

◆ **‘이벤트기반 고객관리 체계(EBCM)’ 구축** = 신한은행 CRM 프로젝트는 약 1년여간 컨설팅에 이어 지난 2009년 한국HP를 주사업자(윌비솔루션, 신한데이터시스템, 위세아이텍 참여)로 선정하고 올 1월부터 본격 개발에 착수했다.

당시 은행 측이 내세운 목표는 ▲현장의 마케팅 성공률을 높이는 스마트한 수단의 CRM ▲고객이 미처 생각하지 못하는 금융 니즈에 대한 선행적 이해를 기반으로 단기적 영업기회 실효성을 높이고 ▲그룹 고객을 포함 장기적 고객 무량화를 추진하는 것 등으로 요약된다.

은행 측이 특히 심혈을 기울인 개선과제는 ‘이벤트기반 고객관리 체계(EBCM)’ 구축이었다.

기존 신한은행 EBCM은 사용자 관점에서 대상을 추출할 때 조건을 직접 쿼리화하는 등의 복잡한 과정을 거쳐야 했다.

신한은행 마케팅 담당 백홍근 부장은 “새로 개편한 CRM 내 EBCM은 드래그 방식으로 손쉽게 구현이 가능하다”고 밝혔다.

영업기회 관리체계의 경우 기존 CRM 시스템에는 없었던 인터넷, 콜센터 등 접촉정보를 활용해 영업기회를 창출하도록 지원하고 있다.

예를 들어 “은행 고객이 특정 금융상품에 지속적인 관심을 갖고 은행 홈페이지를 여러 차례 방문해 정보를 검색했다는 기록을 포착, 바로 다음날 은행 아웃바운드 콜센터에서 상품에 대한 자세한 설명을 받을 수 있게 된다.”

↑ event 기반의 로고데이터