

<주요 Q&A>

성공적 Digital Transformation을 위한 Total eXperience(MX=CX+EX) Management

- Q1. DT는 장기적인 프로젝트가 바람직한지 단기적인 DT도 가능한지 궁금하고 그럼 단기적인 DT의 대표적으로 RPA를 얘기하는데 RPA외에 또 어떤 것이 있을 까요?

DT전환은 단기적 변화를 시작으로 단계적으로 진행되고 있습니다. RPA에 경우는 혁신을 위한 하나의 수단으로써 업무 알림, 업무진행상 업무처리를 위한 정보를 지원하기 위해 RPA를 많은 기업들이 활용하고 있는 기술입니다. 그 외 현재는 고객의 행태데이터를 분석을 위한 빅데이터분석, AI, 클라우드 등의 현존하는 모든 기술들이 다양한 영역에서 활용되고 있습니다. 추가적인 세부질의가 있으시면 언제든지 연락 주십시오, jyyoo@samsungsds.com

- Q2. 고객 통합 시스템을 구축하기 위한 중요 사전 작업은 무엇인지요? 통합된 고객 시스템을 통해 수집된 고객 빅데이터를 활용하여 AI 분석 결과를 높이기 위한 고도화 방안은 어떻게 지원되는지요?

고객 통합 시스템을 구축하기 위해서는 현재 운영중인 시스템 및 오프라인 업무 전반에 걸쳐 어떤 이슈가 있는지, 그 이슈를 해결하기 위한 시스템적 지원은 어떤 것들이 필요한지를 찾는 과정이 필요합니다. 그 과정에서 고객 시스템을 통해 수집된 고객 정보는 데이터 관점에서 효율적이지 않는 사용 영역(정보구조의 사용흐름, 사용자의 시스템 조작과정, 불필요한 업무 수행) 등을 파악하는데 중요한 정보로 활용됩니다.

삼성 SDS는 사용자 정보를 CX관점에서 접근하여 문제를 해결하기 위한 프로젝트를 수행하고 있으며, 이를 기술적으로 지원하기 위한 브라이틱스 머신러닝, 브라이틱스 딥러닝, 브라이틱스 데이터 플랫폼, 브라이틱스 데이터 허브, 브라이틱스 비주얼서치, 브라이틱스 애널리틱스 상품을 제공하고 있습니다.

- Q3. 통합적 인지란 무엇인 지 질문 드립니다 그리고 통합적 인지를 통하여 최적으로 의사결정을 지원하는 방법에 대해서 질문 드립니다.

통합적 인지는 일하는 사람들의 DNA 변화가 있을 때, 통합 경험 관리에 집중할 때 최적의 의사결정을 할 수 있습니다. 가트너의 통합경험 관리를 참고해보세요 Business Insights & Technology Trends | Smarter With Gartner

Q4. RPA 솔루션은 개선인가요? 혁신인가요?

RPA 솔루션은 개선과 혁신 모두 해당이 됩니다. 작업자 관점에서 보았을 때는 단순 반복되는 업무를 RPA를 통해 수행하게 하여 작업자가 중요하게 수행해야 할 업무에 집중할 수 있는 개선의 요소를 제공하며, 기업 관점에서 보았을 때는 많은 시간이 소요되던 단순 반복 업무를 줄이고 줄어드는 시간만큼 임직원이 핵심적 업무 몰입 및 충분한 휴식을 제공하여 효율적 업무 방향을 제시하는 혁신적 요소를 제공합니다.

Q5. 기업에서 차세대 스마트팩토리 시스템을 효율적으로 구축하려는 경우 사전에 검토하고 점검해야 할 사항들에 대해서 문의 드립니다.

가장 중요한 것은 시스템을 이용하는 사용자와 이해 관계자입니다. 불편한 경험을 개선하기 위해 일상적인 업무부터 시스템 사용까지 전 과정의 경험을 살펴보고, 관련된 모든 사람의 여정과 경험을 살펴보는 것이 우선 되어야 합니다.

Q6. SDS에서 생각하시는 DT와 기존 시스템 구축과의 차이, 차별 점은 무엇일지요?

기존의 기업들의 경우는 DT전환에 있어, 신기술 적용에 집중하는 반면 SDS의 경우는 사용자(고객, 임직원, 그리고 함께 협업하는 파트너사)가 추구하고자 가치를 기반으로 가장 효과적인 기술을 활용한 디지털혁신을 가능케 한다는 점에서 많은 차이가 있다 생각합니다. 추가적인 세부질의가 있으시면 언제든지 연락 주십시오, jyyoo@samsungsds.com,

Q7. 전에 SDS에서 RPA 솔루션 소개가 있었던 것 같은데 지금 프로님이 말씀해주신 챗봇 RPA 사례도 동일 솔루션 사용하신 케이스인건가요?

네. 업무자동화 솔루션인 Brity RPA과챗봇 솔루션인 Brity Assistant를 활용한 사례입니다.

Brity RPA는 업무 자동화를 쉽고 빠르게 구현할 수 있는 최적의 RPA 솔루션입니다. Brity RPA로 구현한 Bot이 단순, 반복, 비생산적인 업무를 수행하는 동안, 직원들은 보다 창의성이 요구되는 핵심적인 업무에 집중할 수 있습니다. Visual AI, Conversational AI, Analytics AI 등 AI 기술과 연계한 지능형 Bot은 더욱 복잡한 업무를 자동화하여 기업에 더 많은 가치를 제공합니다.

Brity Assistant는 AI 챗봇 구축을 위한 솔루션입니다. 전문지식 학습 및 자연어 이해(NLU)를 통해 사용자의 질문에 최적의 답변을 제공하고, 지시한 업무를 수행합니다.

기업 업무처리에 특화된 Brity Assistant로 Digital Worker를 손쉽게 구현할 수 있습니다.

- Q8. 자칫 보이지 않는 세계, 다르게 보이는 세계에서 우리가 가릴 능력이 될 것인가가 의문입니다. 사람주도 DT에서 우리가 가져가야 할 마인드 또는 스킬이 무엇일까요?

보이지 않는 진짜를 찾는 과정은 쉽지 않을 것입니다. 하지만, 사용자를 기반으로 한 접근을 한다면 그 보이지 않는 세계를 찾아가는데 도움을 줄 것이라고 생각합니다. 예를 들어 업무 효율을 위한 통합 시스템을 구축하기 위해서는 현재 운영중인 시스템 및 오프라인 업무 전반에 걸쳐 어떤 이슈가 있는지, 그 이슈를 해결하기 위한 시스템적 지원은 어떤 것들이 필요한지를 찾는 과정이 필요합니다. 그 과정에서 CX 관점에서는 고객 시스템을 통해 수집된 고객 정보는 데이터 관점에서 효율적이지 않는 사용 영역(정보구조의 사용흐름, 사용자의 시스템 조작과정, 불필요한 업무 수행) 등을 파악하는데 중요한 정보로 활용됩니다.

시스템의 적용 범위와 함께 수행하는 사람들이 겪는 행동, 감정, 경험 등을 CX관점에서 복합적으로 고려하여 사용자와 그 사용자에게 맞는 최적화된 솔루션을 제공하는 과정을 꼭 고려해야 하는 것이 우리가 가져야 할 마인드라고 생각합니다.

- Q9. 비즈니스의 디지털 트랜스포메이션 시 SDS는 비즈니스 인텔리전스와 분석을 사용하여 트랜스포메이션을 강화할 수 있도록 어떻게 지원해 주는지 궁금합니다.

업무 효율을 위한 통합 시스템을 구축하기 위해서는 현재 운영중인 시스템 및 오프라인 업무 전반에 걸쳐 어떤 이슈가 있는지, 그 이슈를 해결하기 위한 시스템적 지원은 어떤 것들이 필요한지를 찾는 과정이 필요합니다. 그 과정에서 CX 관점에서는 고객 시스템을 통해 수집된 고객 정보는 데이터 관점에서 효율적이지 않는 사용 영역(정보구조의 사용흐름, 사용자의 시스템 조작과정, 불필요한 업무 수행) 등을 파악하는데 중요한 정보로 활용됩니다.

시스템의 적용 범위와 함께 수행하는 사람들이 겪는 행동, 감정, 경험 등을 CX관점에서 복합적으로 고려하여 사용자와 그 사용자에게 맞는 최적화된 솔루션을 제공하는 과정을 통해 트랜스포메이션을 강화할 수 있도록 지원하고 있습니다.

Q10. 요즘은 DT보다는 DX를 많이 사용하는데 DX와 DT는 같은 개념인지 어떻게 다른 것인지 궁금합니다.

디지털 트랜스포메이션을 위한 다양한 용어가 사용되고 있습니다. 질문주신 DT와 DX는 같은 의미로 이해해주시면 됩니다.

DX의 X는 Trans를 의미하며, 이를 생략할 때 X를 사용하는 경우가 많습니다. 이때문에 Digital Transformation을 DX로 표기하기도 합니다.

Q11. 기존의 기업들이 신기술 적용 위주로 사업을 진행했던데 예는 고객업무 또는 니즈를 구체적으로 파악하기 어려운 면이 있기 때문이라는 생각이 드는데요. DT 전환을 제안하는 SDS만의 전략이 있을까요?

SDS에서는 고객의 전체적인(여정)상에서 이슈가 되는 사항을 고객의 행태데이터 분석을 기반으로 니즈를 구체적으로 제대로 찾을 수 있는 부분이 큰 전략이자 차이점이라 생각이 드네요^^

Q12. 구매 전의 데이터를 수집한다는 것은 해당 고객이 삼성제품에 검색해 들어오는 경로를 추적한다는 의미인가요?

구매를 위해 사용자가 구매포털에 접근하여 구매하는 과정을 확인하는 의미입니다. 제품 구매를 위한 정보구조의 사용흐름, 사용자의 시스템 조작과정, 불필요한 업무 수행 등을 파악하고, 이와 함께 사용자들이 들이 겪는 행동, 감정, 경험 등을 CX관점에서 복합적으로 고려하기 위한 CX 접근 방식입니다.

Q13. 분석과 결과 도출까지 걸린 기간은 어느 정도일까요? 물론 상황에 따라 다르겠지만 중소기업 15인 사업장을 기준으로 한다면?

말씀하신 것처럼 고객사 마다 처한 상황이 다르기 때문에 기간은 달라질 수 있습니다.

먼저 현재 기업의 고객 경험 수준을 진단 받으신 후, 그에 따라 기간을 산정할 수 있습니다.

[고객 경험 수준 진단방법]

My Trial (samsungsds.com) > 가입후 > DT진단 서비스 이용하세요.

<https://mytrial.samsungsds.com/#/allSolution>

Q14. 디지털 트랜스포메이션 애플리케이션 구축 시 더 적은 코드로 더 빠르게 구축할 수 있도록 어떻게 지원해 주는지요?

사람 주도의 DT 전략은 복잡했던 업무 단계를 간소화하거나, 단순 반복 업무를 윈 큐에 처리하는 것을 목표로 합니다.

제작되는 서비스 역시 코드가 단순화될 수 있겠지요.

저희는 이러한 서비스를 SaaS화 하여, 동일한 문제를 겪는 고객사들이 도입할 수 있도록 제공해드리고 있습니다.

하지만 복잡도가 있는 시스템을 사용하는 고객이 있다면, 자연히 코드도 복잡해질 수도 있을 것입니다. 중요한 건 고객과 임직원 경험이 나아지는 방향으로 서비스를 구축하는 것입니다.

Q15. 결국 통합 디지털 경험이라는 것은 HCI에 기반한 것이라고 봐도 되는 건가요?

HCI는 인간과 컴퓨터와의 인터랙션만 고려했다면, 통합 디지털 경험은 사람 대 사람, 사람 대 컴퓨터, 사람 대 서비스 모든 것을 고려한 것입니다.

이전에는 사용자만 고려했다면, 지금은 사용자를 포함한 고객, 임직원, 이해관계자, 시스템까지 모두 고려한 것이므로 범위가 확장된 것으로 볼 수 있습니다.

Q16. 통합디지털 경험 서비스가 제대로 구축 되려면 방대한 자료가 필요할 것 같은데요, 그리고 모든 업무나 사건에서는 돌방성, 의외성도 발생하는데 그런 것까지 포함하여 서비스를 구축하는 것인가요?

네, 말씀하신 것처럼 고객이 겪은 모든 여정에 대한 경험과 데이터를 분석하기 위해 방대한 자료가 필요합니다. 통합적인 고객 경험 개선을 위해서 여정 중 돌발성, 의외성까지 포함하여 서비스를 구축합니다.

Q17. 단일 객체에 대한 방법인가요? 아니면 세분화 그룹에서 분석하는 건가요?

고객 통합 경험 분석은 서비스를 이용하는 고객, 사용자, 임직원 등을 모두 포괄하며 이해관계자까지도 고려 대상에 포함됩니다.

Q18. 콜센터의 경우, 고객여정을 파악하기 위해 필요한 기본자료는 어떤 것들이 있을까요?

삼성SDS가 개발한 통합 디지털 경험 서비스 체계는 모든 업종에 적용할 수 있는 공통 체계입니다.

그러므로 콜센터여도 동일한 고객 경험 8단계를 적용할 수 있습니다.

콜센터에서 발생하는 문제를 사용자/임직원/서비스를 분석하여 식별하고, 이를 해결할 수 있는 방법을 찾고, 이 방법을 지속 확대하도록 적용하는 것입니다.

삼성 SDS CX혁신팀은 다양한 업종(금융, 리테일, 서비스 등)의 콜센터 시스템을 개선해왔는데요.

콜센터 서비스를 이용하는 고객과 임직원, 시스템에서 공통된 문제점이 있었습니다. 이러한 문제점을 개선해온 노하우를 담아 통합 디지털 서비스 체계를 제작한 것입니다.

통합 경험 관리를 잘하고 있는 해외 사례로 SAP, Adobe, Medallia가 있으니, 해당 사례를 참고해보시는 것도 좋겠습니다.

Q19. 8개 여정으로 나누어 수집, 분석했다고 하셨는데, 여정을 분류하고 나누는 기준에 대해서 질문해도 될까요?

8개의 여정 문제인식/해결방안탐색/인지/구매/적응/사용/지원/확장 의 단계로 구성되어 있습니다.

Q20. SDS는 클라우드 비용 증가 요인에 대한 가시성을 어떤 방식으로 제공하고 예측해 주는지 궁금합니다.

클라우드 비용 증가 관련 문의는 아래 문의하기로 접수 부탁드립니다.

삼성 SDS 클라우드:

https://www.samsungsds.com/kr/etc/contact/contact_solution_form.html?solutionN=클라우드

Q21. 고객의 행태자료를 가지고 악용할 사례가 있을 것 같은데 이에 대처할 방법은 무엇입니까?

고객 행태 데이터 보안 문제는 굉장히 중요한 문제입니다. 우려하신 대로 악용을 방지하기 위해 데이터 수집 전, 개인정보 이용 및 수집 동의를 얻는 것부터 시작합니다. 수집된 데이터는 고객 경험 개선을 위해 분석하는 목적으로만 활용하며, 악용 및 남용은 법적으로도, 고객사 민감 자료 유출 금지로도 금지되어 있습니다. 마지막으로 활용된 데이터를 폐기하는 절차까지 준수하는 것이 중요합니다.