

# IBM Watson Engagement Advisor

고객과 기업의 소통 방식 혁신



## 서론

업종을 불문하고 기업들은 그 어느 때보다 높은 고객의 기대를 충족해야 합니다. 인구 통계적 변화, 사회적 패턴의 변동, 모바일 기술의 증가로 인해 소통의 규칙이 재정의되었으며 이제는 개별 고객이 관계를 이끌고 있습니다.

오늘날 새롭게 등장하고 있는 수많은 주제들을 보면 기업과 고객간의 관계가 얼마나 달라지고 있는지 여실히 알 수 있습니다.

첫째, 고객은 모든 상호 작용이 애로 사항 없이 원활하게, 효율적으로 이루어지기를 기대합니다. 특히 밀레니엄 세대는 디지털 영역에서 제공되는 서비스에 대해 요구하는 바가 매우 많고 기대에 미치지 못한 브랜드에 대한 충성도는 매우 낮습니다.

둘째, 고객들은 점점 더 *셀프 서비스* 기능을 원하고 있습니다. 온라인으로, 사람의 도움 없이 항공편 변경, 기술 지원 문의 등 원하는 바를 해결하는 것이 고객이 바라는 이상적인 시나리오입니다. 최근 한 연구에서 설문에 참여한 고객의 72%는 실시간 상담원보다 셀프 서비스 방식을 선호한다고 밝혔습니다<sup>1</sup>.

뿐만 아니라 사용자들이 더욱 모바일화되면서 모바일 디바이스에서 기업의 서비스에 액세스하는 것은 보편적인 현상이 되었습니다. 이들은 설문, 등록, 3대 소셜 미디어 플랫폼에서만 25억 개에 달하는 활성 계정을 통해 스스로에 대한 더 우수한 인사이트를 공유하고 있습니다<sup>2</sup>.

이러한 요인들 때문에 고객이 원하는 기업과의 소통, 상호 작용, 관계 구축 방식이 바뀌고 있습니다. 적극적인 소통에 참여하는 고객은 지갑 점유율, 수익성, 매출, 관계 확장의 측면에서 23% 더 우수한 가치를 창출합니다<sup>3</sup>.

하지만 이처럼 다양한 기회가 생겨났음에도 불구하고 기업 대부분은 전례 없는 고객 액세스 및 데이터 가용성을 십분 활용하지 못하고 소통 요구 사항의 변화를 수용하지 못하고 있습니다.

---

**고객 만족도가 1포인트  
바뀌면 시장 가치는 4.6%  
달라집니다.**

---

여전히 고객과의 소통에서 기존 컨택 센터에 대한 의존도가 높은 곳이 많습니다. 일반적으로 문의 전화의 절반 가량이 미해결 상태로 남거나 에스컬레이션을 필요로 합니다<sup>4</sup>. 그러나 결국 고객 만족도 하락으로 이어졌을 그 실패 건수의 61%는 더 우수한 정보 액세스가 있었다라면 해결되었을 것입니다<sup>4</sup>. 한편 고객 만족도가 단 1포인트 바뀌면 시장 가치는 4.6% 달라집니다<sup>5</sup>. 기업에게는 새로운 접근 방식이 필요합니다.

## IBM Watson Engagement Advisor

IBM Watson Engagement Advisor는 관계의 수명 주기 전반에서 사람과 기업의 상호 작용 방식을 근본적으로 바꿔 놓을 수 있습니다. Watson의 코그너티브 기능을 활용하여 고객이 기대하는 종류의 디지털 셀프 서비스 경험을 구현할 수 있습니다.

Watson은 자연어 처리, 기계 학습, 대화 등 코그너티브 서비스의 특별한 조합을 활용합니다.

---

### 가장 우수한 상담원을 디지털 방식으로 확장하여 고객과 소통하십시오.

---

이러한 코그너티브 기술의 조합으로 매우 자연스러운 셀프 서비스 경험이 가능해집니다. 그러면 기업은 최상의 고객 서비스 프랙티스를 발굴하고 재현하여 항상 모든 고객에게 제공할 수 있습니다.

실제로 Watson은 가장 우수한 고객 서비스 상담원을 디지털 방식으로 확장하고 보강합니다.

## 완전히 달라진 경험

Watson 셀프 서비스 경험의 핵심은 일상 언어로 이루어지는 Watson과의 대화입니다. Watson은 질문을 받으면 올바른 답변을 내놓고자 노력합니다.

질문에는 다양한 종류가 있고 각기 다른 답변 방식이 요구됩니다. 그러한 질문 유형 중 몇 가지만 예로 든다면,

**절차:** 세금신고서를 어떻게 작성합니까?

**정의:** 블랙 프라이데이란 무엇입니까?

**사실:** 애리조나로 배송하는 비용은 얼마입니까?

**문제 해결:** 비밀번호를 잊어버렸어요.

마지막 예시('비밀번호를 잊어버렸어요')의 의도는 고객이 비밀번호 재설정과 관련된 도움을 받는 것입니다. 이러한 경우 Watson은 프로세스의 각 단계를 고객에게 안내하여 그 목적을 이룰 수 있게 합니다.

## 어디서나 Watson

Watson Engagement Advisor를 활용하여 원한다면 언제 어디서나 어떤 방식으로든 기업과 소통하길 원하는 오늘날 고객의 더욱 높아지는 기대를 충족할 수 있습니다. 현재의 옴니채널 세상에서 고객은 컴퓨터, 스마트폰, 기타 각종 디바이스에서 솔루션에 액세스할 때 동일한 고품질의 경험을 누리하고자 합니다.

Watson은 근본적으로 옴니채널이며 필요하다면 언제 어디서나 액세스할 수 있습니다. 게다가 사용자가 원한다면 Watson은 그 존재를 드러내지 않을 수도 있습니다. Watson을 기존 웹 프레즌스 또는 모바일 앱에 절묘하게 통합하는 것도 가능합니다

---

**관계의 수명 주기 전반에서  
사람과 기업의 상호 작용 방식을  
근본적으로 바꿔 놓습니다.**

---

Watson은 순 디지털 영역의 바깥으로 확장할 수도 있습니다. Watson이 로봇, 홀로그램과 같은 물리적 형태를 통해 효용성을 발휘하기도 합니다. 그러한 경우 해당 디바이스는 이를테면 공항이나 호텔 로비에서 고객과의 상호 작용 창구가 됩니다.

고객이 있는 곳이라면 어디서나 귀사의 존재감을 확대하고 브랜드와의 소통을 촉진할 기회는 무궁무진합니다. 이러한 분산형 셀프 서비스 경험은 관계의 수명 주기 전반에서 사람과 기업의 상호 작용 방식을 근본적으로 바꿔 놓을 수 있습니다.

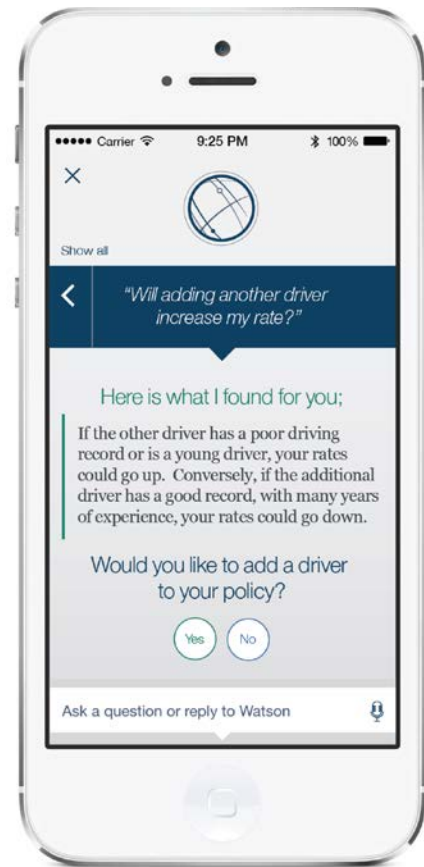


그림 1: 스마트폰에서 이루어지는 상호 작용의 예

## 기업을 위한 솔루션

Watson Engagement Advisor는 귀사의 비즈니스 요구 사항에 따라 확장하도록 설계되었고, 기존 시스템과 통합하고 기존 프로세스를 보완하고 일관성 있는 사용자 경험을 통해 사용자를 위한 길잡이의 역할을 하도록 구현되었습니다.

---

### 확장성을 갖춘 디자인

---

Watson은 SaaS(Software as a Service) 플랫폼으로 이용할 수 있습니다. 사용량을 기준으로 하며 고객의 비즈니스 요구 사항에 따라 확장 가능하므로 오버헤드가 아닌 가치를 창출합니다.

## 소통에 대한 새로운 접근

현재의 프로그램 컴퓨팅 시대를 기반으로 삼는 코그니티브 시스템의 시대가 시작되었습니다. 한때는 미래의 것으로 여겨졌던 기능이 주류로 자리잡고 있습니다. 자연어 상호 작용을 통해 더 직관적인 사용자 경험이 실현되고 데이터에서 지식과 인사이트를 이끌어낼 것입니다. 기계 학습에 힘입어 각종 시스템은 사용될수록 더욱 개선되고 지식의 확장 및 사용자 요구 사항의 변화에 발맞춰 진화할 것입니다.

**출처:**

- 1 – "Selecting Online Customer Service Channels To Satisfy Customers And Reduce Costs", Forrester Research Inc., 2010년 6월 25일
- 2 – Digital Marketing Ramblings  
<http://expandedramblings.com/index.php/resource-how-many-people-use-the-top-social-media/>
- 3 – Creating Impact in B2B Relationships, Ed O'Boyle & Craig Kamins, Gallup Business Journal, 2012년 3월 27일
- 4 – Aberdeen Group. The Contact Center in a Profit-centric Service Organization 2011년 5월
- 5 – Journal of Marketing, 2006년 1월 Customer Satisfaction and Stock Prices: High Returns, Low Risk; Claes Fornell, Sunil Mithas, Forrest V. Morgeson III, & M.S. Krishnan



---

© Copyright IBM Corporation 2015

IBM Corporation  
Software Group  
Route 100  
Somers, NY 10589

Produced in the United States of America  
2016년 8월

IBM, IBM 로고, ibm.com 및 IBM Watson은 전세계 여러 국가에 등록된 International Business Machines Corp.의 상표입니다. 기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 타사의 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보"([www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml))에 있습니다. 이 문서는 최초 발행일을 기준으로 하며, 통지 없이 언제든지 변경될 수 있습니다. IBM이 영업하는 모든 국가에서 모든 오퍼링이 제공되는 것은 아닙니다.

인용된 성능 데이터와 고객 예제는 예시 용도로만 제공됩니다. 실제 성능 결과는 특정 구성과 운영 조건에 따라 다를 수 있습니다

이 문서의 정보는 상품성, 특정 목적에의 적합성에 대한 보증 및 타인의 권리 침해에 대한 보증이나 조건을 포함하여(단, 이에 한하지 않음) 명시적이든 묵시적이든 일체의 보증 없이 "현상태대로" 제공됩니다. IBM 제품에 대한 보증은 제품의 준거 계약 조항에 의거하여 제공됩니다.



재활용하십시오.

---