

CRM

10

CRM

10

Cap Gemini Ernst

& Young CRM

CGEY Solution Model

**10**  
CRM 도입을 위한 10대 원칙

- 1. Value Segmentation**  
가치 기반 고객 세분화
- 2. Institutional Memory**  
정보기술을 활용한 고객 정보의 전사적 공유
- 3. Collaboration**  
고객과 협업
- 4. Touch-point Alignment**  
효과적인 고객별 채널 관리
- 5. One & Done**  
요청 시장에서 고객의 문제 해결
- 6. Real-Time Information Management**  
실시간 정보 관리를 통한 의사결정
- 7. Customer Scorecard**  
고객 성과 측정표 마련
- 8. Closed-Loop Processes**  
응용정보 시스템간 정보의 통합 확보
- 9. Listening & Learning Posts**  
고객의 의견 수렴 및 반영
- 10. Customer Experience Management**  
라이프 사이클에서 형성된 고객의 경험 관리

1.가 (Value Segmentation)

profitability customer (lifetime) value 가 (customer

가

가

가

2. (Institutional Memory)

3. (Collaboration)

Collaboration

4. (Touch-point Alignment)

가 가

가

cost benefit analysis

5. (One & Done)

. One & Done

가

20%

One & Done

Efficiency

가

.& Done

가

가?

가

**6. (Real - Time Information Management)**

가

Right Customer ( )      Right Decision Making ( )

Right Hands ( )      Right Information ( )

Institutional Memory      가

**7. (Customer Scorecard)**

( , )

( , Share of Spend, 가 )

Scorecard

가

가

가? One & Done

가?

가?

IVR (Interactive Voice Response)

Scorecard 가 .

**8. (Closed-Loop Processes)**

/

가

.

. ,

가

가 .

**9. (Listening & Learning Posts)**

. & Learning Posts , , 가

. 가

.

.

가? 가

가

.

**10. (Customer Experience Management)**

,

가

.

.

. ,

,

Customer Experience

Management

.

CRM

10

.

,

CRM 10

가?

10

가?

CRM 10

가?

CRM

.