



## Frost & Sullivan's

### Outbound Dialing Market - Executive Summary

#### 시장의 개요와 정의

이 Frost & Sullivan 연구는 세계 아웃 바운드 다이얼링 시장의 점유율 그리고 수요 분석을 예측한다.

비록 북미에서 이 솔루션을 위한 시장이 전년도에 빠르게 성장하디 않았을지라도, 전 세계 시장에서는 빠른 성장률을 보여주고 있으며 , 특정 업체들은 극적인 성장을 경험했다.

아웃바운드 다이얼링 솔루션으로 제공되는 그리고 솔루션 요구를 지원하는 사전 고객 관리 기술 사용의 성장은 강력한 ROI(return on investment) 가치 제안을 제공하였다.

아웃 바운드 다이얼링 시스템들은 Contact Center에서 대량의 아웃 바운드 호 처리를 용이하게 하는 하드웨어와 소프트웨어 혹은 software-only 솔루션으로 규정된다.

그러한 시스템들은 또한 정교한 pacing 알고리즘들을 사용할 때 예측 다이얼링 시스템 혹은 자동 다이얼링 시스템으로서 언급되기도 한다. 부가적으로, 아웃 바운드 다이얼링 시스템들은 outbound/inbound call blending 특징에 번들되어 제공되기도 한다.

정교함의 범위에 따른 다양한 다이얼링 모드가 아웃 바운드 시스템에서 사용 가능하다. 그들은 predictive dialing , preview dialing 그리고 power dialing 을 포함한다.

#### 시장 주도 요소 와 제약 요소

주요 시장 주도 요소는 다음을 포함한다:

아웃 다이얼링 어플리케이션들은 비즈니스가 강력한 가치 제안을 찾는 경제 침체 시기에 매우 효과적이고 잘 개발된 ROI 모델을 제공한다.

아웃 바운드 다이얼링 시장은 그것의 신용 컬렉션 어플리케이션들 때문에 경기 조정이다, 따라서 경제 침체에서 긍정적인 성장으로의 충격을 가능하게 한다.

혼합 솔루션을 위한 요구는 고객 기반을 확장하므로, 판매자들의 이익 유지를 가능하게 한다.

주요 제약 요소는 다음을 포함한다:

큰 call center 시장의 성숙은 미래 확장 억지로 분할한다.

call blending에 대한 에이전트 훈련의 어려움은 북미에서 시장 기회에 억지로 작용을 한다.

비용을 생각하는 최종 사용자들은 아웃 바운드 시스템들을 업그레이드 하기 싫어한다.



### 시장 기회

세계 아웃 바운드 다이얼링 시장은 2001년에 대략 275,338개의 에이전트 시트 설치와 3억 6740만달러를 매출하였다. **compound annual growth rate ( CAGR )**이 가격 하락때문에 2001부터 2007까지 1 퍼센트 하락이 예상되는 동안에, 장치 설치는 CAGR에서 7 퍼센트 증가할 것으로 기대된다. 많은 경쟁자들과 고 포화 때문에, 아웃 바운드 다이얼링 시장은 가격에 기반을 둔 경쟁을 경험하였다.

시장의 어떤 특정한 영역은 **contact center** 어플리케이션들의 전반적인 슈트와 통합되고 하드웨어에 기반을 둔 시스템들보다 저렴하다는 점에서 소프트웨어에 기반을 둔 아웃 바운드 다이얼링 기능을 선택하고 있다.

게다가, 고 기능성, 고 확장성 하드웨어 기반 예측 다이얼링 시스템을 요구한 contact 센터들은 이전 년도들 보다 더 저렴한 시트 당 가격을 협상하고 있다.

이것은 시장이 거의 포화 상태에 있는 북아메리카에서 특히 사실이다.

포화율의 차이 때문에, 예상된 주기에서 기술의 성장율은 전세계에 걸쳐 상당히 변화한다.

아시아 그리고 라틴 아메리카 시장에서 큰 성장이 기대된다. 유럽 시장에서는 안정적인

성장이 기대된다. 그리고 북미 시장에서는 포화와 가격 붕괴 때문에 시장 침체가 기대된다.

각 지역의 상세한 분석은 보고서에서 제공된다.

### 경쟁 분석

이 산업의 경쟁 구도는 지난 2년간 상당히 바뀌었다. 이 시장은 지난 2년 반 사이에 강력한 기업합병, 매수 활동에 의해서 표시 되었다.

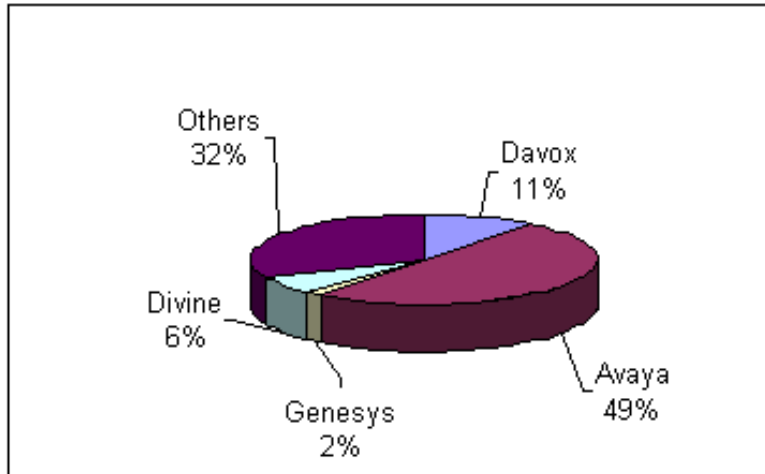
전통적으로, 3개의 주요한 주자들이 아웃 바운드 다이얼링 시장에 있었다:

**Concerto** (이전에 Davox), **divine** (이전에 eShare 그리고 이전에 Melita), 그리고 Avaya( 2000년에 Mosaix를 인수) .

3개의 회사들 사이의 경쟁은 지독하였다, 이 세 주자들 각자는 계약의 정확성과 가장 중요한 에이전트 생산성의 극대화를 필요로 하는 텔레마케팅과 **credit collections** 유도과 같은 대량의 아웃 바운드 다이얼링 캠페인에 적합한 하드웨어 그리고 소프트웨어 기반 예측 다이얼링 기능 모두를 제공한다. 기업의 흡수 합병 파도에 따라서 이러한 회사의 부분으로 경쟁은 재 배치 되었고. 이 회사 각자의 시장 점유율 위치는 바뀌었다.

Avaya는 각 지역에서 시장 점유율에 극적인 증가를 보이고 있고 다른 경쟁자와 이익에 있어 큰 차이를 보이고 있다. 다음 도표는 세계 아웃 바운드 다이얼링 시장에서 Avaya의 위치를 반영한 것이다.

World Outbound Dialing Market: Market Share Analysis by Revenues, 2001



시장의 나머지는 CTI와 ACD 제품들과 관련하여 아웃 바운드 다이얼링을 제공하는 contact center suite 벤더들, 그리고 low-end 제품들을 판매하는 독립적 아웃 바운드 다이얼링 벤더들로 구성된다. 많은 contact center suite 벤더들이 일반적으로 제안하는 software-only 솔루션은 일반적으로 예측 다이얼링과 비교하여 preview 그리고 power dialing 모드로 제공된다. 그러한 아웃 바운드 다이얼링 솔루션들은 proactive customer care campaigns, 그리고 소량의 call 이 요구되는 outbound contact campaigns 에 사용된다.

**결론**

Frost & Sullivan은 아웃바운드 다이얼링 어플리케이션 시장은 지속적으로 건강하게 성장하고 있다는 것을 발견하였다. 그 이유는 북미의 이외의 지역은 아직 포화상태에 다다르지 않았고, proactive customer contact campaigns에서 아웃바운드 다이얼링의 혁신적인 사용과 telemarketing 과 credit collections에서 예측 다이얼링 기능의 필요가 진전되기 때문이다. 시장 기회를 이용하기 위하여 유능한 벤더들은 어떻게 전체적인 customer care 전략에 아웃 다이얼링이 적합한가 하는 비전을, 그리고 이 비전을 수행하기 위한 능력 제시할 것이다 (예를 들면 전화 통화에 대해서는 high-value 고객들로부터 전자 우편에 응답하는 것으로)

추가로, 산업의 요구로서 대용량 아웃 바운드 contact은 전세계에 걸쳐 지속적인 성장을 할 것이고, 대용량 아웃바운드 다이얼링 시스템의 벤더들은 큰 성장을 경험할 것이다.