

Zendesk 벤치마크

옴니채널 지원의 ROI 사례



목차

01

요약 보고

02

주요 연구 결과

03

고객은 이제 옴니채널 접근 방식을 원합니다

04

가장 빠르게 성장할 뿐만 아니라 더 우수한 성과를 보여주는 실시간 채널

05

옴니채널 지원을 통해 테네시 주의 CSAT 35% 상승

06

옴니채널 지원으로 Monese의 애널리틱스 개선 및 응답 시간 단축

07

옴니채널을 선도하는 기업

요약 보고

기업이 고객 경험을 개선하기 위한 새로운 방법들을 모색함에 따라 여러 채널에 걸친 지원을 제공하는 것이 최근 선풍적인 인기를 끌고 있습니다. Aberdeen Group에 따르면 2012년과 2017년 사이에 기업이 고객과의 소통에 사용하는 채널 수가 두 배로 늘었습니다.

하지만 몇 개의 채널에서 지원을 제공하는 일과 진정한 통합 옴니채널 솔루션을 제공하는 일은 완전 별개입니다. 140개국에 있는 Zendesk 고객 45,000명의 제품 사용 데이터 인덱스인 [Zendesk 벤치마크](#)의 데이터를 사용하여 기업이 왜 옴니채널 지원으로 전환하는지와 옴니채널 지원에 Zendesk를 사용하는 기업이 그렇지 않은 기업과 어떻게 다른지에 대해 조사했습니다.

벤치마크 샘플을 보면서 Zendesk는 통합 옴니채널 지원에 대한 정의를 이메일, 웹 양식, 채팅, 전화 및 셀프 서비스를 통한 지원 전반에 Zendesk를 동시에 활용하는 것이라고 내렸습니다. 또한 이 접근 방식은 변화하는 고객의 기대치에 부합될 뿐만 아니라 효율성 향상 및 고객을 위한 전반적인 지원 측면에서 실질적인 ROI를 의미한다는 사실을 발견했습니다.

이러한 연구 결과는 옴니채널을 도입하지 않는 기업은 경쟁에서 필연적으로 뒤쳐질 수 밖에 없다는 사실을 일깨워 주고 있습니다.

주요 연구 결과

01

옴니채널은 보다 효율적인 지원을 의미합니다.

Zendesk 벤치마크 기업 중 통합 옴니채널 솔루션을 사용하는 기업은 제한된 수의 채널을 고수하거나 단절된 채널을 운영하는 기업보다 월등한 성과를 내고 있습니다. 그러한 기업의 고객 대기 시간은 훨씬 짧고 문제 해결 속도도 더 빠르며 후속 작업도 필요하지 않습니다.

02

옴니채널 기업은 고객의 높은 기대치를 충족시킬 수 있는 역량을 갖추고 있습니다.

고객은 더 높은 기대치를 가지고 있으며 여러 채널 사이를 끊임없이 이동할 수 있기를 원합니다. 2017년 이래 다수의 티켓을 보유한 대다수의 고객은 두 개 이상의 채널을 사용했습니다.

03

실시간 채널이 가장 빠르게 채택되고 있습니다.

실시간 채널과 Facebook이 기존의 이메일 및 웹 양식의 성장을 앞지르면서 가장 빠르게 성장하고 있습니다. 통합 옴니채널을 사용하는 기업의 경우 실시간 채널은 지원 팀의 작업량 분담 측면에서 이메일과 웹 양식을 점점 더 앞서고 있습니다.

04

주요 메트릭에 따르면 실시간 채널은 다른 채널보다 앞서 있습니다.

실시간 채널은 가장 빠르게 성장하는 채널일 뿐만 아니라 주요 운영 메트릭 전반에서도 더 우수한 성과를 발휘합니다. 전화나 채팅 지원을 통해 처리되는 티켓은 고객 만족도가 훨씬 더 높고, 재등록 수가 더 적으며, 첫 번째 응답 시간이 보다 빠릅니다.

05

B2C 기업이 가장 빠른 속도로 옴니채널로 전환하고 있습니다.

B2C 기업은 목표 고객이 통합 옴니채널 기업의 가장 큰 점유율을 차지하므로 옴니채널 접근 방식을 택할 가능성이 더 큼니다. 또한 B2C 기업은 보통 B2B 기업이나 사내용 지원 데스크보다 일반적으로 더 다양한 고객층을 보유하고 있으므로 처리하는 티켓 양도 상당히 많습니다.

고객은 이제 옴니채널 접근방식을 원합니다

고객의 기대치는 그 어느 때보다 높아졌고 기업은 옴니채널 지원 접근 방식을 통해 그러한 기대치에 부응하고자 노력하고 있습니다. 이는 여러 채널에 걸쳐 완전 통합되고 고객이 어디에 있든, 어떤 장치를 사용하든 관계없이 맞춤 경험을 제공하는 지원 솔루션을 의미합니다.

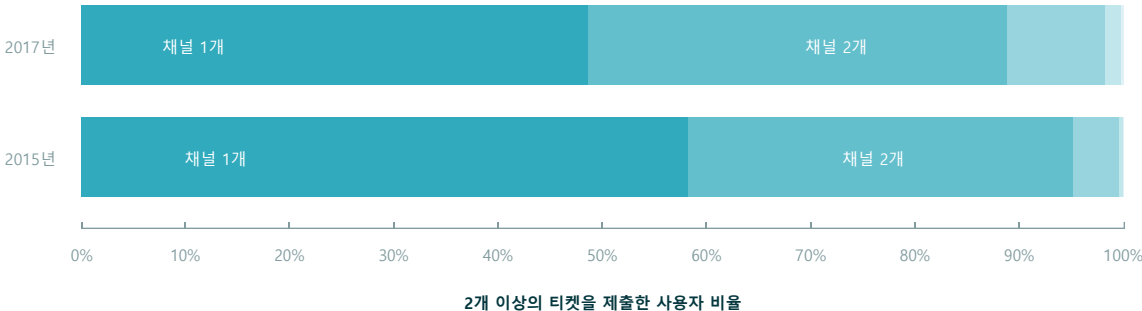
지난해 **변화하는 고객의 기대치**를 조사했을 때 설문조사에 참여한 61%의 응답자가 5년 전보다 고객 서비스로부터 더 빠른 응답을 받기를 원하는 것으로 밝혀졌습니다.

그렇다면 기업은 이렇게 높아지는 기대치를 만족시키기 위해 어떻게 해야 할까요? 해답은 어떤 채널을 사용하여 지원 팀에 연락하든 상관없이 고객의 니즈 및 선호도를 만족시키는 것에 초점을 맞추는 것입니다. 이는 이메일과 웹 양식 같은 기존 채널을 제공하는 데에서 더 나아가 전화와 채팅 같은 실시간 채널을 제공하는 것을 의미합니다.

고객은 이미 여러 채널 사이를 쉽게 이동할 수 있기를 기대하고 있습니다. Zendesk의 데이터에 의하면 작년부터 2건 이상의 티켓을 제출한 대다수의 고객이 두 개 이상의 채널을 이용한 것으로 나타났습니다.

이러한 추세는 고객이 일상 생활에서 다른 사람들과 소통하는 방식이 브랜드와 소통하는 방식에 일부 반영된 것이기도 합니다. Conduent의 조사에 따르면 보통 고객은 가족 및 친구와 대화할 때 5개의 채널을 사용하고 브랜드와 소통할 때에는 2개의 채널을 사용합니다.

전체적인 경험에 대한 기대치가 더 높을 뿐만 아니라 또한 고객의 니즈와 가정은 채널에 따라 다릅니다. 시간대, 특정 채널에 대한 선호도 및 기타 여러 요인에 따라 고객은 문제를 해결하기 위해 단일 채널 또는 여러 개의 채널을 이용할 수 있습니다.



고객이 하는 말	고객이 이용하는 채널	고객이 기대하는 것
<p>“직접 답을 찾고 싶습니다.”</p>	<p>셀프 서비스</p>	<p>고객은 첫 번째 연락 방법으로 셀프 서비스를 선택하는 경향이 있으며, 실제로 76%의 고객이 다른 방법보다 셀프 서비스를 선호합니다. Loudhouse에 따르면 니즈를 완벽히 충족시킬 준비가 된 경우 91%의 소비자가 지식창고나 헬프 센터를 사용하고자 합니다.</p>
<p>“질문에 대한 답을 찾고 있지만 지금 당장은 아닙니다.”</p>	<p>이메일 및 웹 양식</p>	<p>이러한 기존 지원 채널을 통해 고객은 문의 내용을 작성하고 즉각적인 응답까지는 아니더라도 적시에 응답을 받기를 기대합니다.</p>
<p>“복잡하고 급한 문제가 있어서 상담원과 이야기해야 합니다.”</p>	<p>전화</p>	<p>조사에 따르면 고객은 전화 지원을 여전히 복잡한 문제를 해결하는 가장 빠른 방법으로 보고 있으며, Software Advice 설문조사에서는 79%의 응답자가 복잡한 재정 관련 질문에 전화 지원을 더 선호한다고 답했습니다.</p>
<p>“시간이 별로 없어 지금 당장 도움이 필요합니다.”</p>	<p>실시간 채팅</p>	<p>일반적으로 고객은 효율적이며 멀티 태스킹이 가능한 실시간 채팅을 통해 즉각적인 지원을 요청합니다. Software Advice에 따르면 밀레니엄 세대는 더 짧은 대기 시간과 편리하다는 이유로 베이비붐 세대보다 채팅을 더 선호하는 것으로 나타났습니다.</p>
<p>“제발 도와 주세요!”</p>	<p>소셜 미디어</p>	<p>일반적으로 소셜 미디어는 고객이 불만을 토로하기 위해 글을 쓰고자 할 때 선호하는 채널입니다. Sprout Social Index에 따르면 소셜 미디어를 통해 회사를 언급한 고객 중 70%는 다른 고객들에게 자신의 문제를 알리려는 의도만 있을 뿐이며, 54%만이 플랫폼을 사용하여 실제로 업체로부터 응답을 받고 있는 것으로 나타났습니다.</p>

가장 빠르게 성장할 뿐만 아니라 더 우수한 성과를 보여주는 실시간 채널

고객의 기대치가 여러 채널에 걸쳐 항상 끊임없는 경험을 원하는 쪽으로 바뀜에 따라 기업은 다른 채널을 추가하면서 기존 이메일 및 웹 양식을 점점 더 보완하고 있습니다.

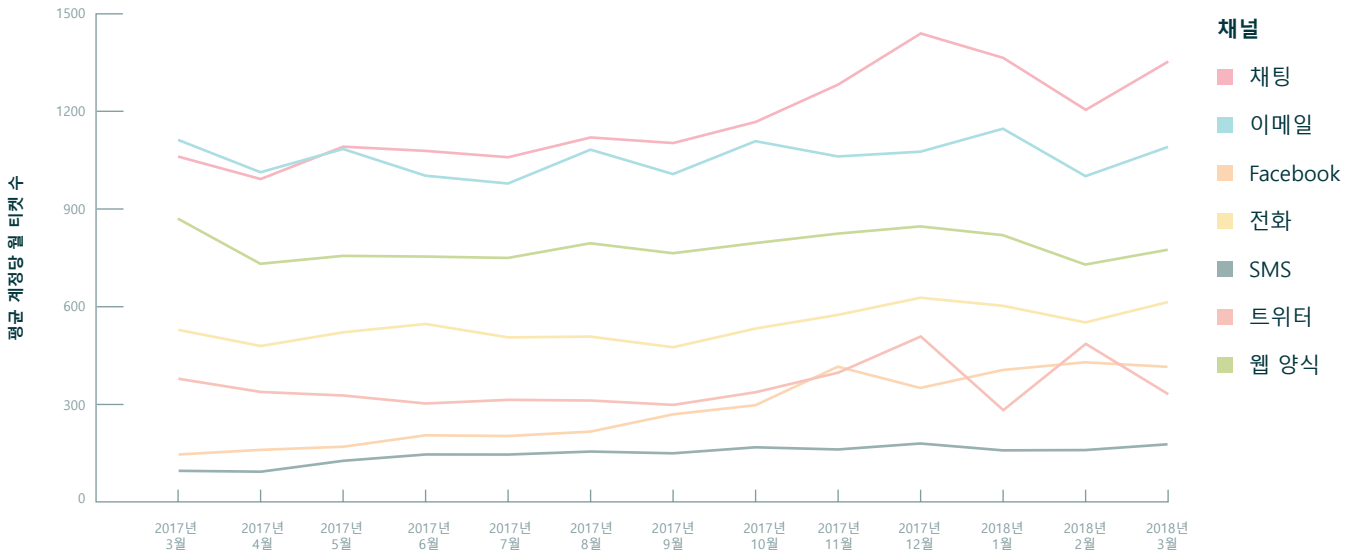
실시간 채널과 Facebook 은 티켓 양과 고객 수에 있어서 가장 빠르게 성장하고 있습니다.

Zendesk 벤치마크에서 샘플 기업을 살펴본 결과 티켓 양과 고객 수에 있어서 채팅, 전화 및 Facebook이 가장 빠르게 성장하는 채널임이 밝혀졌습니다.

이들 기업 중에는 이메일과 웹 양식이 여전히 티켓의 가장 큰 부분을 차지하는 기업도 있습니다. 하지만 티켓 양에 있어서 채널이 얼마나 빠르게 성장하는지 살펴보면 채팅, 전화 및 Facebook이 기존의 채널을 앞지르고 있는 것을 알 수 있습니다.

지난 2년 동안 채팅은 티켓 양에 있어서 이메일보다 두 배가량 빠르게 성장했고, 많은 기업이 타사 전화 시스템을 Zendesk와 연결하거나 처음으로 전화 지원을 제공하기 시작하면서 전화 지원은 이메일보다 거의 4배 더 빠르게 성장했습니다. Facebook은 티켓 양에 있어서 훨씬 더 빠르게 성장하여 이메일 및 웹 양식보다 약 8배 더 빠르게 성장했습니다.

계정당 월 티켓 수

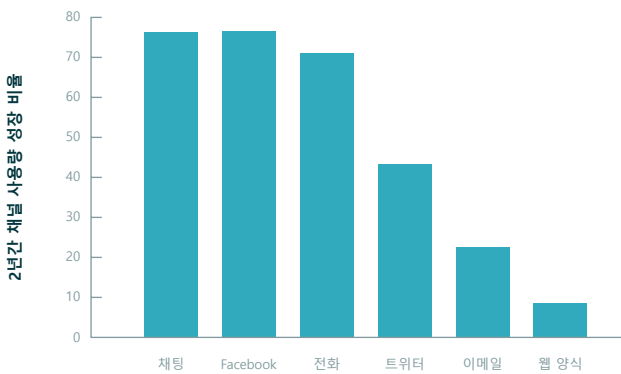


팀의 작업량 분담 측면에서도 다른 채널을 앞지르고 있습니다.

계정당 몇 개의 티켓이 특정 채널을 차지하는지를 계산하여 채널별 팀의 작업량 분담을 비교한 결과 채팅이 특히 빠르게 성장한 것을 알 수 있습니다. 실제로 지난 한해 동안 벤치마크에 속한 기업들의 채팅 채널은 이메일과 웹 양식보다 계정당 가장 많은 티켓 수를 차지했습니다. 이는 기업이 채팅을 사용할 때 채팅에 크게 의존한다는 것을 의미합니다.

또한 계정당 티켓 수를 살펴보면 실시간 채널의 성장 추세를 알 수 있습니다. 이 기준에 비추어 채팅, 전화 및 Facebook은 이메일 및 웹 양식보다 3배 이상 빠르게 성장했습니다.

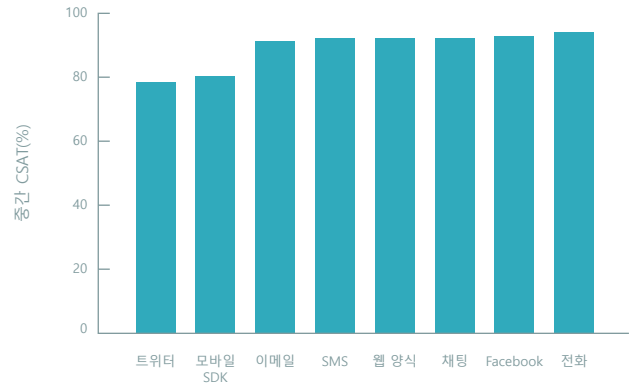
현재 성장 속도를 감안할 때 채팅과 이메일과의 격차가 점점 더 커질 것으로 예상됩니다. 그리고 웹 양식은 가장 느리게 성장하는 채널 중 하나이므로 내년에는 계정당 티켓 수에 있어서 전화 지원이 웹 양식을 앞지를 것으로 예상됩니다.



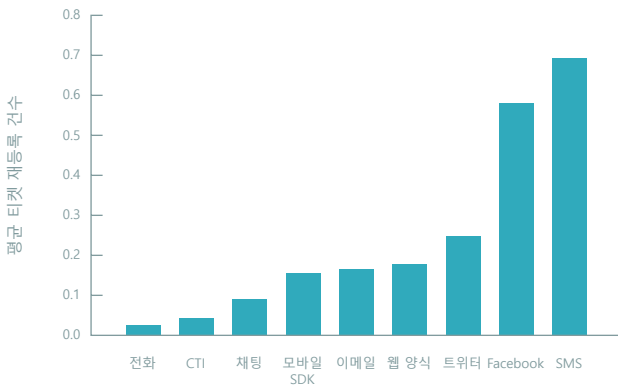
실시간 채널의 성과가 더 우수합니다.

실시간 채널의 폭발적인 성장은 단순히 고객이 점점 더 실시간 채널을 사용할 수 있기를 기대하는 것 뿐만이 아닌 타당한 근거에 기반을 두고 있습니다. 실시간 채널은 CSAT, 티켓 재등록 건수, 첫 번째 해결 시간 등의 주요 메트릭에서 다른 채널들보다 월등한 성과를 보입니다.

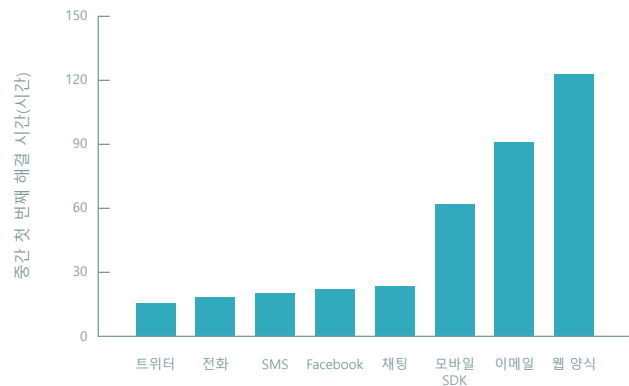
실시간 채널과 Facebook의 CSAT가 가장 높으며, 응답 시간도 가장 빠르고, 티켓 해결까지의 응답 수도 가장 적으며, 가장 효율적입니다.



채팅과 전화 지원에서는 티켓 재등록 건수가 가장 낮아 이들 채널을 사용한 고객은 첫 번째 시도에서 문제를 해결할 가능성이 훨씬 더 높음을 의미합니다. 채팅 및 전화 지원에서 재등록되는 티켓 비율은 이메일과 웹 양식에서의 비율보다 절반 이상 낮습니다.



기존의 이메일 및 웹 양식과 비교할 때 채팅과 전화의 첫 번째 해결 시간, 즉 티켓이 처음 해결될 때까지 걸리는 시간이 훨씬 더 짧습니다. 첫 번째 해결 시간이 하루 미만인 채팅과 전화 지원은 기존 이메일과 웹 양식에서 고객의 문제를 해결하는 데 걸리는 시간보다 무려 5~6배 더 빠릅니다.



옴니채널 지원을 통해 테네시 주의 CSAT 35% 상승

Talk로 CSAT 상승:

35%

첫 번째 해결:

90%

사용된 Zendesk 제품:

-  chat
-  guide
-  support
-  talk

기술 파트너:

Geckoboard
Innotas
Oomnitza
Rise Vision

테네시 주 노동인력개발부는 고객을 만족시키고 서비스를 계속 개선하기 위해 사용할 수 있는 분석 기능을 갖춘 지원 솔루션을 필요로 했습니다. 처음에는 Zendesk Support부터 시작해서 나중에 Guide, Chat, Talk를 구현하면서 완전한 옴니채널 지원을 갖추게 되었습니다.

이 부서는 주의 OSHA 프로그램, 근로자 보상, 노동 법규 및 표준은 물론 엘리베이터, 보일러, 놀이동산 기구 감독을 포함한 1억 7,100만 달러의 예산을 관리합니다. 660만 명의 주민과 120,000개의 사업체가 이 예산의 적용을 받습니다.

Talk를 구현하면서 메트릭이 크게 상승했습니다. 이 부서에서는 티켓의 80%가 수신 전화를 통해 만들어지는데, Talk 구현 후 전체 해결 시간, 첫 번째 응답 시간 및 고객 만족도가 모두 개선되었습니다. 전화 지원의 CSAT 역시 35% 상승했습니다.

Zendesk Guide와 Chat을 함께 사용하여 비용이 절약되고 티켓 수 감소에 도움이 됩니다. Dustin Swayne 부국장은 “상당한 비용 절감 효과를 얻을 수 있습니다. 한 사람이 커리어 센터를 방문할 때 약 35달러의 비용이 발생한다면 온라인 채팅의 경우 약 1달러의 비용이 발생합니다.”라고 말했습니다.

이 부서는 또한 많은 타사 도구를 활용하여 지원 및 애널리틱스 접근 방식을 완성합니다. 프로젝트 관리에는 [Innotas](#)를 사용하고 IT 자산 추적 관리에는 [Oomnitza](#)를 사용합니다. 또한 오픈 소스 제품으로 파워 KPI 대시보드인 [Geckoboard](#) 및 Rise Vision과 스마트 TV용 디지털 안내판으로 직원들이 부서의 업무 수행 방식 및 성과를 이해하도록 돕습니다.

옴니채널 지원으로 Monese의 애널리틱스 개선 및 응답 시간 단축

CSAT 상승:
10%

FRT 단축:
59%

사용된 Zendesk 제품:

-  chat
-  guide
-  support
-  talk

기술 파트너:

- Google Play 사용후기
- PlayVox Quality Assurance
- Trustpilot Reviews

Monese는 Zendesk의 여러 채널 연결 기능, 강력한 애널리틱스, 타사 도구와의 원활한 연동 기능의 이점을 높이 사 Freshdesk를 떠나 Zendesk의 옴니채널 솔루션을 채택했습니다.

이 회사는 계좌 및 직불카드와 결합되어 다른 나라에 도착한 사람들이 बैं킹 서비스를 쉽게 설정할 수 있도록 해주는 बैं킹 앱을 제공합니다.

옴니채널 지원을 통해 Monese는 티켓 작성으로 이어지지 않는 대화를 포함하여 여러 채널에서 고객이 한 대화 전체를 볼 수 있습니다.

Zendesk의 옴니채널 솔루션을 구현한 후 Monese의 CSAT가 10% 향상되었고 전반적인 첫 번째 응답 시간은 59% 단축되었습니다. 이러한 개선을 통해 25명의 상담원으로 구성된 Monese의 팀이 여러 채널에 걸쳐 SLA를 준수하고 7개 이상의 언어로 훌륭한 고객 경험을 제공할 수 있게 되었습니다.

Monese는 여러 개의 타사 연동 서비스에도 의존합니다. [PlayVox Quality Assurance](#) 도구를 Zendesk와 연동한 것은 물론 Zendesk 마켓플레이스에서 [Google Play Reviews](#) 및 [Trustpilot Reviews](#)를 비롯한 다른 타사 앱을 가져와 연동하여 고객의 피드백을 확보하는 데 사용하고 있습니다. 이 회사는 또한 Zendesk를 사용하여 Facebook 및 트위터 쪽지를 티켓으로 전환합니다.

옴니채널을 선도하는 기업

통합 옴니채널 기업을 차별화하는 요소

벤치마크 기업 중 이메일, 웹 양식, 전화, 채팅 및 셀프 서비스에 대한 통합 옴니채널 접근 방식에 Zendesk를 사용하지 않는 기업과 비교했을 때 옴니채널 기업의 특징*:

- 16% 첫 번째 응답 시간 단축
- 31% 첫 번째 해결 시간 단축
- 39% 업무 시간 중 요청자 대기 시간 단축
- 13% 응답 수 감소

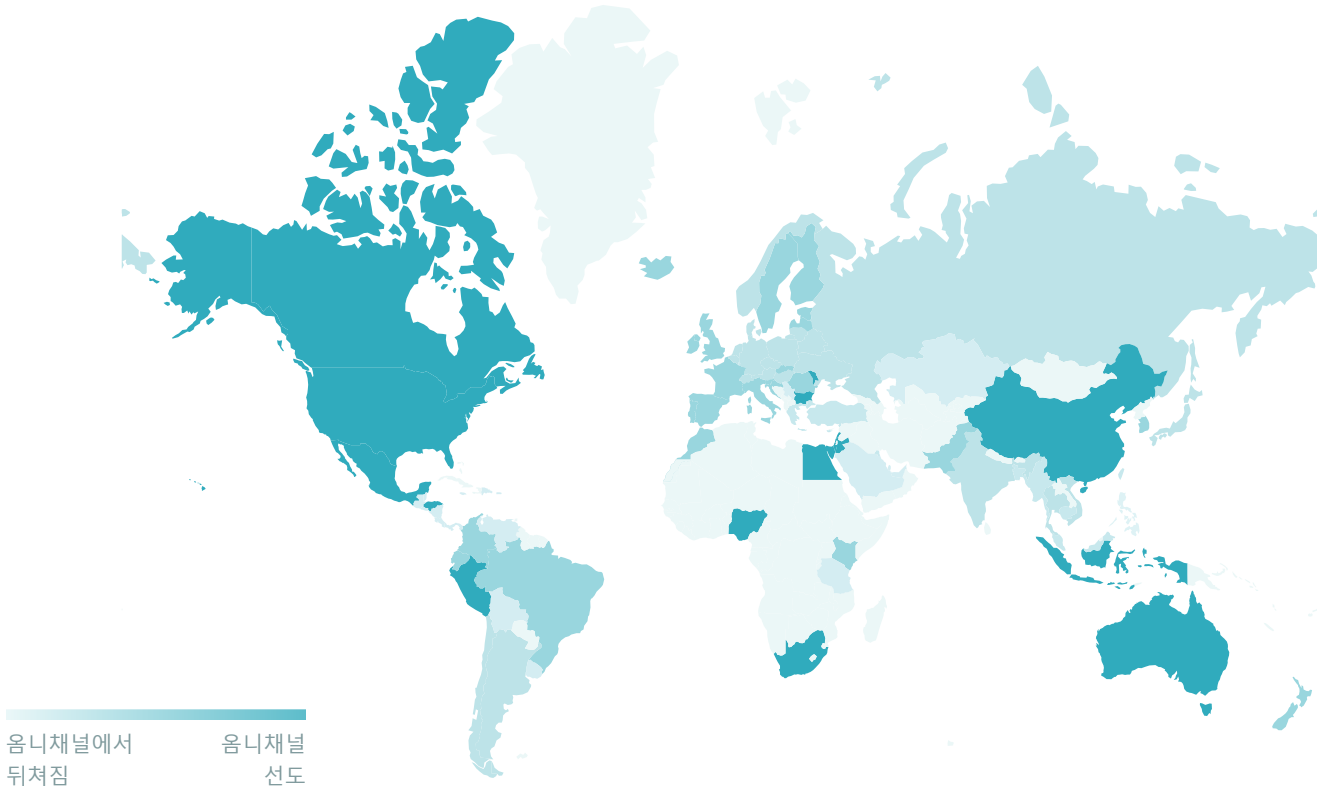
*지원에 통합 옴니채널 접근 방식을 사용하지 않는 기업과 비교하여 Support, Guide, Talk 및 Chat을 사용하는 Zendesk 벤치마크 기업의 비실시간 채널에 있어 성과 개선을 기준으로 합니다.

Zendesk 벤치마크 데이터를 바탕으로 할 때 통합 옴니채널 방식의 이점은 명확합니다. 옴니채널 지원을 통해 기업은 고객의 지난 대화를 비롯한 모든 정보를 한 곳에서 편리하게 볼 수 있어 지원 활동의 효율성을 높일 수 있습니다. 이는 기업이 일상 생활에서 이미 사용하고 있는 채널에서 고객을 만날 수 있는 방법이며, 기업이 주요 메트릭에서 더 나은 성과를 내는 실시간 채널에 크게 의존한다는 뜻이기도 합니다.

옴니채널 지원은 상담원이 고객에게 응답하고 문제를 해결하는 데 걸리는 시간을 줄이는 것을 의미하기도 합니다. 그 결과 고객이 지원 요청을 한 후 상담원을 기다리는 데 소모하는 시간이 줄고 후속 작업 수도 감소됩니다.

고객이 점점 더 다양한 채널을 통해 지원 팀에 연락할 수 있기를 기대한다는 사실과 정량화 가능한 이점에도 불구하고 진정한 통합 옴니채널 지원은 비교적 새로운 현상에 속하므로 많은 Zendesk 벤치마크 기업의 과감한 결단력이 필요합니다.

위치, 업종, 회사 규모, 목표 고객을 살펴보면서 옴니채널 구현을 선도하는 기업과 이들을 차별화시키는 것이 무엇인지 알아보았습니다.



국가

옴니채널 선도

- 싱가포르
- 멕시코
- 미국

옴니채널에서 뒤쳐짐

- 노르웨이
- 러시아
- 터키

목표 고객

옴니채널 선도

- B2C

옴니채널에서 뒤쳐짐

- 사내 이용 사례

업종

옴니채널 선도

- 소매업
- 여행
- 금융 서비스

옴니채널에서 뒤쳐짐

- 컨설팅업
- 소셜 미디어
- 마케팅

회사 규모

옴니채널 선도

- 직원 수 10-99명

옴니채널에서 뒤쳐짐

- 직원 수 5,000명 이상

옴니채널 접근 방식에 대한 자세한 내용은
여러 채널 사이에서 고객과의 끊임없는
대화를 위해 필요한 모든 것을 하나의
간단한 패키지와 놀라운 가격에 제공하는
[Zendesk Suite](#)를 확인해 보세요.