

고객 셀프 서비스: 개선을 원하십니까?

귀사에서 이미 가지고 있는 견고한 토대 위에 지식창고를 구축하십시오.

기업이 새로운 단계 및 국면에 접어듦에 따라 경쟁력 있는 제품 기능, 야심찬 매출 목표 또는 수익률에 중점을 두다 보니 확대되는 고객층과 더욱 복잡한 비즈니스 운영과 함께 고객 서비스 확장의 필요성을 간과하게 되었습니다.

비즈니스의 새로운 국면이 시작될 시점이 스마트한 방법으로 고객 서비스를 확장할 적기이며, 본 백서를 통해 그 방법과 이유를 보여 드리하고자 합니다. 귀사와 귀사의 상담원은 이미 매일 훌륭한 셀프 서비스를 제공하는 데 필요한 활동에 참여하고 있다는 사실이 입증될 것입니다. 열심히 일하기보다는 스마트하게 일함으로써 그러한 노력을 훌륭한 셀프 서비스 전략으로 전환할 수 있습니다.

가트너 보고서, [지식관리로 CRM 고객 서비스 혁신](#)에서는 적절한 지식관리 방식이 시행 중일 때 CIO는 고객 지원 비용을 25% 이상 절감할 수 있을 것으로 예상합니다. [고객 서비스 프로젝트를 위한 자금 확보](#)라는 제목의 Forrester 보고서에 의하면 온라인 셀프 서비스 및 능동적인 알림을 통해 컨택 센터의 통화량을 줄일 수 있습니다. 직원이나 고객에게 제공되는 상황별 지식창고 문서를 개선하면 [제공자의 응답 시간이 20%에서 80%까지 단축됩니다](#). 또한, 가트너 보고서에 의하면 잘 구축된 지식창고는 새로운 고객 지원 담당자를 교육시키는 데 걸리는 시간을 35% 줄여줍니다.

셀프 서비스 인프라 구축에 시간과 리소스를 투자하는 것이 부담스러울 수 있고 어떤 사람들은 비현실적이라고 생각할 수도 있습니다. 지원 리더들은 셀프 서비스가 산더미같은 문서 작성, 전략화 및 유지 관리를 수반할 것으로 예상합니다.

셀프 서비스 전략이 성공하려면 실제로 작업 흐름을 수정해야 합니다. 경영진 사이에서 기대치가 설정될 것이며, 사내 누군가는 비즈니스 전반의 이해관계자들과 소통하면서 고객과 직원 모두의 성공과 관련성을 추적해야 할 것입니다. 진정한

성과를 거두기 위해서는 티켓 내의 링크를 통해 고객과 직원을 지식창고로 유도하는 것을 포함한 지속적인 투자가 필요할 것입니다. 하버드 비즈니스 리뷰에 실린 한 기사를 통해 HubSpot의 서비스 및 지원 담당 부사장인 Michael Redbord는 전담 직원이 지식창고를 구축하고 고객 교육 지원을 제공할 것을 권장합니다. 그 사람이 바로 여러분일 수도 있겠죠.

하지만 고객 서비스가 이미 잘 운영되고 있거나 성숙해 가고 있는 조직의 경우, 그 토대가 이미 마련되어 있습니다. 이에 대해 자세히 보여 드리겠습니다.

1. 지식창고 문서 작성
2. 어떤 지식창고 문서를 작성할지 결정
3. 훌륭한 경험을 디자인
4. 업무에 적합한 인재 채용
5. 해당 분야별 전문가 파악
6. 급격히 증가하는 지식창고 콘텐츠를 사용하여 고객 지원

잘못된 생각

지식창고 문서를 누가 작성해야 할지 모르겠습니다.

저희 상담원은 너무 바빠 지식창고 문서를 작성하거나, 조사하거나, 업데이트할 시간이 없습니다.

매일 고객으로부터 광범위한 질문을 받습니다. 어느 주제부터 시작해야 할지 모르겠습니다.

고객을 위한 훌륭한 셀프 서비스 경험을 만드는 방법을 모르겠습니다.

셀프 서비스 활동을 지원하는 인재를 어떻게 채용해야 할지 모르겠습니다.

현실

셀프 서비스를 구축한다는 것은 이미 사내에 축적된 노하우를 한 곳에 통합하는 일입니다. 해당 분야의 전문가가 누구인지 알고 계십니다. 이들은 고객의 가려운 곳을 긁어주고 복잡한 문제를 해결할 수 있도록 안내해 주면서 개인화된 전문성을 발휘합니다. 이들은 종종 여러분이 이에 대해 듣거나 고객이 이를 경험하기도 전에 잠재적인 장애물을 찾아내는 프로젝트 관리 팀일 수도 있고, 고객 관리 과정에서 주요 고객의 희망 사항 요청을 제출한 영업사원일 수도 있습니다. 이러한 터치포인트는 풍부한 고객 및 제품 정보를 제공합니다.

상담원은 항상 지식창고 문서를 작성하지만, 셀프 서비스 콘텐츠 대신 등록 티켓에 대한 내부 응답만을 작성합니다. 실제로, 상담원은 매일 들어오는 반복적인 문의에 응답하면서 필요한 것보다 훨씬 더 많은 내용을 작성하고 있을 수 있습니다. 데이터가 풍부한 [티켓을 분석](#)하는 데서 시작하는 것이 좋은 방법입니다. 상담원들이 티켓에 작성하는 응답은 종종 간단한 몇 가지 단계를 거쳐 지식창고 문서로 전환됩니다.

큰 프로젝트입니다. 하지만 셀프 서비스 콘텐츠는 어디에나 있습니다. 팀이 이미 알고 있는 질문 또는 우려 사항으로 파악한 콘텐츠로 지식창고를 채울 수 있는 기회를 이용하세요. 셀프 서비스는 이러한 아이디어를 몇 단계 더 앞서 나간 것에 불과합니다. 예를 들어, 간단한 응답으로 해결되는 [원터치 티켓](#) 및 일반적으로 사용되는 공개 매크로에 특별히 주의를 기울이세요. 이 콘텐츠는 이미 존재하고 발전하고 있는 지식창고에 신속하게 게시할 수 있습니다.

[고객 서비스 팀이 배포하는 성공 사례](#)의 많은 부분을 셀프 서비스에도 적용할 수 있습니다. 고객을 지원하든, 기능적이고 유용한 지식창고를 디자인하든, 궁극적으로는 정보를 찾기 쉽게 만들고, 브랜드 상의 메시지를 사용하여 제품 및 그 안의 모든 과제를 설명하고, 공감대를 형성해야 합니다.

지원 상담원에게서 이미 찾고 있으며 [촉진](#)하고 있는 많은 기술이 지식창고를 구축하면서 이전 가능합니다. 예를 들어, 훌륭한 글쓰기 기술, 감정이입 및 인내심은 성공을 위해 모두 팀원들이 보유해야 하는 자질입니다. 조직 내에서 최고의 글쓰기 기술을 보여 주었거나 커뮤니케이션 방식에서 자신감 있는 태도를 입증했습니까? 배정된 업무 이상의 일들을 하거나 조직 내에서 승진하려는 욕구를 보여준 사람이 있습니까? 그러한 사람들은 술선수범하며 진취적 태도로 업무를 수행하는 인재일 수 있습니다.

잘 알겠습니다. 다음 단계는 무엇인가요?

무엇보다 이를 단기적이 아닌 장기적인 과정으로 보아야 합니다. 지식창고는 사전 계획을 통해 비즈니스 및 성장하는 고객층과 함께 확장할 수 있는 유연하고 유동적인 고객의 요구 사항을 동적으로 표현한 것입니다.

사내 축적된 노하우를 활용할 수 있도록 해주는 스마트한 지식창고인 Guide를 사용해 보세요.

zendesk.kr/guide