

**Case  
Study**

*IT Solution  
Application  
example  
analysis*

## SPECRTA 'eNomix Engager',

### NH농협은행 스마트상담센터 옴니채널 구현사례

*Focus on: 금융기관 멀티미디어 통합 상담관리 솔루션 적용효과  
분석*

데일리그리드 리서치센터

소프트웨어그룹

**2016. 05.**

[성공사례] 스펙트라, NH농협은행 스마트상담센터 옴니채널 구축 적용사례

**비대면 상담에서 금융상품 가입까지 디지털 통합상담 플랫폼 구축  
절반 넘지 못했던 고객 상담 처리율 "90%"까지 확대  
스펙트라 통합상담플랫폼 'eNomix Engager' 적용**

2015년 12월 오픈한 NH농협은행은 'NH스마트금융센터'를 정식 오픈하고 서비스를 시작했다. NH스마트금융센터는 온라인에 특화된 새로운 형태의 비대면 마케팅 채널로서 '금융상품마켓'과 '스마트상담센터', '자산관리서비스'로 구성된다.

금융상품 가입 시 풍부한 분석데이터가 제공되고, 고객의 금융이용 행태를 세분화한 1:1 맞춤 추천과 자동 금융상품 추천 기능을 통해 고객은 영업점을 방문하여 상품가입을 할 때보다 편리하게 상품에 대해 판단할 수 있고 맞춤형

보를 비교, 확인하며 가입이 가능하다.

또한 스마트상담센터에서는 전화, 채팅, 전자우편 및 화상 등 비대면 채널을 통해 나에게 맞는 전문상담사와 편리하게 상담할 수 있어, 영업점을 방문하지 않고 중금리대출(NH EQ론) 등 대출 업무도 가능하다.

**[도입배경]**

농협은 스마트금융센터를 오픈하면서, 금융상품마켓(이하 상품몰)에서 유입되는 고객의 요구에 대응할 수 있는 전문상담채널이 필요했다.

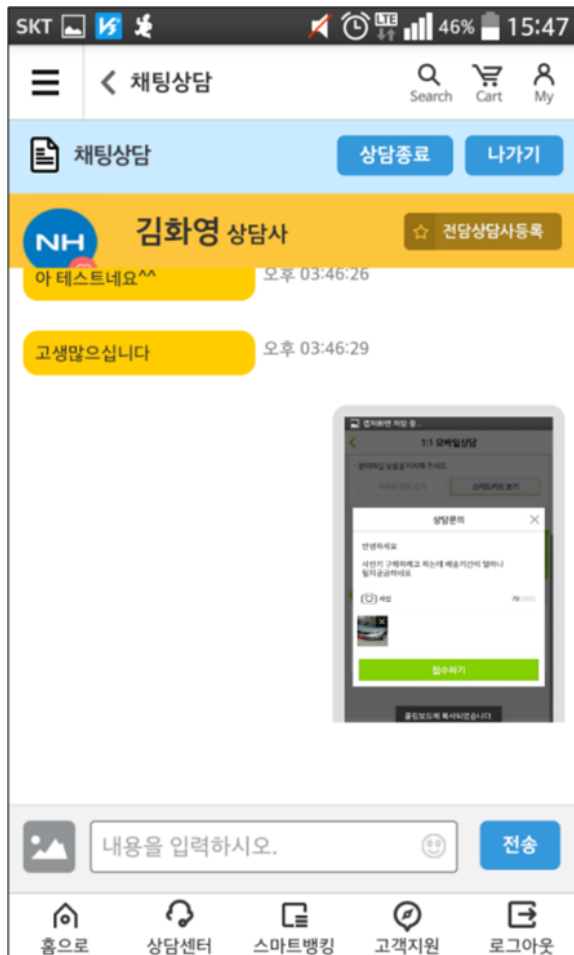


이를 위해 채팅(Talk), 이메일, 전화예약, FAQ 등의 다양한 비대면 멀티미디어 채널을 확보하고 이에 대한 상담, 운영, 관리 및 영업활동을 위한 전문상담센터(이하 스마트상담센터)를 설립해야 했다.

**콜센터만으론 상품설명 어려움 직면=스마트상담센터**를 만들면 기존 오프라인 영업점의 상품판매 활동을 고객과 직접 접촉하지 않고, 인터넷, 스마트 채널을

**농협은행의 금융상품몰 전용의 스마트 상담센터 메인화면**

이용하여 동일한 활동을 수행하기 때문에, 비용 감소 및 매출 증대 효과를 거둘 수 있다. 스마트상담센터는 일종의 사이버지점(가상영업점)이라 할 수 있다.



### 전담상담사와 채팅상담으로 온디맨드 금융서비스 실현

기존 은행 콜센터는 금융업무 처리에 대한 비대면 상담을 수행하고, 고객들은 은행 요구불 및 이체업무를 처리한다. 그러나 여수신 상품 가입 및 주요 보험 및 펀드 등에 대한 상품 구매는 비대면 채널로 진행하는데 한계가 있다. 예를 들면 영업점에서 직접 면대면으로 진행하는 것과 대비해서, 상품에 대해 길게 설명해야

하고 상품 목록은 부족하고, 온라인에서 가입 절차를 진행하는 것도 어려웠다.

**멀티미디어 옴니채널 상담 솔루션 확보 핵심과제로 떠올라**=농협은 이런 문제점을 말끔히 해결하길 원했다. 기존 프로세스를 온라인에서도 진행하게 만들면서 그에 맞춘 친절하고 다양한 매체를 통한 고객상담이 가능하도록 해야 했다. 특히 이를 수행할 수 있는 멀티미디어 옴니채널 상담 솔루션을 확보는 현안을 해결할 핵심 과제로 떠올랐다.

콜센터의 주요접점 형태는 인바운드 전화인 반면, 상품몰에선 인바운드 채팅 및 메일 상담이 주채널로 계획됐다. 더불어 전화예약을 통한 아웃바운드 전화 상담을 보조 채널로 가져갔다. 특히 필요한 고객의 요구를 만족시키기 위해 고객과 1:1 전문상담사를 지정해 상담할 수 있는 전문상담사 체계를 갖췄다.

### [구축과정]

농협은행 및 농축협(이하 상호금융) 스마트금융부를 필두로 2014년부터 계획 및 컨설팅이 이루어졌고 2015년 7월부터 2016년 12월까지 스마트금융센터 프로젝트와 스마트상담센터 프로젝트를 수행했다.

**옴니채널 통합상담플랫폼 'eNomix Engager' 선정**=이 과정에서 다양한 멀티미디어 채널 솔루션 확보가 필요했던 농협은 다양한 제품을 검토 후 요구사항을 만족시킬 제품으로 스펙트라의 통합상담플랫폼인 'eNomix Engager' 솔루션을 최종 선정했다.

상품 판매를 위한 상담과정은 고객지원 및 영업활동에서 중요한 부분으로 특히 비대면 채널 상담은 전체 프로젝트에서 중요도의 비중이 가장 컸다. 이 때문에 이 프로젝트를 성공리에 완수하고 완수에 따른 비대면 채널을 통해서 매출이 성장해야 한다는 심적인 중압감을 갖고 있었다.

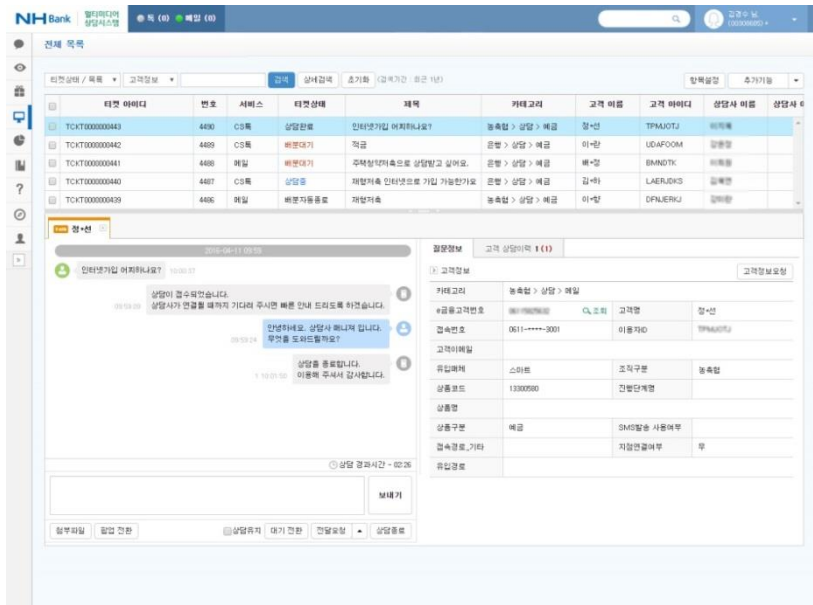
**비대면 채널 상담은 전체 프로젝트 가장 중요한 비중 차지=** 또한 상품물 프로젝트 참여자들과 전문상담센터 참여자들 사이에 긴밀한 기획 및 협업이 필요했다. 그리고 신뢰할 수 있는 서비스를 만들기 위해 참여자들 간에 긴밀한 협력이 절실했다.

프로젝트 성공의 견인차 역할을 한 것은 길고 엄격했던 테스트 과정이었다. 개발과정의 단위테스트에서 체계적인 검증을 진행했고, 인수테스트에서 단계적인 검토 및 승인 과정을 거쳤다. 특히 결함 사항에 대한 강평 시간을 가지면서 결함을 낮추는 활동을 지속적으로 반복했다.

또한 운영 및 가용성 테스트를 신중히 진행했고 보안 및 취약성 검증 테스트까지 꼼꼼히 진행했다. 이런 노력으로 오픈 후 안정화 시간이 매우 짧았고, 소프트웨어 결함이 거의 발생하지 않는 성과를 거둘 수 있었다.

**옴니채널 커뮤니케이션을 위한 다양한 시스템과 연동작업 수행**=기존에 운영중인 시스템 간

의 연동작업은 중요한 과제였다. 멀티미디어 솔루션과 전화상담 어플리케이션, CRM, 대외처리 및 계정계 시스템과 연동, 경영정보 및 메일, 푸쉬, SMS 등의 가용한 인터페이스 환경하에 다양한 연동이 이뤄졌다.



### enomix Engager 옴니채널 멀티상담 플랫폼

그러나 체계적인 체크리스트 및 프로세스에 따른 인터페이스 요소들을 정확하게 목록화하고 구현함에 따라 하나의 몸처럼 유기적으로 동작하는 것을 보고 프로젝트 성과에 대한 만족감이 더욱 높아졌다.

### [도입효과]

프로젝트 오픈 시점의 스마트 상담센터 조직은 18명으로 시작했으나 약 3개월이 지난 시점에서는 26명으로 늘어났다. 상품별 및 업무에 따른 조직체계도 정비됐다. 2016년 1월 한 달 간 채팅(Talk)은 3400여건, 메일은 1000여건이 접수됐다. 전화예약은 2,600 건이 접수됐고, 전화

접수는 3,200건이 접수됐다.

**상담처리율 90%까지 높여**=이전에는 인력 및 전문상담사의 부족으로 상담처리율이 50%를 넘지 못했다. 그러나 새 시스템이 도입되면서 인원 충원 및 완료처리 중심의 운영방침에 따라 90% 이상의 처리성과를 냈다.

현재 스마트상담센터에 금융상품이 모두 노출된 것은 아니다. 수신 및 펀드, 보험 영업활동을 강화하고 점차 다양한 여신상품을 상품몰에 노출할 예정이다. 이로 인해 몇 배의 여신판매 성과를 올릴 것으로 농협은 기대하고 있다.

**다양한 상품으로 노출 확대 방침**=현재까지 다른 여신상품을 노출하지 않는 이유는 여신 상담을 위한 일부 내부 프로세스의 온라인화가 부족했기 때문이며, 4월부터 시작되는 2차 고도화 프로젝트 시 해당 상품에 대한 영업활동이 가능할 전망이다.

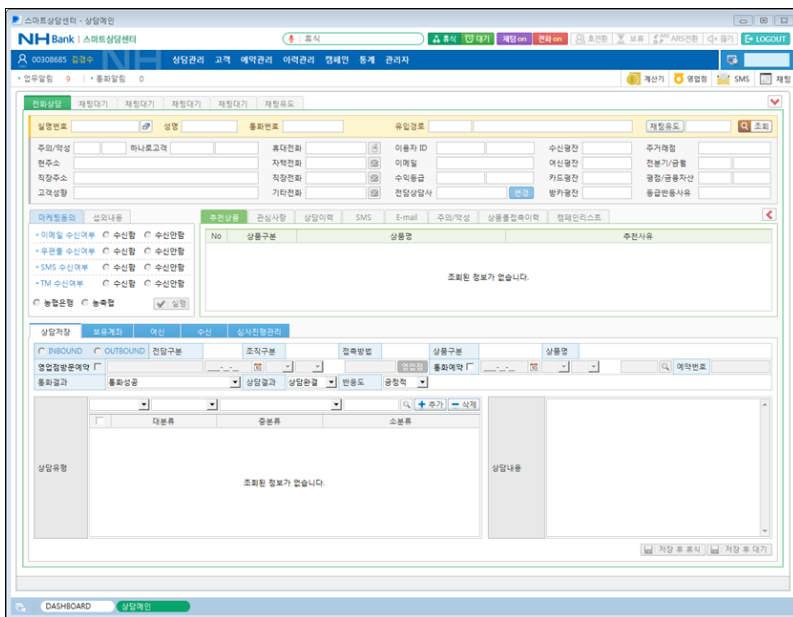
1차 프로젝트 완료 후 2차 고도화 사업을 진행 전, 농협은 요구불 계좌 상품에 대한 비대면 인증 업무 프로세스를 구축하는 1.5차 프로젝트를 진행했다. 이 사업으로 영업점 방문 없이, 인터넷으로 요구불 계좌 생성이 가능해졌다. 손쉬운 입출금계좌 가입에 따른 상품 판매가 늘어날 전망이다.

**채널간 상담이력 공유 및 끊김 없는 연결로 진정한 옴니채널 환경 마련**=다양한 채널의 선택권을 고객에게 제공하는 것을 넘어 이제는 그 채널의 유기적인 연계를 통해 일관적인 고객경험을 제공하는 것이 이 बैं킹 상담시스템의 차별점이다. 심각한 고객 서비스 문제를 겪고 있는 고객에게 재차 문제를 묻는다면 기업과 고객의 관계는 균열이 생길 수 밖에 없다. 그러나 스펙트라의 옴니채널 통합상담 플랫폼은 채널간 상담이력을 실시간으로 공유하고 채널간 유기적인 연결을 통해 고객이 선택한 마지막 채널을 중심으로 동일한 경험을 제공해 진정한 상담환경을 마련했다.

**[향후계획]**

농협은 현재 2차 e금융고도화 사업이 준비 중이다. 이 프로젝트를 진행하면 기존의 상품몰에 추가 금융상품들이 진열될 것이다.

농협은 이를 위해 해당 상품에



**옴니채널 멀티상담 어플리케이션(App)**

다른 프로세스 작업을 개발하고 스마트 상담센터의 업무 자동화 및 고도화 작업이 진행할 계획이다.

또한 2차 프로젝트 진행 시 화상상담채널을 추가할 계획이다. 화상 채널에 대한 확보는 채널을 다양화하고, 장애인 상담 및 비대면 인증 프로세스의 기능개선을 위해 꼭 필요하기 때문이다.

농협은 현재 EQ론에 국한된 여신상품을 늘릴 예정에 있습니다. 중금리 대출상품 NH EQ론은 출시 이후 3개월만인 지난 3월30일 누적대출액 100억원을 돌파하는 등 최근 흥행몰이를 하고 있다. 이와 함께 요구불 상품으로 국한된 비대면 인증을 대출, 펀드, 보험으로 확대할 예정이다.

상품물 채널상담은 정점은 적극적인 마케팅 상담이다. 농협은 현재의 멀티미디어 채널을 고객의 방문횟수, 자산 분석, 고객의 성향 등 고객의 행동 및 CRM 데이터를 기초로 해서 고객에게 멀티미디어 상담을 능동적으로 유도 시키는 마케팅 채널로 확대할 것으로 고려하고 있다.

**스펙트라 옴니채널 통합상담플랫폼 'eNomix Engager'** = 농협에 적용된 스펙트라 통합상담플랫폼 'eNomix Engager'는 멀티미디어 상담 솔루션과 인아웃바운드 전화 상담 어플리케이션과 한 몸처럼 동작하고 있다. 채팅, 이메일 상담과 FAQ는 멀티미디어 상담솔루션에서 처리하고, 전화상담 전화예약은 전화상담 어플리케이션에서 처리할 수 있다. 또한 처리결과를 공

유하고 상담수락 및 상담사의 상태를 공유한다. 이를 통해 이질감 없는 하나의 상담 어플리케이션으로 통합됐다.

또한 멀티미디어 상담 솔루션 중심으로 전화상담 어플리케이션, 콜인프라, 상품몰이 유기적으로 연결되어 있다. 상담채널의 중심이지만, 데이터의 흐름상 멀티미디어 상담 솔루션이 그 중심에 있다고 볼 수 있다.

[요약]	
도입배경	<p>-NH농협은행의 고객상담 서비스는 전화상담 위주의 한계와 온라인 채널에 대한 고객대응이 부족한 실정</p> <p>-급변하는 금융환경에 신속히 대응하고, 상담서비스 고도화에 대한 위해 Talk(채팅), e-Mail, FAQ, 전화예약 등 다양한 멀티미디어 채널을 이용한 전문상담센터를 구축해 비대면 채널 수익성 증대 및 대 고객 만족도 개선 요구 증가</p>
선정이유	<p>-스펙트라 옴니채널 통합상담플랫폼 'eNomix Engager'는 업무매니저, 상담사, 시스템관리자별 최적의 기능제공 및 기간제 시스템과의 연계를 통해 효율적인 상담환경 제공</p>
구축효과	<p>-한 명의 상담원이 여러명의 고객과 동시 상담하는 멀티 Talk상담 기능과 문의 내용을 다른 상담사에게 전달하는 기능을 제공</p> <p>-CTI 기준과 룰에 의하여 상담 문의 건이 배분되도록 IPRON CTI와 멀티미디어 상담시스템 연동 개발을 통해 통합라우팅 구현</p> <p>-CTI에서 관리되는 상담사 업무 상태, 관심 고객정보, 사용자 정보 등을 멀티미디어 상담시스템과 상담 어플리케이션에 동기화하는 인터페이스를 구현</p> <p>-UQ기반의 통합 라우팅 배분을 위한 데이터 및 상태정보 동기화를 통해 멀티미디어 컨택센터의 주요시스템 연동</p> <p>-상담을 요청한 고객에게 전담 상담사를 배정하여 지속적으로 고객을 관리하는 업무 환경을 마련하고 CTI를 통해 전담 상담사의 정보 등록, 조회, 해지를 관리하는 기능 구현</p> <p>-IPRON CTI 통합 라우팅을 기반으로 전화상담, eMail 상담, Talk 상담 등 다양한 서비스 업무를 진행하면서 손쉬운 채널 전환을 지원하는 업무 환경을 구현</p>



(주)스펙트라(SPECTRA)는 19년간 소프트웨어 공학 기반으로 성장한 디지털 채널 솔루션 전문 기업이다. 모바일 특(채팅), 이메일상담, 디지털마케팅 인게이지먼트 솔루션을 공급해 기업과 고객의 연결을 돕고 있다.

## COPYRIGHT NOTICE

---

본 보고서의 판권은 데일리그리드가 소유하고 있으며, 데일리그리드의 허가 없이 무단 배포 및 복사를 금합니다. 본 보고서의 내용은 전재(轉載)할 수 없으며, 인용할 경우 본지와 상의 후 그 출처를 반드시 명시해야 합니다. (This publication is copyrighted by *The DailyGrid Research Center*. Any reproduction or redistribution of this publication, in whole or in part, whether in hard-copy format, electronically, or otherwise to persons not authorized to receive it, without the express consent of the *The DailyGrid Research Center*. Should you have any questions, please contact us at (02) 749-3205 or [grid@dailygrid.net](mailto:grid@dailygrid.net). This Case study was developed with the assistance and funding of *Spectra*. Visit [www.dailygrid.net](http://www.dailygrid.net) to learn more about IT information and market trend.)