

지역성 유지 : 콜센터(Contact Center)들의 국제 대금납부 처리상의 난점

비록 오늘날 콜센터들은 그 10퍼센트 정도만이 판매를 직접 처리하거나 그 시작이라도 하여 수익 모델이 된다는 개념을 포용하고 있긴 하지만, 이것이 앞으로 더 증가하게 되어 있는 세계 전반적인 추세라는데 대해서는 대체로들 공감하고 있다. 동시에 콜센터 산업은 해외화(海外化) 현상이 계속 진행되는 것을 목격했는데, 때로 그것은 아웃소싱전략의 일환으로 그러했으며, 단일한 자원이 종종 여러 나라들의 수요를 충족시키는 가운데 그와 같은 일이 이루어졌다. 이 해외화와 아웃소싱, 두 세력은 공히 이제 그 산업이 한가지 매우 근본적인 문제에 주목해야 할 때가 되었다는 것을 의미하는데, 그 문제란 여러 나라들에 있는 고객들이 납부하는 대금을 종종 한 콜센터를 통해서 처리하는 문제라고 할 것이다. 거기에는 또 고려해야 할 여러 난점들이 존재한다. 가장 중요한 것은, 비록 콜센터가 그 성질상 '국제적'이라고 할 지라도, 그것은 각 권역의(국가의) 대금지불 선호에 맞출 수 있어야 한다는 것이다.

그렇다고 하면, 우리는 지금 어떤 종류의 도전을 이야기하고 있는 것인가? 한 시나리오를 예로 들어보자. X라는 가상의 회사가 있다고 하자. 그 회사는 소비재 유통회사라고 하자. 그 회사는 콜센터를 중부유럽의 한 곳에 집중시켰다. 그것은 기본적인 안내데스크 지원부터 시작했는데, 금새 그들의 숙련된, 다국어룰 구사하는 요원들이 동등하게 주문 건들을 처리할 수 있다는 사실을 깨닫게 되었다. 이것은 아주 잘 진행되어 그 X회사는 이들 요원들이 그저 판매를 처리할 수 있는데 그치지 않고, 판매를 촉진시키기 까지 하는 것을 깨닫게 되었다. 결국 각 통화 말미에 이렇게 말하는 것이 간단히 진일보한 것이 되어 버렸다. “그런데, 손님께서는 저희가 Y상품도 시판하게 된 것을 알고 계셨나요. 고객님의 이력을 살펴보니, 고객님의 작년에 구입하셨던 Z상품에 이 Y를 추가하면 정말 딱이겠다는 생각이 드는데요.”

여기까지는 좋다. 그리고 이런 일은 오늘날 이미 일어나고 있다. 예를 들어서, 한 국제소비자 기술상품회사는 유럽 전역의 고객들이 인터넷 사이트를 통해서 걸 수 있는, 통화료가 무료인, 전화를 아일랜드에 있는 콜센터 한곳에 집중 배치해놓았다. 하지만 매도주문을 받을 수 있게 되었다고 하여 문제가 다 해결된 것이 아니었다. 말하자면 회사들도 그 주문 건들을 처리할 수 있어야 하는데, 그렇게 하는 것은 올바른 종류의 대금지불 인프라가 깔려 있어야 한다는 말이었다. 콜센터가 그저 자기 지역의 판매고만 처리할 때는, 이것은 상당히 직설적인 것으로 약간의 대금지불 방법만 갖추면 되었다. 하지만 콜센터가 세계 전역에서의 판매고 처리책임을 맡게 된 때에는, 다른 수십여 가지의 대금지불 방법들을 처리할 수 있어야 했다.

○ 신용카드가 지배적이지 못함

국제 소매사업계에서는, 소비자들이 선호하는 대금지불 방식이 각 나라마다 크게 다르다는 인식이 커지고 있다. 국제적으로 주로 통용되는 신용카드들이 지금도 전체 대금지불의 왕좌를 차지하고는 있지만, 어떤 나라들에는 그 카드들이 진출해 있는 수준이 미미한 정도에 불과하다는 것을 기억하는 것이 중요하다. 비록 미국 소비자들은 이런 종류의 카드를 여러 장 가지고 있을 수 있고 대부분의 영국 소비자들도 그런 카드를 적어도 한 장 정도는 갖고 있을 수 있지만, 독일과 스페인, 이탈리아 소비자들은 다른 형태의 대금지불 방식을 더 선호한다. 이런 경우, 회사들은 자사의 잠재 판매고를 극대화하기 위해서는 직불카드나 이보다도 더 구식인 수표이체 같은 국지적인 대금지불 방식들을 지원할 수 있어야 하게 된다.

앞서 언급했던 아일랜드에 범유럽 담당 콜센터를 두고 있던 소비자기술 회사는 주목해볼 만한 사례가 된다. 그 회사는 여러 대륙마다 다른 각 지역에 특유한 다양한 대금지불방식들을 지원할 수 있고 싶어했지만, 이것은 아일랜드내의 아일랜드 은행들이 제공할 수 있는 서비스가 아니었다. 그래서 그 회사에게는 다음 세 가지 선택이 있었다: 첫째, 고객을 성나게 할, 또 심지어는 고객을 잃게 될 위험까지 무릅쓰며 지역적인 대금지불방식을 거부한다. 둘째, 각 국의 은행들에게 대금지불 채널을 하나 만들도록 그 많은 은행들과 협의를 하는데, 이것은 시간이 무척 많이 들고 복잡한 절차가 아닐 수 없다. 셋째, 이미 은행들과 거래를 하고 있는 대금지불 서비스제공 전문 제3자 회사를 회사 밖에서 구하는 것(아웃소싱)이다.

그 회사는 세 번째 선택, 즉 대금지불 서비스제공 회사를 선택했는데, 그 서비스회사는 대금지불방식을 75개도 넘게 지원한다. 실제로 이것은 그 기법(해결책, solution)이 그 회사로 하여금 예컨대 비록 주문이 아일랜드내에서 이루어지는 때에도 덴마크의 직불카드를 받을 수 있다는 것이다. 복잡하지 않은 웹기반의 사용자 접속방식(인터페이스)은 그 회사가 회계과(會計課) 대금지불처리 시스템을 갖추게 해주었는데, 그 시스템은 참여 은행들과의 모든 거래를 수행해주며, 수수료를 계산하고 그 처리절차 진행상황을 보여주며 일정범위의 보안체크 기능까지 수행한다.

○ 비용절감

비용은 또 하나의 고려대상 문제다. 예컨대, 세계 단 한곳에서 신용카드를 결제처리하는 일은 완전히 실현 가능하며, 콜센터들의 경우 언제나 그렇게 처리하고 있다. 하지만 만약 운영비가 즉각 절감될 수 있고, 국경을 넘는 비용을 제거할 수 있다고만 한다면, 그 판매가 실제로 이루어진 바로 그 나라에서 신용카드로 처리하는 것에 이점이 있을 수 있다. 콜센터 소유자는 일거에 각 주문건의 수익성을 높일 수 있다. 대금지불서비스 제공사는 또 그 시스템에서 정해놓은 파라미터(척도)들이 어느 특정 국가에서 일어나는 특정

한 대금지불의 최적 경로를 알 수 있게 해주는 ‘최적 경로화’(optimum routing) 장치를 해놓을 수 있었다. 이런 예를 들어본다면, 대금지불에 쓰이는 카드가 어느 지역에서 쓸 수 있는 직불카드의 기능을 가지면서 동시에 국제적으로 통용되는 신용카드 브랜드를 취하는 경우를 들 수 있는데, 이 경우 대금지불은 다른 두 기관에 의해, 그러니까 하나는 국내적으로, 다른 하나는 국제적으로, 적절히 처리될 수 있는 한편, 거기에 해당되는 각각의 비용은 최고 300퍼센트까지 차이가 난다. 덧붙여, 최적 경로화는, 이제 곧 설명하겠지만, 세계 전반의 서비스 수준향상을 도모하는데 이용될 수 있다.

그 제3자, 즉 외부에서 콜센터를 제공하는 회사들은 다국적 기업들에게 비용대비 효과가 뛰어난 역외지역들에서의 서비스를 제공하며, 이와 같은 ‘지역색을 살려 집중된’ 대금지불 처리 개념을 통해 자사의 경쟁우위를 더욱 견고히 다질 수 있게 될 것이다. 하지만 그들은 이 개념을 자기들이 각 고객회사들에게 제공하는 견적에 잘 통합해 넣을 수 있어야 한다. 대부분의 경우, 그들은 대금지불 처리를 특정 국가에 위치한 집적된 지점으로 그저 단순히 역운반하고 있는 것이 현실이다.

○ 보안의 강조

보안은 권역내 대금지불 처리 콜센터이건 국제적 대금지불 처리 콜센터이건 상관없이 공히 신경을 써야하는 것으로, 이것은 수익성에 큰 영향을 미치는 문제다. 선택된 대금지불 인프라 또는 그 전략은 이것과 상당한 관계가 있다. 예컨대, 영국과 미국 은행들은 주소 확인절차(address verification)를 제공한다. 달리 말하면, 카드 소지자의 신상내역이 승인을 요청한 장소와 대비하여 체크가 되어진다는 말인데, 그것은 해당 고객을 알려진 일정 주소에 미리 링크시켜 놓고 그렇게 한다는 말이다. 이것은 전혀 실수가 없을 장치가 되진 않지만, 카드 사기를 예방하기 위해 가장 많이 사용되는 방책들중 하나다. 물론 각 콜센터는 해당 국가에 있는 은행과 거래관계가 있을 때에만 그와 같은 주소검증의 혜택을 누릴 수 있을 것이다.

고객에게 카드 뒷면에 기재된 3자리 숫자를 알려주도록 요구하는 것도 카드 사기를 방지하는 한가지 방법이 될 수 있기는 하지만, 다시 말하는데, 각 나라들에서 대금을 결제하고 그것이 불법사용이 아니고 진정한 보유자에 의한 사용인지 확인을 다루는 방식들 간에는 종종 엄청난 차이가 있다는 것을 기억하는 것이 정말 중요하다. 아직까지 카드 뒷면에 기재된 3자리 숫자 확인방식을 실제로 취하고 있는 국가는 세계 국가들중 절반도 안 되는 실정이다.

덧붙여, 제3자 대금지불서비스 제공회사들을 이용하는 것은 사기(詐欺) 위협에 대처하는데 도움이 된다. 예를 들어서, 어떤 단체들은 특정 신용카드(예컨대, 도난당한 카드)나 구매자가 특정 전화번호를 명의로 하여 판매가 이뤄지는 경우, 그 판매건을 요주의 목록

에 올리거나달리 두드러져 보이게 하여 구별할 수 있다. 전화를 건 사람이 잘못된 전화 번호를 알려 주는 경우에조차, 발신자전화번호표시 장치를 이용하면 때때로 유용할 수 있다. 어떤 시스템은 또한 의심이 가는 행동이나 형태들을 추적하여 자동적으로 경보를 발령하기도 한다.

○ 판매 채널의 통합

효과적인 대금지불 인프라 구축을 추진하는 일 역시 멀티채널 콜센터들이 탄생하게 하는데 중요한 역할을 할 수 있다. 전화통화기반 판매를 처리하는 바로 그 시스템이 또한 전자상거래를 통한 판매건도 처리할 수 있게 되면서, 그 콜센터에게 즉각적인 ‘규모의 경제’를 가져다 줄 수 있다. 비빗(Bibit)사는 이런 일이 벌써 일어나고 있는 사례를 알고 있다.

하지만 그들이 멀티채널로 되어 있든 그렇지 않든 상관없이, 집적 처리와 지역사정을 고려한 대금지불방법 지원의 혜택을 결합하는 대금지불전략을 갖추는 것은 콜센터가 수익 센터로 여겨질 만큼 위상이 격상되게 할 것이 분명하다.

Bibit사 전무 스텐트 로버츠 저