

왜 우리는 콜센터로 전화하게 되나?

우리는 콜센터로 전화하는데, 그렇게 하는 이유는 종종 정보를 교환하기 위해 기관들에 연락하려는데 연락할 방법이 달리 없기 때문이다. 어느 거리에 위치한 최고지점이나 지소는 이제 더 이상 존재하지 않으며, 또 편지를 써서 연락하는 것은 때에 맞는 응답을 얻어낼 수 없기 때문에, 좋은 싫든 콜센터가 존재하게 되기 마련이다. 대부분의 사람들에게 있어서, 콜센터는 자기들이 거래하는 은행이나 전기 가스 등 서비스 제공업체에 연락할 수 있는 주된 의사소통 거점인 것이다.

콜센터들에 전화하는 주된 이유는 무엇인가?

그곳에 전화하면서 우리는

- 어떤 서비스나 제품에 대한 정보를 얻기 원한다.
- 어떤 서비스나 제품을 구입하기 원한다.
- 어떤 서비스나 제품에 대해 불만을 표출하기 원한다.
- 제품의 계기 수치를 읽는 방법을 질문하거나 주문한 것을 변경한다든지 하는 정보들을 전달하기 원한다.

기관들의 시각에서 볼 때, 그들은 고객과의 접촉을 유지하기 위해 이 지원서비스를 제공하기 원하며, 또한 이를 통해 제품이나 서비스를 더 많이 판매하기 원하는 것일 수도 있다.

위에 언급한 모든 일에는 질문들에 답하고 문제를 해결하는 신뢰성 있고 정확한 정보들의 교환이 있어야 하며, 신의와 신뢰가 확립될 것을 요한다. 그렇다면, 그 양측 입장에서 볼 때, 제대로 작동이 되는 관계를 발전시킬 수 있는 전화통화가 이뤄지게 하는 일은 의미있는 일이 된다. 이것은 정확한 정보가 양방향으로 전달되는 것과 전화발신자와 그에게 조언하는 사람간의 친밀한 관계 증진을 토대로 하여 이루어진다. 특별히 전화발신자는 그 전화통화가 끝날 때 신뢰감을 얻을 수 있기를 원하며, 제공받은 정보가 정확하고 신뢰성 있는 것이기를, 그러니까 한마디로 그 조언을 해준 콜센터 사람을 신뢰할 수 있게 되기를 원한다. 그 상황은 가능하다면, 단 한 통화로 해결이 되어야 한다. 즉 문제가 단방에 해결되어야 하며, 그 어느 쪽이라도 전화를 다시 걸어야 하게 되기를 원치 않는다.

어떻게 하면 이렇게 할 수 있겠는가?

콜센터에서 전화를 받은 조언자들은 자기들이 지원하는 대상 제품과 서비스에 관해 잘 훈련을 받았어야 하고, 제품에 최근 가하여진 변경에 대한 최신 정보와 그 변경이 초래하고 있을 수 있는 문제들을 잘 알아야 한다. 그들은 정보를 제공하는 방식에서 효과적일 필요가 있다. 즉 그것을 바르게 파악하여 완전하고, 정확하게 전달해줄 수 있어야 한다. 이따금 확정적으로 말하지 못하고, '주가는 떨어질 수도 오를 수도 있듯이', 조건과 상황에 따라 다른

결과가 나타날 수도 있다고 조언해야 할 때도 있을 것이다.

전화 발신자의 상황에 딱 맞는 정보를 제공하기 위해서, 조언자는 무엇보다도 발신자가 호소하는 문제가 무엇인지 정확히 진단할 수 있어야 한다. 여기에는 좋은 경청 수완이 발휘될 필요가 있지만, 성급하게 결론을 넘겨짚지 않으면서 적절한 질문을 할 수 있는 능력도 필요하다. 전화발신자가 가장 답답해하는 때는 자기가 한 말을 상대방이 이해를 하지 못하고 또 제대로 경청하지 않고 있다고 느낄 때이다. 자, 전화를 건 사람이 자기의 문제가 무엇인지 그리고 그 상황이 어떤 상황인지 제대로 설명하지 못하는 때가 있을 수 있다. 그러면 이것은 조언을 해주는 콜센터 사람이 질문하고 경청하는 기술에서 보다 수완이 있어야 한다는 말이다. 그러므로 문제의 진단이나 상황 파악은 조언자가 갖춰야 할 극히 중요한 기술이 된다. 그 전화 통화의 문제를 이해하게 된 말미에서, 조언자는 자기가 전화발신자의 상황을 어떻다는 것으로 이해했다는 것을 요약해 말해줘야 한다.

그 상황이 이해되었다는 것을 확실히 해둔 다음 순서는 ‘문제해결’ 또는 ‘질문응답’ 국면이다. 자, 이번에는 그 질문에 대해 어떤 답이 없는 경우가 있을 수 있다. 전화발신자가 요청한 것은 물리적으로 불가능하든지, 어떻게 구할 수 없는 것일 수가 있는 것이다. 그렇다면 조언자는 발신자에게 이점을 적절한 상황설명과 양해를 구하는 말로 요령껏 잘 설명해야 한다. 바로 이 시점이 전화통화가 이루어지는 동안 전화발신자와 조언하는 사람 사이의 유대관계가 형성되는 시점이다. 만약 그들이 그 전화통화의 초반에 벌써 좋은 관계와 교감을 형성해놓고 있다면 이 부분은 더욱 쉬워질 것이다. 좋은 유대감은 어쨌든 중요하며 장기적인 관계를 형성하는 열쇠가 된다. 질문하면 좋은 질문은 ‘전화를 건 사람이 이 전화통화 다음에도 다시 콜센터에 전화를 걸고 싶으실 것인가?’, ‘전화를 건 사람은 다른 사람들에게도 이 콜센터로 전화하라고 추천하실 것인가?’, ‘전화를 건 사람은 지난 번 전화를 걸었을 때 받은 응대가 어떠했는지 상관없이, 이번에는 올바른 정보를 얻기 위해서 다시 전화를 거셔야 하셨는가?’ 등이다.

그러므로 효과적인 응대에 기초하여 좋은 유대감을 형성하는 것은 전화발신자들이 콜센터가 어떻다는 느낌을 주는 열쇠가 된다. 이들 두 측면을 모두 측정하는 기법들은 잘 확립되어 있지만, 전화발신자들이 첫 번째 전화통화에서 받은 즉각적인 인상은 어떤 것인지를 측정하고, 전화발신자측 상황을 탁월하게 파악하고 분석하는 것을 발전시키는 일에는 아직까지 확립된 것이 거의 없다. 너무도 자주 조언자들은 발신자의 질문을 오해하여 성급하게 결론으로 넘어가거나 회사의 방침이나 주장에 맹목적으로 따르고 있다.

유대감을 형성하기 위해서는, 조언자는 전화발신자의 필요에 민감하고 상황을 전화발신자의 시각에서 이해하고, 그가 느끼는 감정을 느껴볼 필요가 있다. 전화발신자들의 의견을 일단 덮어두려 하거나 단지 회사측 설명만 반복하고 있을 때에는 그런 유대가 이뤄지지 않는다. 그것은 컴퓨터를 사용하거나 진전된 교환기를 쓴다고 해서 해결되는 문제가 분명 아니다. 지금까지 컴퓨터응답 또는 ARS응답기와 의미 있는 유대관계를 맺었다고 하는 사람이 과연

어디 한 명이라도 있었던가?

매우 간단한 거래, 이를테면 계기 수치를 읽고 영화티켓을 주문하는 것 같이 아주 간단한 거래들은 자동화시스템을 통해 이루어질 수는 있다. 하지만 그것이 사람들이 그렇게 하는 것을 좋아한다거나 사람들이 그것을 쉽게 사용하게 되리라고 단정하게 되는 징표가 되어선 안된다. 그렇다면 기관들은 판매를 좀 더 늘리기 위해 관계 형성할 기회를 놓친 것이다.

본 글의 초장에서 강조한 정보의 교류는 다른 수단들에 의해 행해질 수도 있는데, 예를 들면 다음과 같은 것들을 통해서도 이루어질 수 있다

- 편지
- 이메일
- 홈페이지

이들 중 그 어느 것도 상황검증과 관계형성에 진정 훌륭한 것이 되지 못한다. 사실적인 정보를 얻기 위해서는, 이들 방법들을 사용하는 것이 가능할 수도 있고, 또 이들 방법들은 사람들이 올바른 답변에 도달하도록 하는 ‘흐름도’까지 제시하는 것일 수 있다. 하지만 그것들은 전화 발신자가 어디에서 시작해야 할지 알 수 없는 보다 복잡한 질문들은 해결해주지 못한다. 검색엔진 ‘구글’에서 검색을 해보면 수천 개의 사이트들이 검색된다. 그런데 과연 그 중 어떤 것이 당신에게 맞는 것이며 또 그것들이 적절하고, 정확하고 믿을 만한 것인지 아닌지 알 수가 없다.

조언자가 또 하도록 격려되어야 할 마지막 한가지 일은 고객들이 겪고 있는 문제 정보들을 또 피드백해주는 일이다. 콜센터들은 해당 기관의 눈과 귀의 역할을 해야 하며, 어떤 과정이 고장나 있으면 콜센터 조언자는 고객이 겪고 있는 그 문제에 대해 그 기관의 해당 부서에 그 내용을 피드백해줘야 한다. 문제는 고객들이 최근에 나온 정보 쪽지들을 이해하는데 어려움을 느끼고 그래서 그것이 문제를 유발하는 것일 수 있다. 조언자가 고객에게 ‘네, 그 문제는 저희 회사에서도 알고 있습니다’ 하고 말하는 것만으로는 불충분하다. 그들은 ‘네, 그것은 저희 갑 부서에 보고되었으며, 그 부서는 새 통지서를 고객님의게 발송해드리게 될 것입니다’ 라고 말할 수 있어야 한다. 만약 그것이 아직 알려진 적 없는 새 문제라면, 그것을 보고하고 그 내용을 또 설명해주는 일이 더욱 중요해진다. 이상적인 경우라면, 조언자들이 전화발신자에게 해줄 답을 구해 가지고 발신자들에게 회신 전화를 걸어줄 개인적인 책임을 갖는 것이다. 이렇게 하기 위해서라면, 그들은 사실을 완벽하게 파악하고 있어야 하며, 그 다음에는 그 해결책을 갖고 있거나 그 업무를 협의해서 해결해야 할 1차적 책임을 띤 부서와 협의를 해야 한다. 조언자들 이렇게 하는데는 시간이 필요할 것이므로, 이렇게 시간이 걸릴 것도 계산하고 있어야 한다. 콜센터 조언자들이 어떤 전화를 받아 경청하고 그래서 자기가 파악한 내용은 어떤 것이라고 고객에게 말할 때(통화내용 요약시점), 그들은 그 통

화의 세부내역을 기록할 시간을 갖게 된다. 이와 비슷하게 그들이 어떤 문제를 해결하여 답 전화를 할 때에도, 그렇게 하려면 시간이 좀 필요하다. 그것은 반드시 즉시 해야하는 일은 아니며, 전화 발신자가 동의한 일정 시간내에만 하면 된다. 그렇다면 이렇게 시간여유를 두고 해결하는 것은 콜센터들이 겪는 다른 문제- 즉 고객들의 전화 수요가 일정 시간대에 한꺼번에 몰리는 것을 어떻게 안분할 것인지를 문제를 해결하는 데에도 적용할 수 있다. 문제를 접수하여 후속조치를 취하고 있는 콜센터 요원들은 몇분 후에는 또 전화를 받도록 요청될 수 있다. 콜센터의 조연자들은 문제해결에 동기력을 가져야 하고, 또 그렇게 인정을 받아야 한다. 이렇게 되는 것은 그들이 전화를 얼마나 많이 받고 응대했는가 만큼이나 중요한 일이다.

엑스퍼 협회 창립회원 피터 로스 저