

. CRM

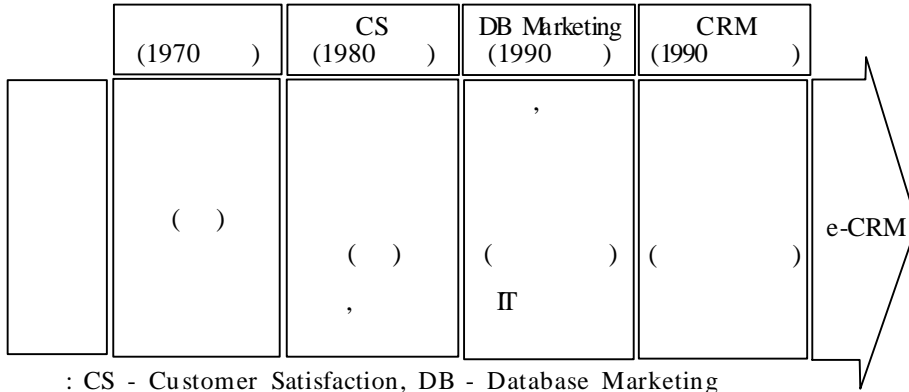
1.

1970년대 후반부터 시작된 고객 중심 경영의 움직임은 “고객 만족”을 최우선 목표로 삼고, “고객의 요구를 충족시키는 것”이 기업의 핵심 임무라는 인식을 확산시켰다. 이 시기에 “고객 서비스”와 “고객 만족”이라는 용어가 널리 사용되기 시작했다.

1980년대에는 품질 관리 (quality control)가 강조되면서, “고객 서비스”와 “고객 만족”은 품질 관리의 일환으로 인식되었다. (customer service)와 (customer satisfaction)은 이 시기에 본격적으로 사용되기 시작했다.

1990년대에는 DB (niche)와 IT 기술의 발달로 인해, “고객 서비스”와 “고객 만족”은 더욱 구체화되고, “고객 서비스”는 “고객 만족”을 위한 수단으로 인식되기 시작했다. (customer service)와 (customer satisfaction)은 이 시기에 본격적으로 사용되기 시작했다.

< -1>



: CS - Customer Satisfaction, DB - Database Marketing
 : 「 (CRM)」, CEO information
 262 , 「CRM」, 2000.9.
 , 『CRM』, 2000.5., pp.15 18.

(mass marketing)

< -1>

CRM

CRM

< -1>

	(inbound)
	cross-sell, up-sell
	/ DB가 .
	가 .
	,

: , 「 CRM 」, Oracle, 2001.

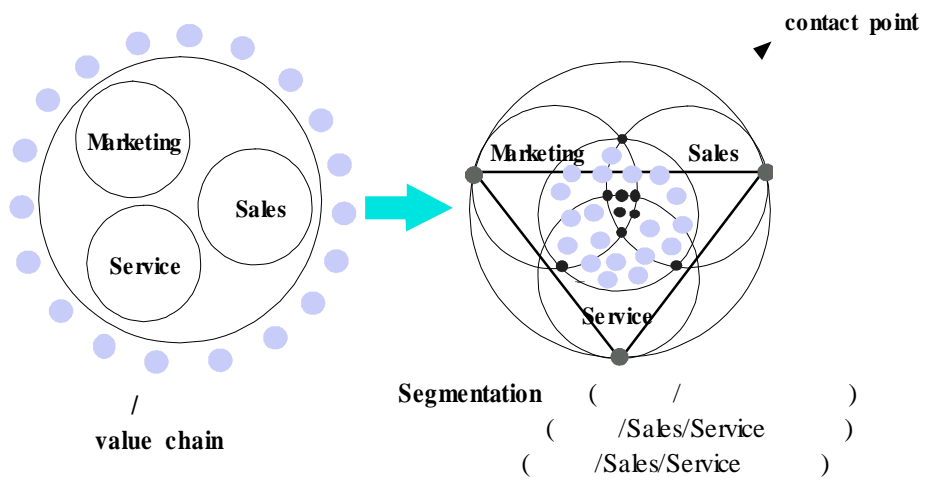
2. CRM e-CRM

가. CRM

1) CRM

,
 ,
 .
 CRM ,
 , 4가
 ,
 ,

CRM
 CRM
 가
 CRM
 CRM
 CRM 가
 (knowledge) (needs)
 (loyalty) (profit)
 < -2> CRM



, CRM ' (relationship)' 가.
 ' (relationship)' 'an interaction between two parties
 (who perceive each other as being relevant) with the goal that both
sides benefit from this interaction' . ,
 가
 (an interaction between two parties),
 (being relevant).
 가 가
 (both sides benefit from this interaction)¹⁾.

CRM 가 .
 가 , '
 , 가
 ,
 .

2) CRM

가) (CS)

. (CS : Customer Satisfaction)
 "Fortune Magazine & Forum Corporation"
 2).

5 6

9 10

1) , 「 CRM 」, Orcle, 2001.
 2) , 「Customer Loyalty 」, 『CRM
 가 』, , 2000.

(1

0 13%) 20

90% 가

98%

) (CS)

(CS)

, 가

“ ”

“ ”

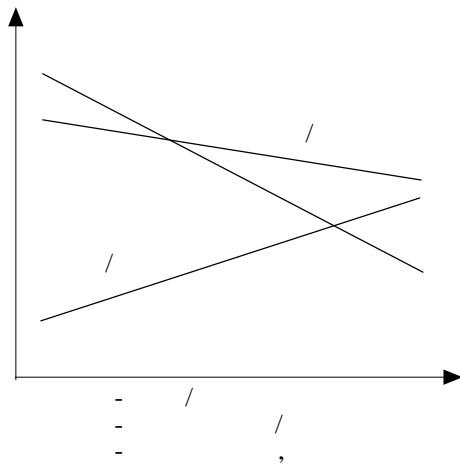
, /

가 , ,

가

, < -3>

< -3 >



: Researched by Fortune Magazine & Forum Coporation
 , 「Customer Loyalty」,
 『CRM 가』,
 2000.,

) (CRM)
 (CS) CS
 . ,
 , 90%
 . ,
 30% , 60 80%가
 . ,
 가
 .
 ()
 , () , 가 ()
 가 . ,

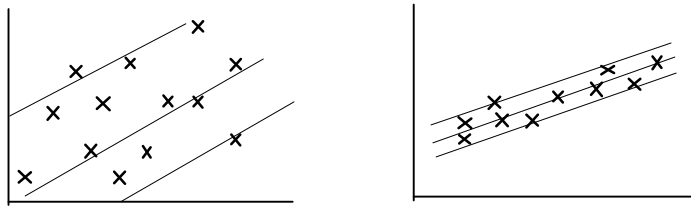
가 () ,
CRM

3) CRM

CRM

CRM
CRM
가. (CS)

< -4>



: Kebi R. Bhote, "Beyond customer satisfaction to customer loyalty", 1996.

" & "

가 , 가

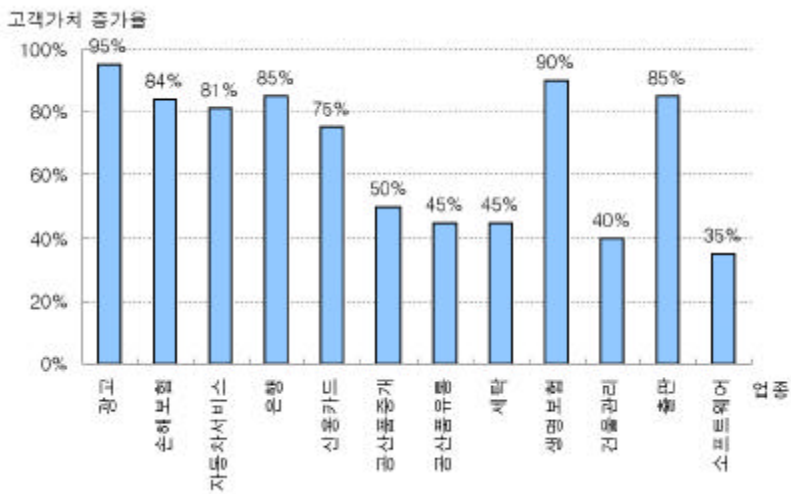
< -5>

가 () 35 100% 가 ,

가 , CRM

가

< -5> 가(5%) 가



: & 「Customer Loyalty CRM 가」, 2000.,

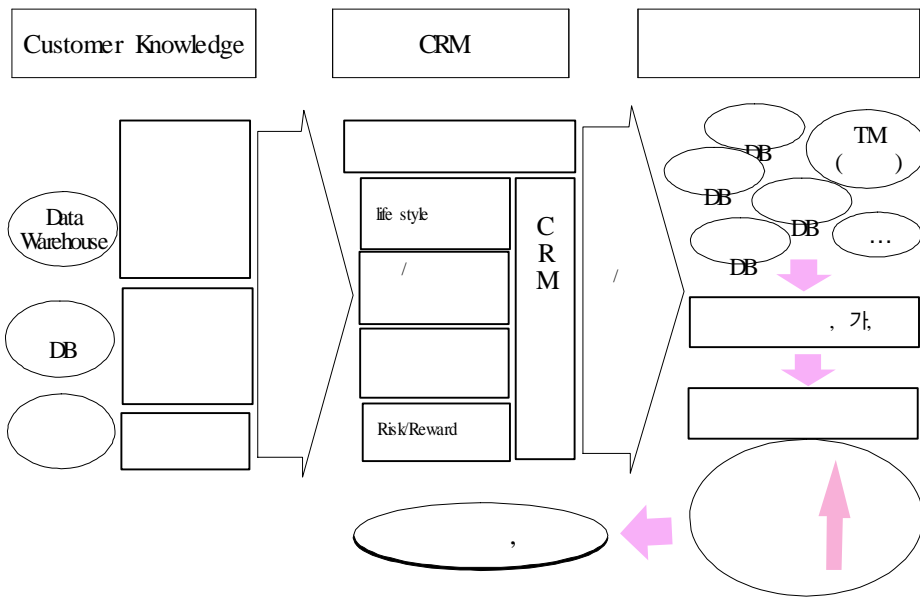
CRM

(Data Warehouse), (Database)

(segmentation)

,
, CRM
, 가,

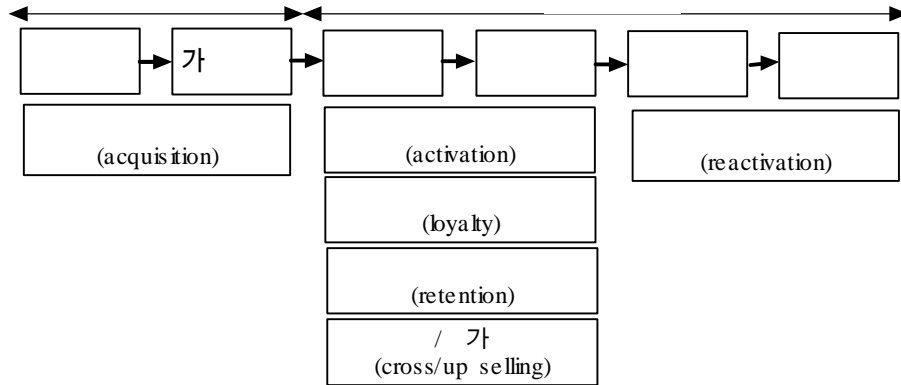
< -6> CRM



, CRM

-7>

< -7> CRM



4) CRM

CRM (Meta group) (The Customer Relationship Management Ecosystem 1999)

CRM

(analytical) CRM, (operational) CRM, (collaborative) CRM

, CRM / / , / , , 가 , CRM CRM, CRM , CRM CRM ERP (back-end) , CRM , ERP (, , ,)

(front-end)

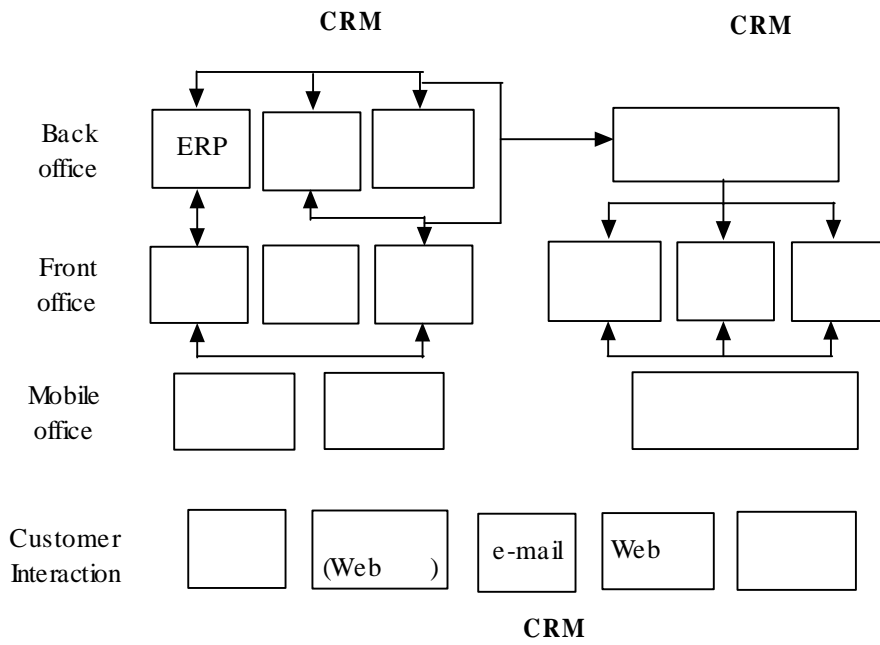
CRM 1990

가 가

CRM e-CRM

e-

< -8> CRM



: () , 「CRM 」 , 2001.1., p.3.

. e-CRM

1) e-CRM

2000

e-

가

,

,

e-CRM

.

,

가

,

.

,

e-

.

,

(Era of the Customer)

e-CRM

.

e-CRM

,

e-

,

,

. e-CRM

e-CRM

e-Marketing, e-Sales, e-Service

,

e-

,

Customer Interaction

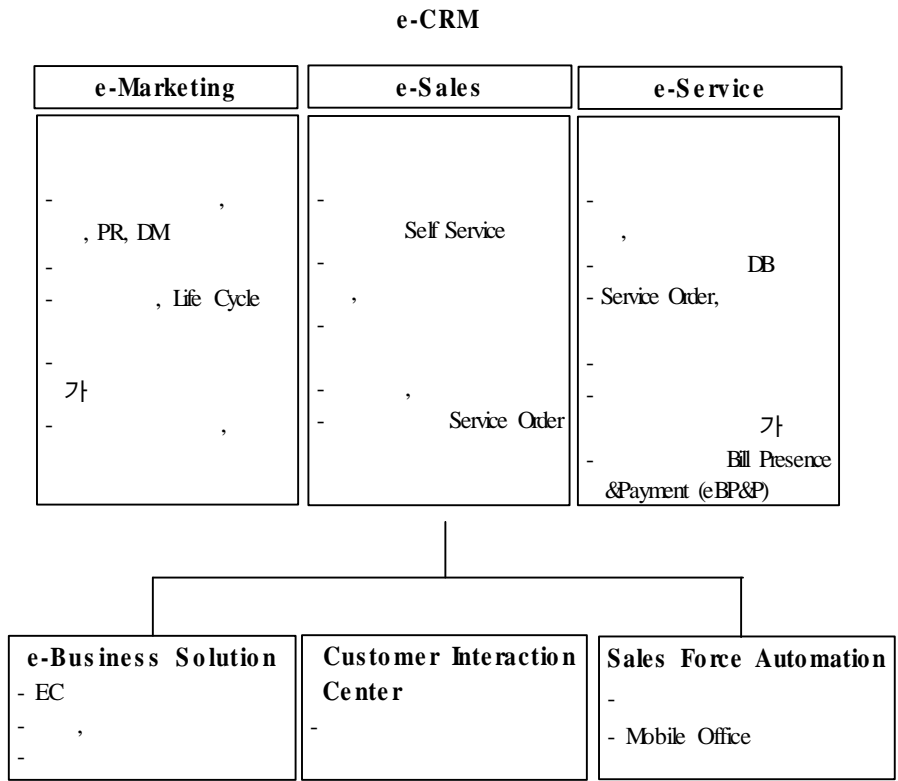
Center,

SFA (Sales Force

Automation)가

.

< -9> e-CRM



: () , 「CRM」 , 2001.1., p.16.
 RTC Group, *eCRM Solution-Choosing Right eCRM Solution*, 2000.9.

2) e-CRM

가)

e-CRM

가

) .

가 , 가 .

가 , e-CRM

CRM , 가 ,

)

가 e-CRM

,

)

CTI(Computer Telephony

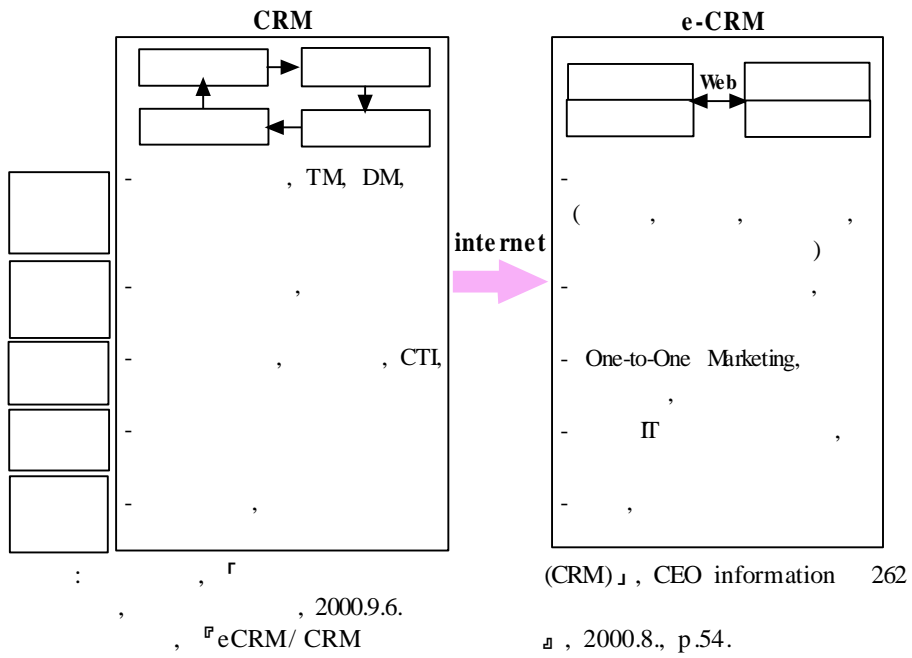
Integration)가 e-CRM

CRM e-CRM
 CRM e-CRM
 (one-to-one marketing)
 , 가 . ,
 CRM e-CRM 가
 .
 < -2> CRM e-CRM

-
 - ,
 -
 - 가
 -
 -

CRM . e-CRM e-
 , e-CRM CRM
 ,
 가 .
 CRM e-CRM < -10>

< -10> CRM e-CRM



. CRM

1) CRM

IT IDC(International Data Corporation) (2000) , CRM 22% 2003 1998 2.5 CRM 80% , e-

< -3> CRM (IDC)

(: US\$)

	1998	2001	2003	1998-2003
	33,182	59,921	89,700	22.0%
	17,259	31,794	48,314	22.9%
	9,412	16,479	23,897	20.5%

: , 「S/W (CRM)」, 2001.2.

Gartner Group CRM ,
 2002 44%
 , Forrester Research 1999 CRM US\$34
 53.9% . , AMR
 Research 2000 가 US\$54 , 5
 10 가 2002 US\$1
 2003 US\$168 .

2) CRM

2000 CRM CRM
 가 . ,
 가 .
 , IT 1 CRM CRM
 가 가 , CRM
 CRM DW CRM
 CRM , , ,
 CRM , ,
 CRM CRM ,

DW , , CTI

CRM

(segmentation) (personalization)

“S/ W ”

CRM 가 가

3).

CRM 가 가

1999 , < -4>

41% 41,693 , 23.8% 23,731 ,

12.2% 12,160 , 9.8% 9,840

3.1% 3,110

< -4> CRM

(:)

	EC									가		
1998	620	9,500	15,004	-	1,100	-	2,200	4,550	700	-	300	33,974
1999	3,110	23,731	41,693	20	2,200	-	9,840	12,160	1,000	2,300	3,600	99,654
2000 1/4	5,111	13,130	28,550	3,600	1,435	1,500	7,600	10,910	800	-	3,900	76,536

: , 「S/ W (CRM)」, 2001.2.

3) CRM (<http://www.crm.co.kr>)가
 CRM CRM 가
 (24.71%), / (27.11%), /
 (17.29%), (19.94%),
 : <http://www.crm.co.kr>

3.

가.

1)

가

· , 가

· , 가

· , “

= ” .

· ,

· , 가 (,) ,

· , 가 ,

· , () 가 ()

· , 가 .

· , 가 가가

·

(mass marketing)

(, ,)

DB

가

()

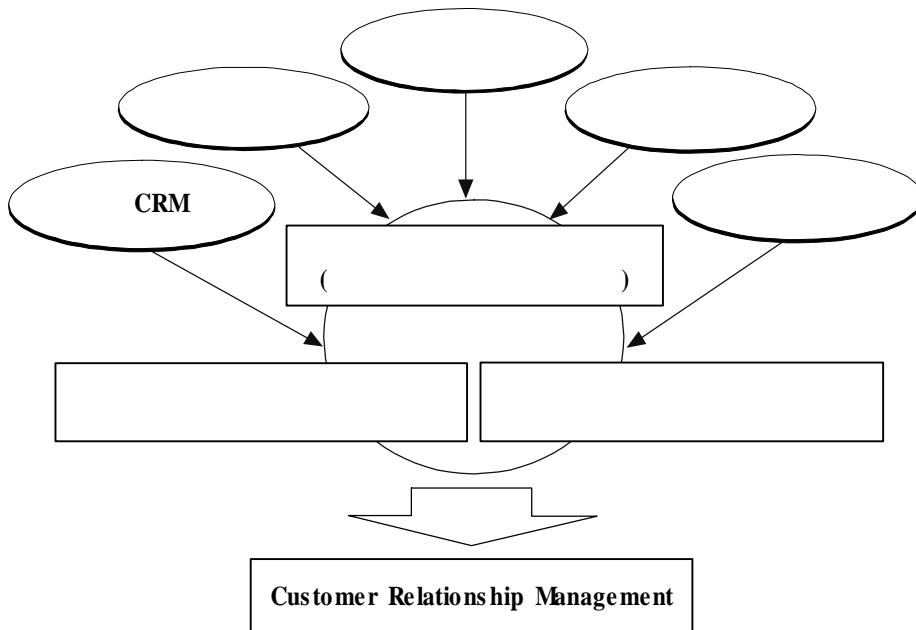
CRM

, CRM

가

< -11>

CRM



(,)

가

가

가

“ ”

가

가

가

가

가 , CRM

DM, TM,

가

가

2) CRM

가 () , ,

, () .

(cross-selling,) 가

가
가 ,

“CRM”

가

CRM,
가

4. CRM

가. (Data Warehouse)

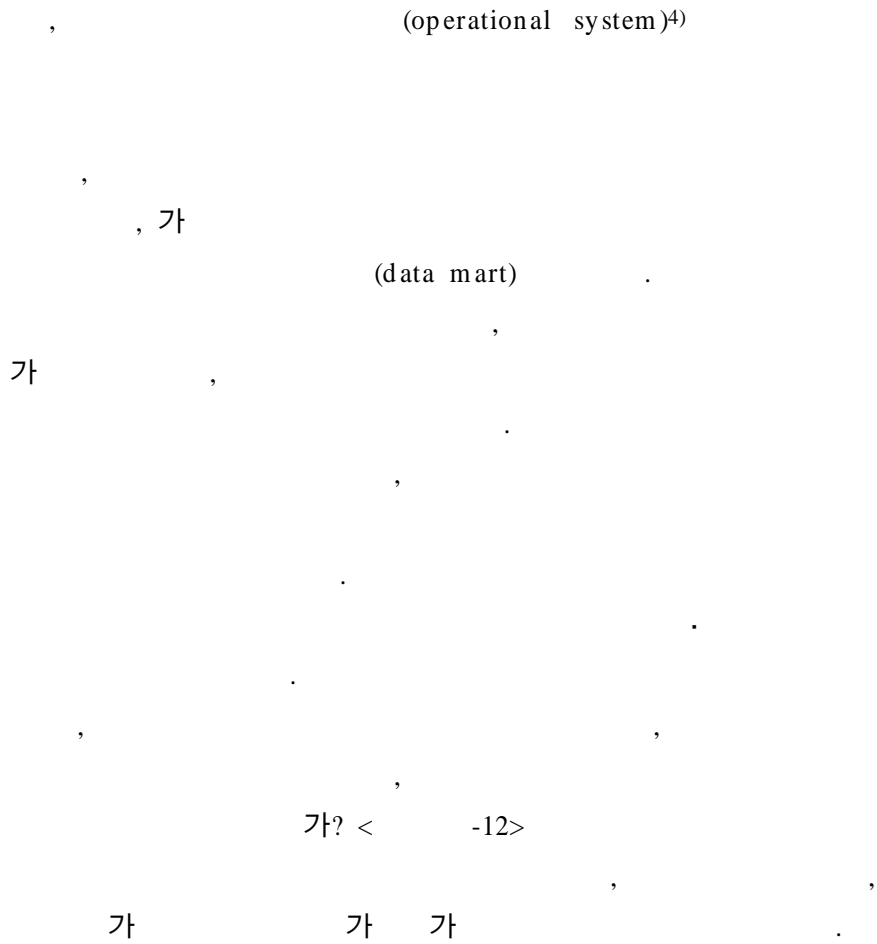
1) (DW)

Warehouse) (DW) (Data

가
(electronic warehouse)

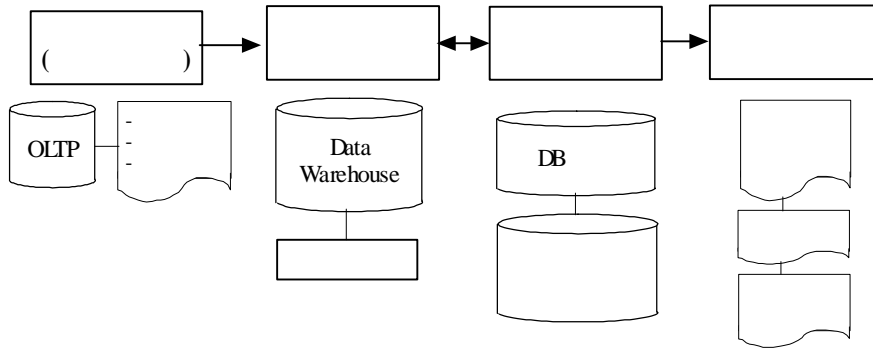
(needs) 가

(up-grade)



4) (operational system) , (OLTP : online transaction processing) .
 : . , 『CRM 』 , 2001.2., p 41.

< -12 >



: . , 『CRM』 , 2001.2., p.48.
[http:// www.crm.co.kr](http://www.crm.co.kr)

5).

do

가

5) [http:// www.crm.co.kr](http://www.crm.co.kr)

3)

(DW)

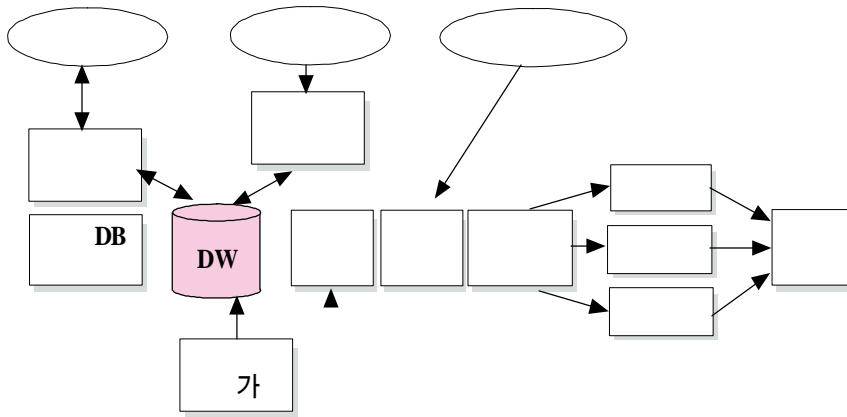
CRM 가

CRM

CRM

< -13>

CRM



DW

, Marsh Korea 가
 , Marsh Korea
 e-Insurance DB

DW (Campaign Management)

DW , ,
 , OLAP
 , ,
 DW ,

4)

,
 ,
 ,
 가
 ()
 -
 -
 -
 -

/ 가 가

20% , 80% , 2

0 30%, 70 80%

, CRM

가 가 .

/

-
- /
- ,
- ,

(Data Mining)

1)

CRM

가

가

가

가

(, 가 , , , ,)

가

OLAP(On Line Analytical Process)

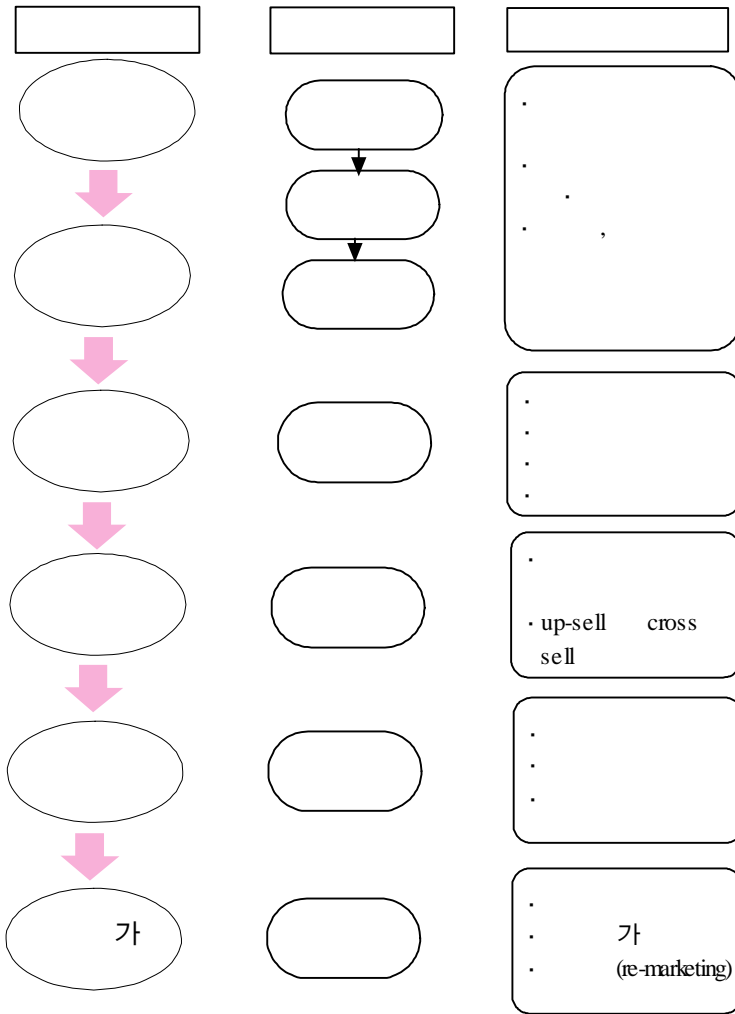
6) , 가
가 .
가
가 ,

2) CRM
CRM
CRM < -14>
, , 가 .

< -14> CRM

6) OLAP(On Line Analytical Process)

가 , , ,
:
: , 『e-CRM 』 , 2001.4., p.118.



CRM
가

가 , . .

“ (capturing) (verifying) (classifying)
 (sorting) (summarizing&constriction) (calculation)
 (storing) (retrieving) (reproducing) (com-
 munication) ”

가 , ,

가 . ,

CRM . , 가
 , , 가 ,
 .
 가
 가 가 , 가가
 가 .
 3)
 CRM , 가
 ,
 . ,
 가 (LTV : Life Time Value) ,
 CRM .
 CRM 가
 . ,
 1 1 가 .
 CRM
 .
 . 가 .
 .

.

.

가

가

.

,

.

.

.

()

.

.

.

가

가

.

e-CRM

e-CRM

,

.

,

,

가

.

CRM

.

,

CRM

,

,

,

,

가

.

(Web Call Marketing)

1)

(call center)

CRM

IVR(Interactive

Voice Response)

80

, 가 .
ACD(Automatic Call Distributor)

, 가

,
CTI (Computer Telephony Integration software)가

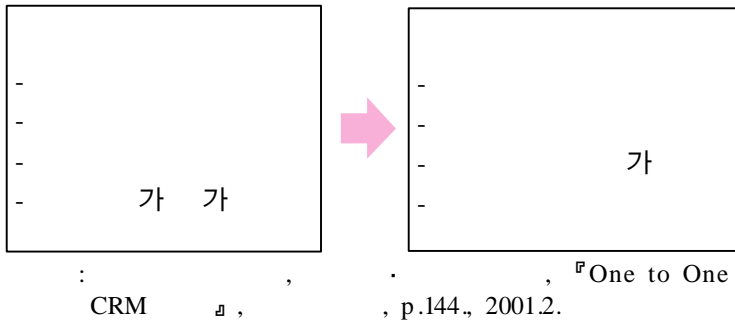
IVR() 가

가

가 . ,

, FAX

가



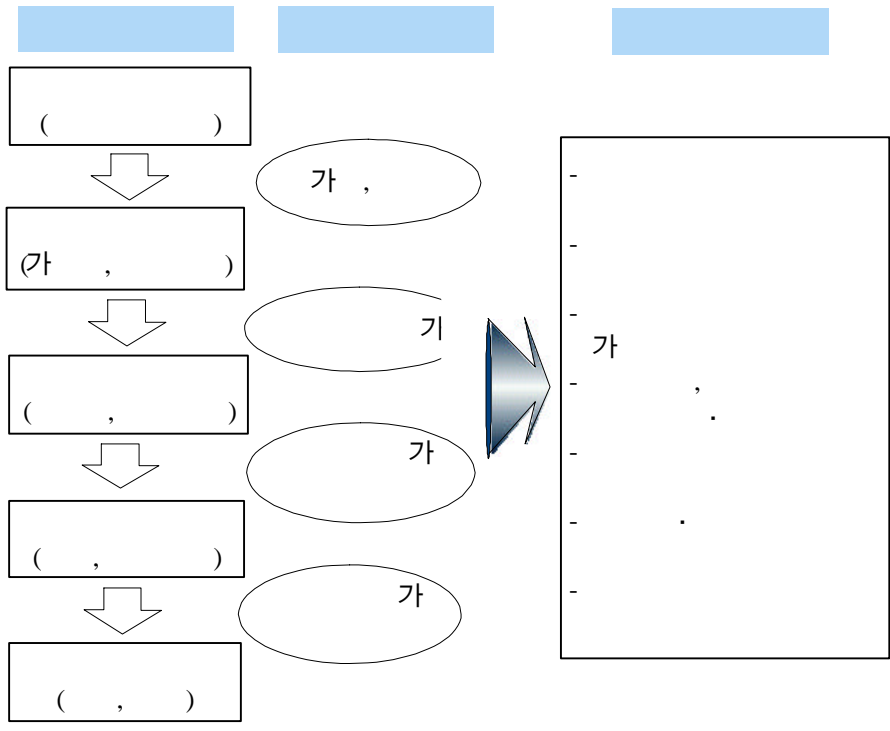
가

2)

e-CRM

가

(spread marketing)

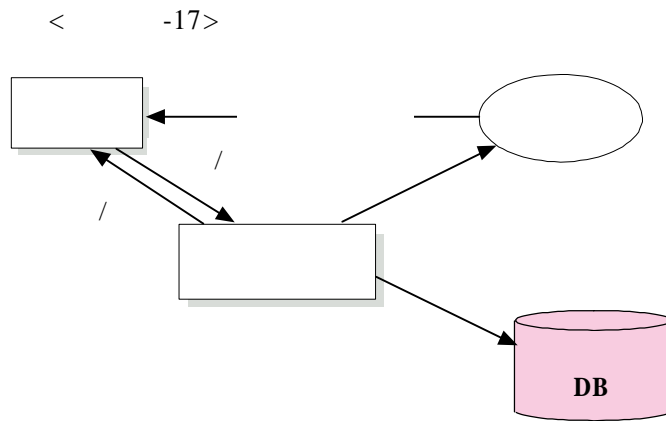


3)

	(web-call marketing)		(web)
(call)	·	,	
	·		
		·	
		,	
		,	
			·
			·

가 . 1 1 1
가 . 1 ,

3)



CRM

1)

가)

가

. . .
. ,

.
,

(, ,)

(, , ,)

가

)

, , 가

.

)

1

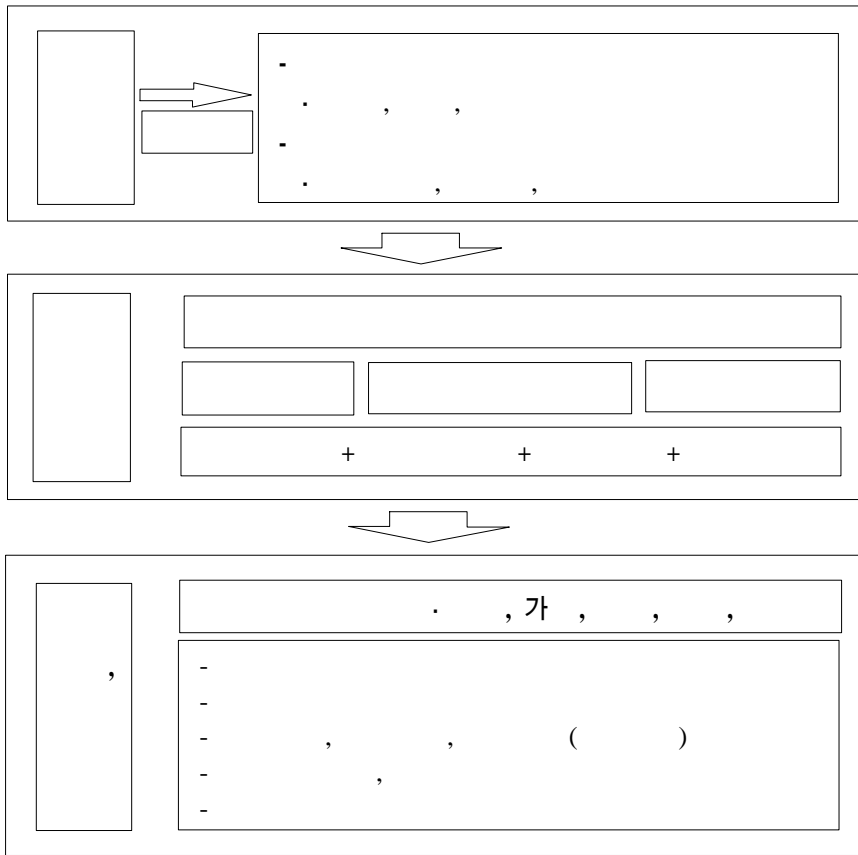
, , ,

.

2)

가 , 가
 , .
 , .
 , .
 가 ,
 가 가

< -17>



3) e-CRM

e-CRM 가 . ,

가)

, . , ,

가 . e-CRM 1 1

가 가

가 .

)

e-CRM 1 1 가

, e-CRM 가

) 가

가 가

가 , 가 e-CRM 가 가 ,

)

e-CRM 가

4) CRM

(CRM)

가

가

가

(e-mail Marketing)

1) (e-mail Marketing)

, PDA e-CRM

(e-mail)

1 1

2) (e-mail marketing)

가

가 가 (instant)

가 2 10 ()

가

가

가

가

가

40 80%

가

< -5 >

	-	가	가	가
	-	가		
	-	가		
	-	가		
	-			
	-			
	-			
가	-	'returned mail'		
	-	가	가	
DB	-			DB
	-			

3)

CRM

1 1

CRM

가

가

가

가

가

가

4)

가

가

가

가

가

가