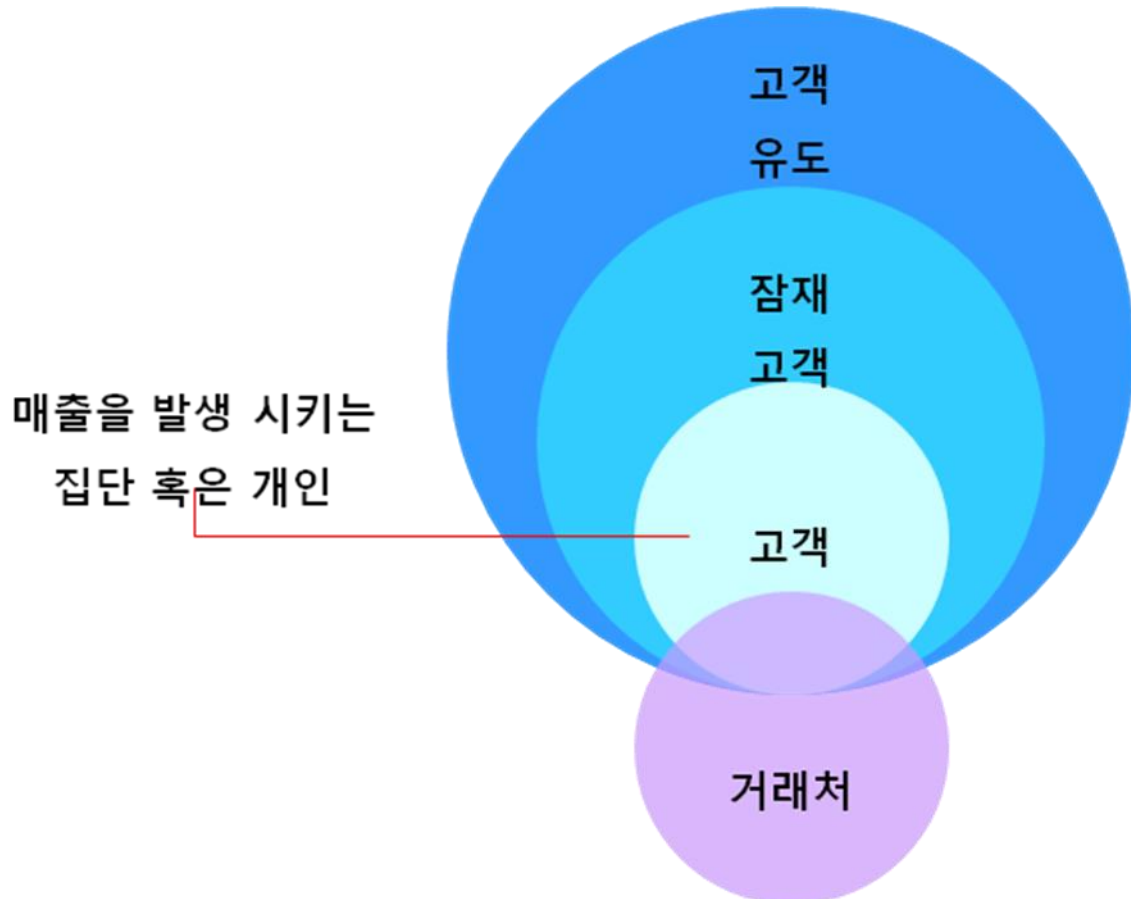


## 한비로가 생각하는 고객이란?

다양한 서적과 업계에서 통용되는 '고객'의 용어는 실무에서 사용할 경우 범위가 모호한 경우가 있습니다. 모호한 고객의 범위는 결국 집중해야 할 타겟에 대한 목표가 불분명한 것이며 마케팅, 상품 등 각종 기획이 필요한 단계에서 실수를 범할 수 있습니다.



한비로 CRM의 고객에 대한 정의는 '매출을 발생시키는 집단 혹은 개인'을 지칭하고 있습니다. 여러분에게 매출을 발생시키는 '고객' 외 다른 집단 혹은 개인은 어떻게 정의를 하여야 할까요? 아래 고객의 3단계에 대한 정의입니다.

### 고객유도 대상자

- \*기업 내부에서 자체적으로 선정한 임의의 대상 혹은 관심을 보이는지 없는지 모르는 단계
- \*잠재고객으로 될 가능성이 있다고 판단되는 대상자

### 잠재고객

- \*기업의 브랜드에 높은 관심을 보이고 있으며, 직접적인 체험을 원하는 상태
- \*거래제의, 견적제안, 절충협상, 검토 등을 실행 단계

### 고객

- \*기업의 상품을 소비하고 있는 상태

### 고객 구분 방법

| 구분   | 관심도      | 로열티      | 접촉      |
|------|----------|----------|---------|
| 고객유도 | 없음 or 모름 | 없음       | 일방적인 접촉 |
| 잠재고객 | 있음       | 낮음       | 중간      |
| 고객   | 높음       | 중간 or 높음 | 많음      |

### 거래처

매입처, 대리점, 리셀러, 경쟁업체 등 다양한 타입에 따라 거래가 발생하는 집단 혹은 개인을 뜻합니다.

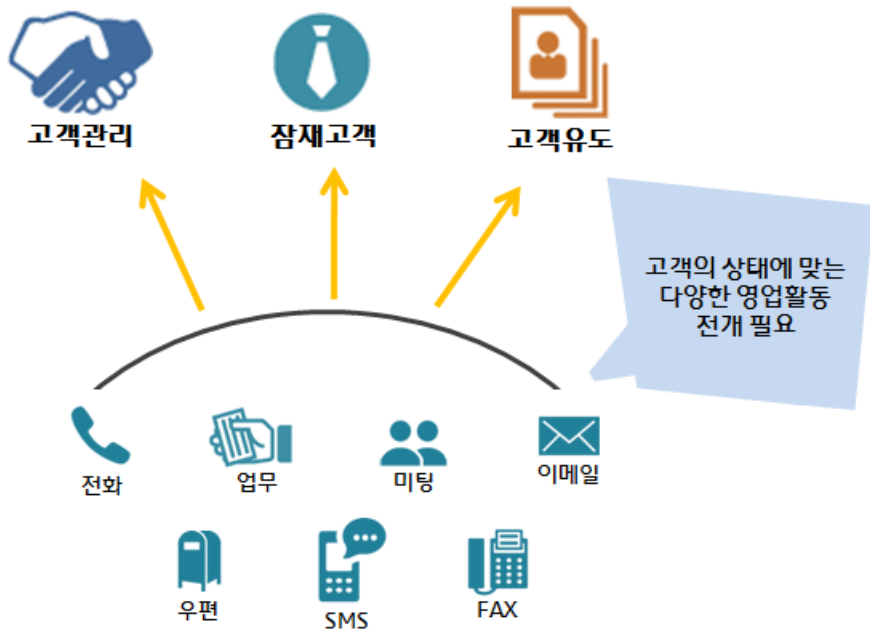
고객이라고 하여 모두가 같은 고객이 아닙니다. 여러분의 브랜드에 관심도, 로열티의 정도에 따라 고객에게 대하는 태도도 달라야 합니다.

한비로 CRM은 고객을 3단계로 세분화하여 여러분이 집중해야 하는 고객의 종류에 맞게 업무 프로세스를 고려하였습니다.

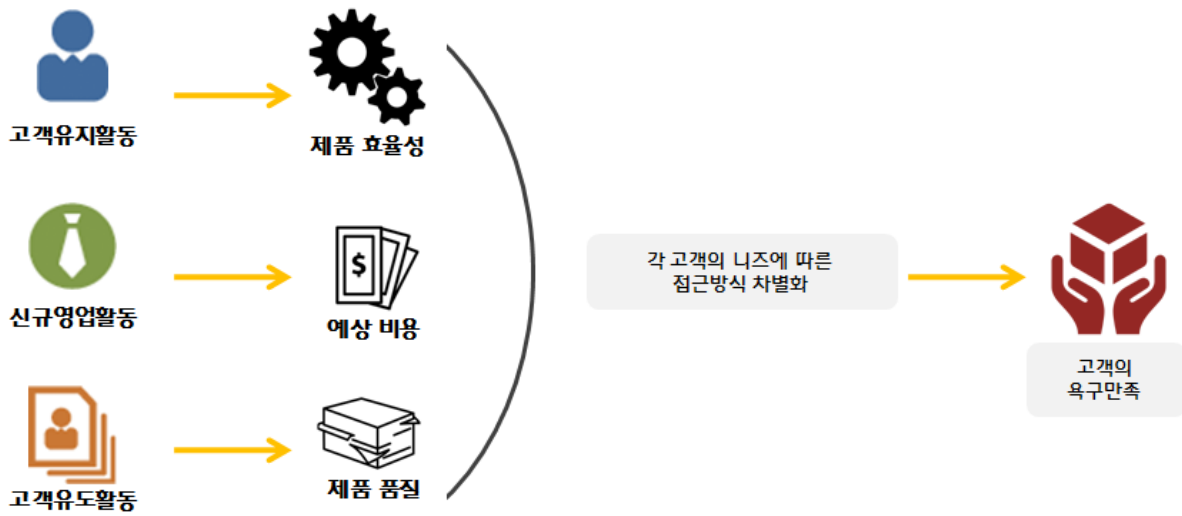
### 고객 구분 이유

고객을 세분화하여 관리해야 하는 이유는 다음과 같습니다.

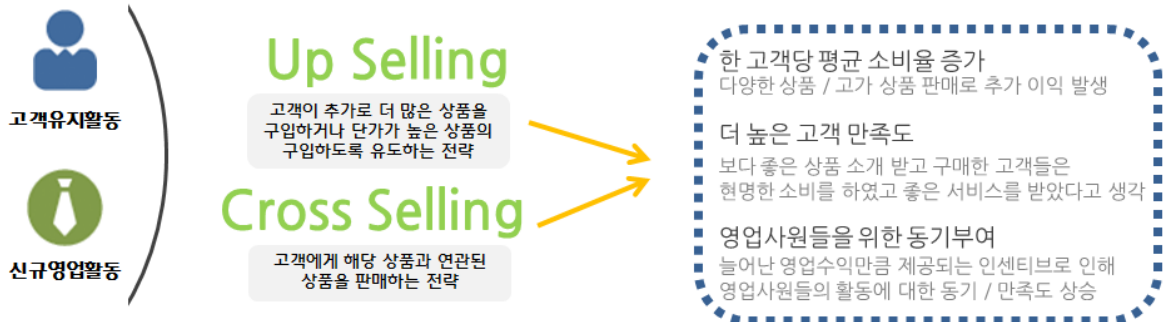
1. 각 고객의 상태에 따라 접근 방식 다양화



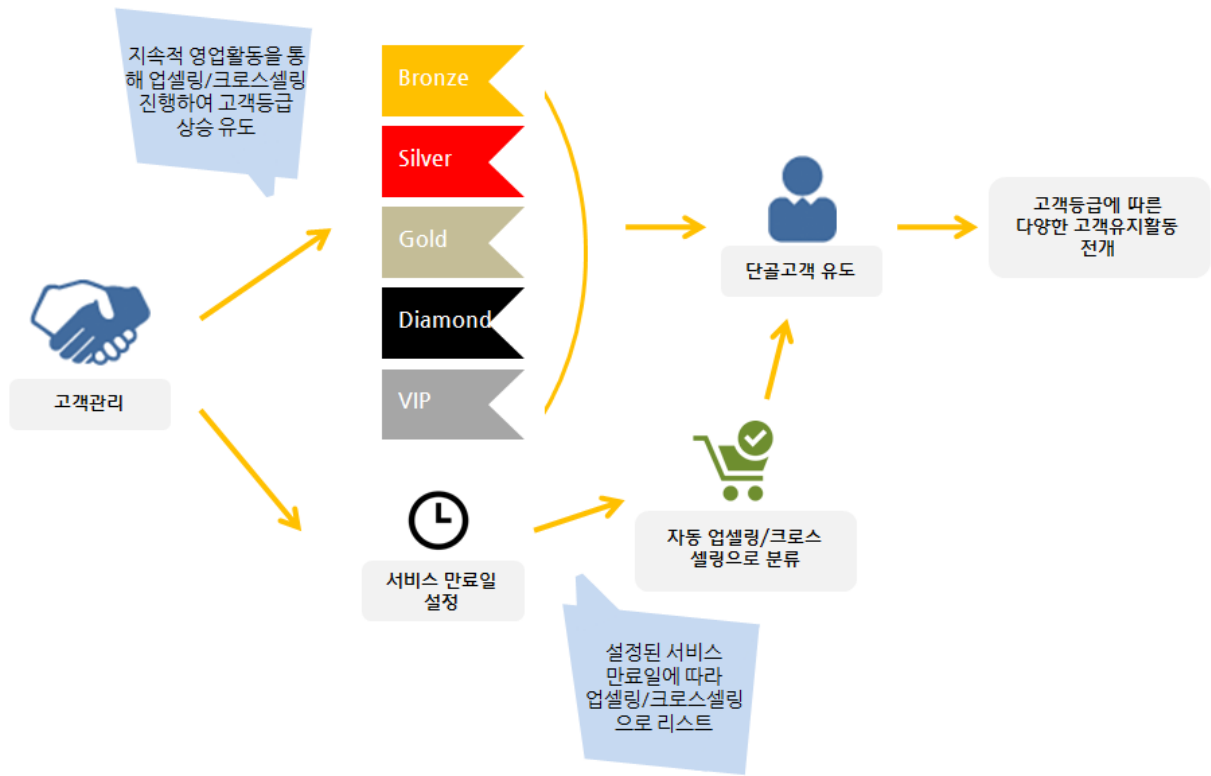
2. 고객 단계에 따라 니즈의 차이

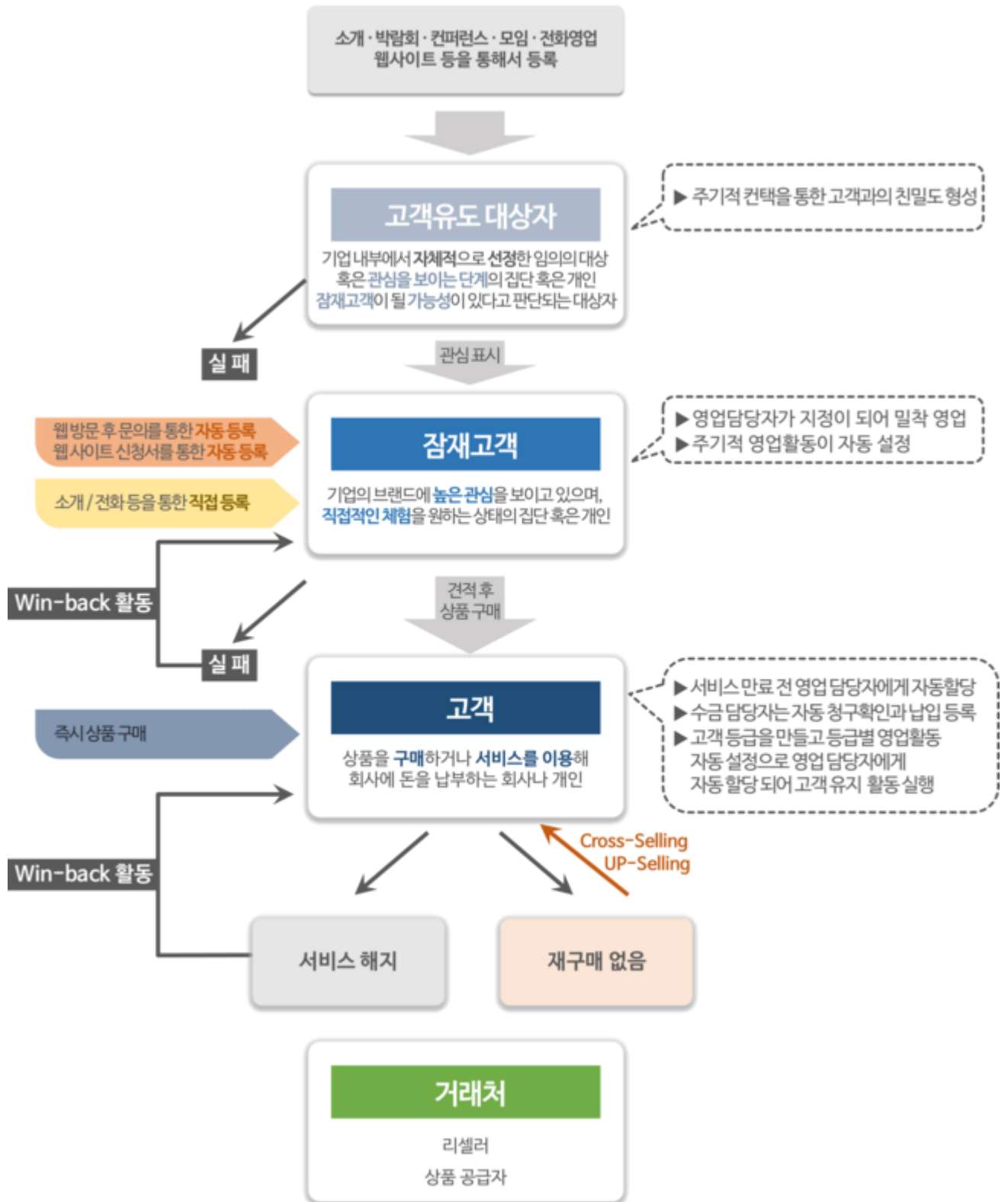


3. 업셀링/크로스셀링 시기



Recency setting





고객과의 관계를 형성하고 발전시켜 궁극적으로는 장기적으로 유지하기 위해 어떠한 활동을 해야 하는지 각 단계별 활동을 나타내는 자료입니다.  
실패 시에는 Win-back 활동을 통해 단계를 조정함으로써 고객과의 재관계를 형성할 수 있습니다.

## 한비로 CRM 기대효과



각 고객 단계에 따라 접근해야 하는 방식도 달라야 하며, 커뮤니케이션 방법도 달라야 합니다. 이는 한비로 CRM의 고객 세분화 관리 정책이 필요한 이유입니다.

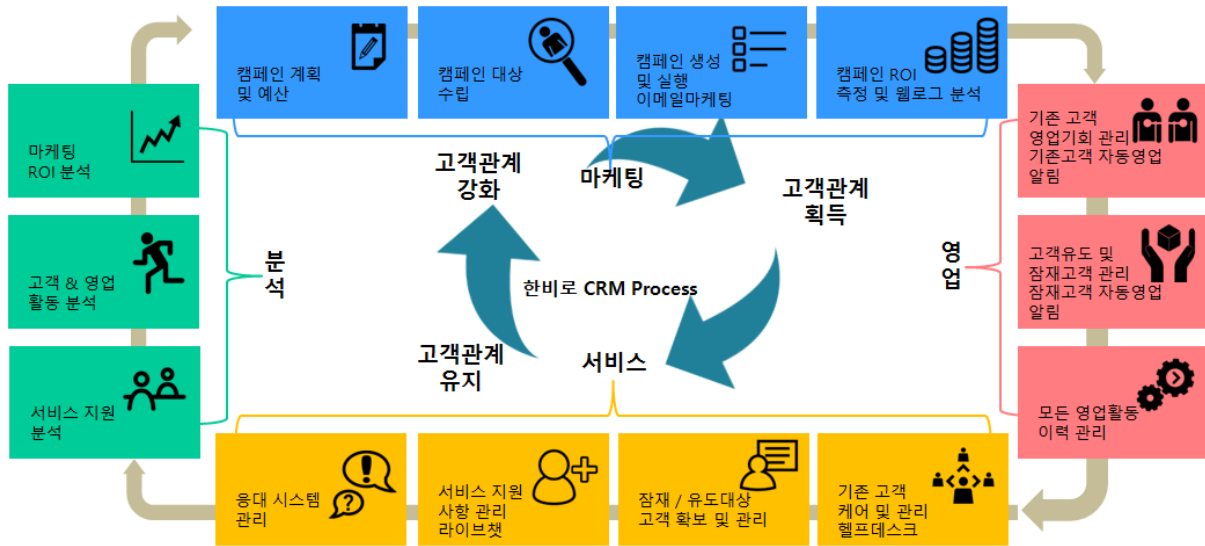
만약 여러분이 사다리를 탈 경우 다음 계단으로 넘어가려 하는데 사다리의 중간이 끊어져 있다면?? 그 다음 사다리를 잡아 올라가기엔 몇 배의 노력이 필요합니다.

한비로 CRM이 추구하는 고객관리는 세분화된 계단을 설치하여 여러분이 원하는 목표에 접근하기 위해 체계적 관리 시스템을 제공하는 것입니다.

고객의 상황에 맞는 적절한 활동으로 고객만족을 실현하세요.  
여러분의 목표, '이익'은 자연스럽게 쫓아오게 될 것입니다.

# 한비로 CRM 프로세스

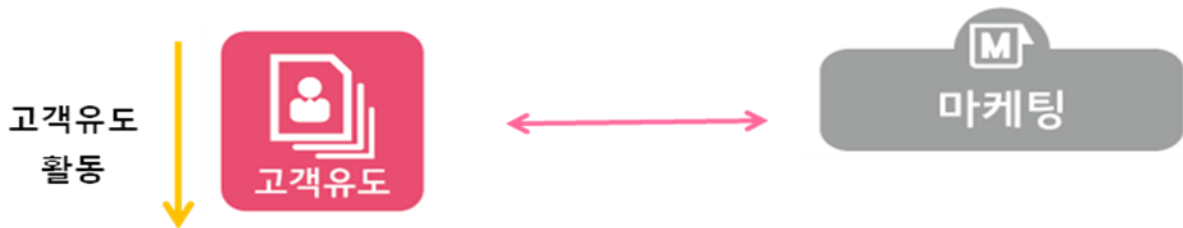
한비로 CRM 은 여러분이 고객중심의 활동을 가능하게 하는 원-스톱 솔루션을 제공하고 있습니다.



한비로 CRM 프로세스는 고객관계 획득에서 강화까지 360 도 관리가 가능한 소프트웨어입니다.

## Step 1. 고객유도활동

고객관계 획득을 위해서는 다양한 마케팅 활동을 통해 고객과의 관계를 확보하도록 노력해야 합니다.



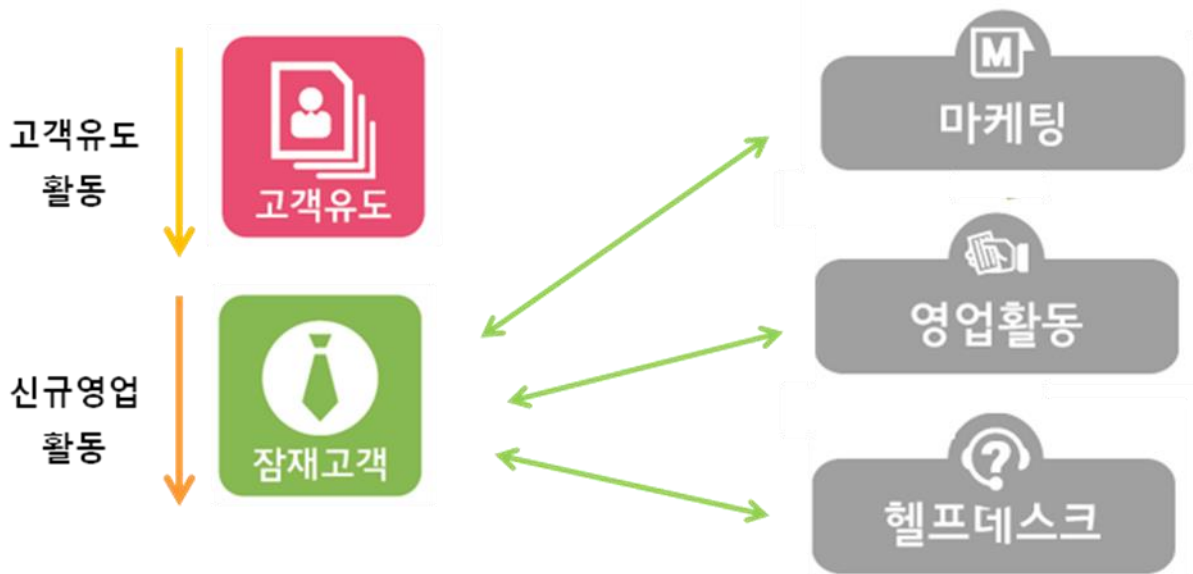
### 고객유도활동 시 사용 메뉴

|     |  |
|-----|--|
| 마케팅 | 키워드 광고, 이메일 마케팅, Display AD, PR 등 여러 활동에 대한 ROI 를 측정할 수 있으며, 차후 활동에 대해 체계적인 설계를 진행할 수 있습니다.                                    |
|     | 웹로그 분석은 여러분의 홈페이지, 블로그 등 특정 유입 페이지, 상품, 콘텐츠 분석이 가능해집니다. IP, 접속 지역, 웹폼 체류시간, 사용 OS, 접속 디바이스 등을 통해 방문자들의 특징 및 매출분석까지 확인할 수 있습니다. |
|     | 검색엔진 광고 ROI 는 키워드 광고 비용 투자 대비 수익률을 확인할 수 있습니다. 월별로 발생하는 키워드 광고 비용 중 매출이 발생한 고객을 파악하여 효율적인                                      |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>키워드광고를 운영할 수 있습니다.</p> <p>*최초 한비로 CRM 마케팅은 키워드광고, 박람회, 세미나, 웹, 소개 등의 카테고리를 제공하고 있으며, 해당 내용은 고객 여러분의 편의에 맞게 커스텀할 수 있습니다.</p> |
|--|--|

## Step 2. 신규영업활동

신규고객 확보를 위해서는 고객과 밀착된 활동을 펼쳐야 합니다.



### 신규영업활동 시 사용 메뉴

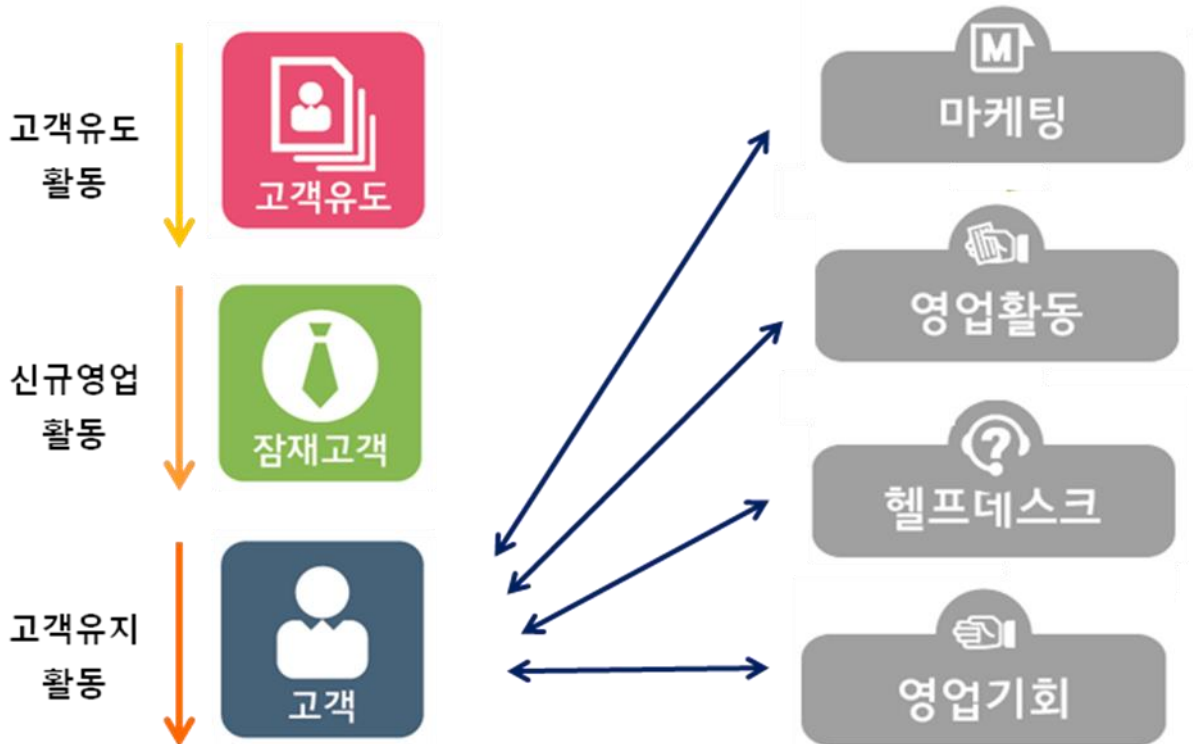
|             |  |
|-------------|--|
| <b>마케팅</b>  | <p>여러분의 브랜드에 관심을 갖고 있는 잠재고객들에게 구매로 이어질 수 있도록 지속적인 Connection 을 이어가야 합니다.</p>   |
| <b>영업활동</b> | <p>과거 진행한 영업활동 이력과 해야 할 영업활동 이력으로 구분하여 잠재고객을 관리할 수 있습니다.</p> <p><b>영업활동이력</b>은 여러분의 잠재고객들과 나누었던 메일, 전화, 미팅, 업무, 우편, 팩스의 내용을 등록 및 관리할 수 있습니다.</p> <p><b>해야 할 영업활동</b>은 여러분의 잠재고객들과 나누어야 할 메일, 견적서, 전화, 미팅, 업무, 우편, 팩스 등 다양한 영업활동을 등록 및 관리할 수 있습니다.</p> <p><b>자동영업알림</b>은 설정 해놓은 기간 내 잠재고객 또는 고객유도대상자와 아무런 영업활동을 하지 않았을 경우 영업담당자에게 해야할 영업활동을 자동 등록되어 신규영업관리에 누락을 방지할 수 있습니다.</p> <p>*해야 할 영업활동과 기한 내 처리하지 못한 활동은 '대시보드'에</p> |



|              |  |
|--------------|--|
|              | 노출됩니다.   |
| <b>헬프데스크</b> | <p><b>티켓</b>은 특정 담당자가 없는 경우 잠재고객으로부터 발생하는 모든 사항을 기록하여 모든 업무가 노출됩니다. 5 단계 프로세스에 따라 진행 현황을 파악할 수 있습니다.</p> <p><b>한비로 CRM Call</b> 은 유선을 통한 고객의 문의, 요청 사항에 대해 이력을 남기고 담당자를 선정 또는 티켓으로 등록할 수 있습니다.</p> <p><b>라이브챗</b>은 온라인 상에서 이뤄지는 텍스트 문의, 요청 사항에 대해 실시간으로 응대를 통해 문의, 요청 사항을 관리할 수 있습니다.</p> <p><b>지식창고</b>는 반복적으로 발생하는 고객의 요청에 대해 팀, 부서간 자료를 공유를 할 수 있습니다.</p> |

### Step 3. 고객유지활동

고객관계 강화는 여러분의 상품 및 서비스를 소비하는 집단이며, 여러분의 브랜드에 로열티를 가지고 있습니다. 지속적인 관계를 이어나가기 위해서는 브랜드 로열티 강화를 이뤄내야 합니다.



#### 고객유지활동 시 사용 메뉴

|            |  |
|------------|--|
| <b>마케팅</b> | 기존의 고객과의 관계를 강화할 수 있는 다양한 마케팅 활동을 펼쳐야 합니다. DM 발송, 고객설문을 통한 이벤트, 캠페인 등의 활동에 대한 ROI를 측정할 수 |
|------------|--|

|                     |   |
|---------------------|---|
|                     | <p>있습니다.</p> <p><b>ROI 분석</b>을 통해 여러분은 고객의 반응을 확인하여 캠페인 진행 시 효과적인 대안을 기획할 수 있으며, 불안정한 결과물을 감소 시킬 수 있습니다.</p>  |
| <p><b>영업활동</b></p>  | <p>고객들과의 관계 강화를 위해 활동 업무의 히스토리를 확인하여 그들의 과거 요청사항에 따라 쌍방향 커뮤니케이션을 실현할 수 있습니다.</p> <p><b>자동영업알림</b>은 특정 기간 동안 고객의 등급에 따라 미팅, 전화, 이메일 활동에 대해 최소기간을 설정하여 영업담당자가 할당된 영업활동을 진행하지 않았을 경우 영업담당자에게 해야할 영업활동 자동 등록하여 고객유지활동을 활발히 진행할 수 있습니다.</p> <p>상품 사용 방법 문의, 상품 교환, 상품에 대한 결함, 서비스 품질 향상 요청 등 다양한 고객의 요청사항에 대해 한 눈에 확인할 수 있으며, 담당자를 설정하여 고객의 요청을 원활하게 처리할 수 있습니다.</p>   |
| <p><b>영업기획</b></p>  | <p>기존 고객의 추가적인 구매 건에 대해 관리가 가능합니다. 고객의 히스토리를 확인하여 신규 상품을 제안할 수 있으며, 추가 영업건에 대한 관리를 할 수 있습니다. 즉, <b>크로스셀링과 업셀링</b>이 손쉬워 집니다.</p> <div data-bbox="416 1106 1399 1200" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>크로스셀링</b> : 고객에게 자사의 다른 상품을 판매하는 것<br/> <b>업셀링</b> : 고객에게 기존 사용에 업그레이드 상품을 판매하는 것</p> </div> <p>매출이 발생하는 다양한 형태의 거래를 수용할 수 있습니다. 건별로 진행되는 단발적 거래와 월 과금 형태, 후불, 선불 등 다양한 거래를 간단한 동작으로 관리하세요.</p> |
| <p><b>헬프데스크</b></p> | <p>고객에게서 발생한 모든 요청사항을 관리할 수 있으며, 이를 통해 그들과의 관계를 더욱 돈독히 구축할 수 있습니다.</p> <p><b>티켓</b>을 활용하여 담당자가 미지정 된 경우, 고객의 요청사항을 5 단계 프로세스에 맞게 진행 현황을 파악할 수 있습니다. 고객의 모든 요청사항을 <b>라벨</b> 별로 확인하여 이슈 사항을 확인하여 피드백을 통해 양질의 서비스를 진행할 수 있습니다.</p> <p><b>한비로 CRM Call</b> 을 통해 유선상에서 발생하는 고객의 요청 건을 관리하여 고객의 목소리에 귀를 기울일 수 있습니다. 고객의 요청은 결국 여러분에게 큰 자산이 될 것입니다.</p> <p><b>라이브챗</b>은 고객과 실시간으로 발생하는 텍스트 요청을 케어할 수 있습니다.</p>                   |

**지식창고**는 지속적으로 발생하는 고객의 요청사항에 대해 매뉴얼을 만들어 효과적인 대응을 통해 고객과의 관계를 강화할 수 있습니다.

**\*영업활동과 티켓의 차이**

| 업무            | VS | 티켓            |
|---------------|----|---------------|
| 담당자 有         |    | 담당자 無         |
| 진행 사항 확인 필요 X |    | 진행 사항 확인 필요 O |
| 지시 하달 件       |    | 고객 요청 件       |

전화 / 라이브챗 / 메일을  
통해 해야할 업무 or 티켓으로 보내기