

CallCenter IT 에 대한 이해

(주) MPC마케팅솔루션연구소
송만희 책임연구원

서론

- Packet vs. Circuited
- 콜의 전달 과정 (Inbound, Outbound)
- ACD, CTI
- WEB, EMAIL, VoIP (생략)
- WFMS (WorkForce Management System)와 운영관리 Solution
- WFM (WorkFlow Management), Knowledge Management, etc
- Software Architecture
- 선택

콜/메일/팩스/Chatting/Web Callback 등이 콜센터로 들어오게 되면, 가장 먼저 해당 접촉에 대한 처리 여부를 판단한다.

여기서의 처리 여부란, 현재 전화를 받을 수 있는 시간인지 아닌지에 대한 판단을 의미하고, 특정 시간대에 특정 업무를 수행할 수 있는지에 대한 판단이다.

이런 기능들은 대부분 ACD라 불리는 부분에서 처리를 하게되는데, ACD에 대한 좀더 자세한 사항은 다음 호에 다루도록 하겠다.

ACD 혹은 이와 비슷한 기능을 수행할 수 있는 장비 (보통은 IVR)를 통해 콜은 라우팅 포인트를 찾게된다. 물론 이 과정에서 다양한 기법들이 적용되기도 한다. 특히 Advanced. Skill Routing이나, Smart Routing, Intelligent Routing 등이 이런 기법들이다. 이 부분에 대한 자세한 내용도 다음호에서 다루도록 하겠다.

어떤 경로를 ACD/IVR 에서 거치던 콜이 상담원에게 연결될 때에 팝업이라는 과정을 거치게 되는데, 이 과정이 아주 복잡한 기술을 기반으로 하고 있다.

간단하게 그 과정을 기술하면 다음과 같다.

1. 라우팅 포인트 결정 (대기 중인 전화기 중에서 가장 휴식시간이 긴 전화기 : 일반적인 결정)
2. 해당 전화기로 신호를 보냄과 동시에 CTI Middleware로 콜 정보를 포함하여 라우팅 포인트에 대한 정보를 보내기.
3. CTI Middleware는 이 정보를 기반으로 해당 전화기로 로그인한 상담원 화면에 팝업 (윈도우의 팝업 다이얼로그를 이용한 팝업 메시지의 표시가 어원이 된듯 함) 을 하도록 상담원 Application.에 메시지를 보낸다.
4. 상담원은 전화벨과 함께 화면 팝업을 확인한다.
5. 전화 받기 버튼 (보통 화면에서)을 클릭하면, 상담원 Application.는 이 메시지를 CTI로 보낸다.
6. CTI는 전화를 받겠다는 메시지를 다시 교환기(ACD)로 보낸다.

아주 간단하고 순식간에 이루어지는 과정처럼 보이지만, 대부분 콜센터를 구축할 때 가장 어려운 부분이기도 하고, 그런 이유로 가장 많은 테스트를 수행하는 부분이다.

특히, 이 과정에서 대부분 교환기를 제공하는 측과, CTI Middleware를 제공하는 측, 그리고 상담원 Application.를 제공하는 회사가 각각 다른 경우가 많아 더더욱 이 부분을 더욱 어렵게 한다.

어찌되었건 종이컵 전화기와 크게 다르지는 않지만 현대의 콜센터는 위에서 기술한 것 보다 훨씬 더 복잡한 과정을 통해 고객과의 통화가 이루어진다. 특히 ACD 부분과 Routing에 관련된 보다 많은 복잡성이 현재 존재하고 사용되어진다. 그렇다 하더라도 위에서 설명한 내용과 대부분은 크게 다르지 않은 범위에서 기술이 적용되어 진다.

OUTBOUND

콜센터에서 전화를 외부로 거는 경우는 어떠한가?

해피콜, 콜백, 조사, TM Sales, 기타의 업무적 환경에 따라 전화를 고객에게 직접 거는 경우가 발생한다.

이 경우 단편적인 필요에 의해 전화를 거는 경우는 큰 문제가 되지 않지만, 말은바 업무가 하루 종일 팀원 전체가 쉴새 없이 전화를 걸어야 하는 상황이 발생한다면, 크게 몇 가지 문제가 발생한다.

첫째, 전화를 걸어야 하는 대상에 대한 선정

둘째, 전화를 걸어야 하는 대상을 상담원 별로 할당

셋째, 전화 결과를 통제하고 모니터링하고 분석하는 작업

등의 문제가 발생하고 좀더 전문적인 Outbound 그룹에서는 효율성 등을 생각하게 된다.

먼저 제시한 세가지의 경우는 대부분 Campaign Management로 불리우는 솔루션을 통해서 해결책을 찾던가, 필요한 부분에 대해서 개발을 수행하여 해당 기능을 수행하게 된다. 다만, 전화만이 아닌, 다양한 채널에 대한 아웃바운드와, 사후 분석 등을 좀더 세련되게 수행하고자 한다면 전문 툴을 구매하는 것이 바람직하겠다.

다음으로 제시한 효율성을 높이기 위해서 흔히 도입이 검토되는 것이 PD(Predictive Dialer)이다.

콜센터에서 아웃바운드를 할 때 전화를 거는 방식에 따라 Preview, Power(Progressive), PD로 구분하는데, 그 중 가장 자동화 비율이 높은 방식이 PD이다.

Preview는 상담원이 리스트를 일일이 확인하고 클릭하거나 전화번호를 입력하여 전화를 거는 방식이고,

Power는 Dialer가 특정 조건에 따라 미리 다이얼링을 하고 연결된 콜에 대해서 상담원과 다시 연결을 시켜주는 방식을 말하거나, 상담원 전화 종료 메시지 전달후 전화를 기계적으로 걸어주는 방식을 말한다.

PD는 위의 Power 방식에 예측 기능을 포함하며, 해당 전화가 기계적인 성공 (응답기, 팩스, 결번)을 확인하는 과정까지를 수행하고 상담원에게 전화를 연결한다.

여기서 자주 문제가 되는 부분이 예측 부분과, 기계적인 성공 인식 부분이다. 예측치가 조금 높게 책정되면 가끔 고객이 전화를 받고 안내 멘트를 들어야 하는 문제가 생기며, 예측치가 낮아지면 효율이 떨어지게 된다.

기계적인 성공 인식은 흔히 인식율로 나타내는데, 일반적으로 업무진행에 큰 차질이 없으려면 최소한 90~95% 이상의 인식 성공율이 필요해진다.

또 한가지, 예측치가 높아 고객이 기다리는 경우를 대비해 적절한 수의 IVR을 준비하는 것도 빠트리지 말아야 될 중요한 사항이다.

PD가 최근 관심을 많이 끄는 이유는, 대량의 아웃바운드 시도 시, 전화번호 자체의 신뢰성 부족으로 상담원이 많은 시간을 전화번호 검색, 다이얼링, 확인 등에 보내게 되면서 이 부분에 대한 생산성 향상을 도모하기 위해서이다. 그러나, 아웃바운드 리스트가 완성도가 높다면 꼭, 도입해야 되는 필수 시스템은 아니니, 적절한 판단이 필요한 부분이라 하겠다.

최근에는 통화 성공과 함께, 업무 성공율을 분석하여 고객별로 적절한 시간대와, 요일 등을 함께 제공하는 Outbound 솔루션들도 등장하였다.

콜센터에 콜이 들어오는 과정과 콜센터에서 전화를 거는 과정과 방식에 대해서 간단하게 살펴보았다. 다만, Outbound의 경우 다양한 매체를 이용한 방법도 있으나, 기본적으로 Inbound의 그것과 크게 차이가 없어 다시 설명을 하지는 않았다.

콜센터를 구성할때에 가장 중요한 위의 두 가지 개념은 추후에 적절한 업무 프로세스 정의와 콜센터 시나리오를 구성할때에 가장 중요한 기준이 된다. 특히 특정 업무가 특정 기술에 기반을 둔 경우가 많아, 업무 기획단에서부터 위의 방식 등에 대한 적절한 이해가 중요하다 하겠다.