합적으로 고려하여야 한다. 이 때 콜센터 지식자본은 지식, 정보, 데이터를 상호결합하여 합리적인 활용과 조화를 통해 콜센터 정서자본이라고 할 수 있는 느낌, 믿음, 가치를 공유할 수 있어야 진정 한국형 콜센터 컨설팅 모델이 되는 것이다.

<표 4> 한국형 콜센터 지식교육 모델



자료 : 포시엠 컨설팅모델 "한국형 콜센터" (2003-1022)

3) 한국형 콜센터 모델의 기본 철학

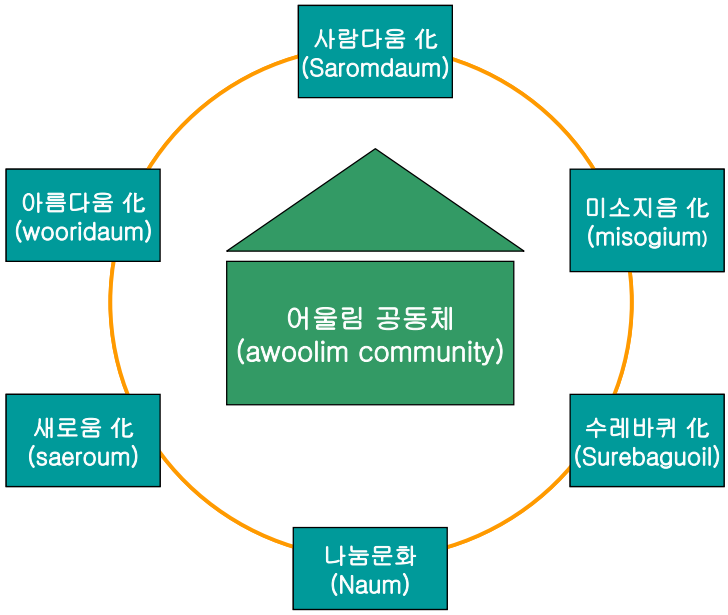
① 릴레이션 센터(HRC: Human Relationship Center)

한국형 콜센터(KCM:Korean Callcenter Model)는 한마디로 한국의 사회, 국내 고객의 특성, 비즈니스 스타일, 그리고 콜센터 구성원이 지니고 있는 특징이 살아 숨쉬는 콜센터 문화가 형성된 곳을 말한다. 따라서 단순하게 미국식 방식의 컨택센터 기능만이 아닌 마치 국민들에게 119 콜센터처럼 고객에게 누구나 쉽게, 친절하게, 정확하게, 신속하게, 그리고 유익하게 서비스를 베풀 수 있는 휴먼 릴레이션 센터(HRC: Human Relationship Center)가 전제되어야 한다.

② 어울림과 나눔 콜센터 커뮤니티 조성

한국형 콜센터를 이루는 전략적인 구상은 바로 어울림(Awoolim)과 나눔(Spilt-up)의 조직문화에서 비롯된다고 할 수 있다. 콜센터 경영철학과 전략, 프로세스, 성과, 지식공유, 콜센터 조직문화를 지닌 한국 고유의 스타일을 지닌 콜센터를 말한다. 원래 어울림은 '어울리다'의 명사로서 '조화(調和)'를 의미한다. 따라서 한국형 콜센터야말로『콜센터 어울림 공동체(callcenter awoolim community)』자체라고 말할 수 있다. 콜센터에서 구성원들은 인간존중과 지식정보 교류의 조직문화를 형성함은 물론 서로 어울려 가치, 정보, 기술 및 시스템, 행복, 건강, 직원으로서의 권리를 상호 공유함으로 밝은 세상, 행복한 세상을 만드는 조직의 행복공동체를 말한다.

<표 5> 한국형 콜센터 커뮤니티 조성



③ 고객을 매혹시키는 콜센터

고객매혹서비스란 고객입장에서 기업의 제품과 서비스를 통해 본래의 매혹을 창출하는 것뿐만 아니라 고객에게 서비스를 베푸는 조직원들의 서비스 역량도

매혹을 제공하는 신서비스 기법을 말한다. 이처럼 고객을 생각하는 방식, 고객을 대하는 상담태도, 고객이 느끼는 체감도가 남다른 콜센터를 만들 수 있도록 조직분위기를 바꾸어 보도록 하자.