

1강. CRM (고객관계관리) 의 기초 I

2강. CRM (고객관계관리) 의 기초 II

3강. 성공적인 CRM을 위한 성공요소 들

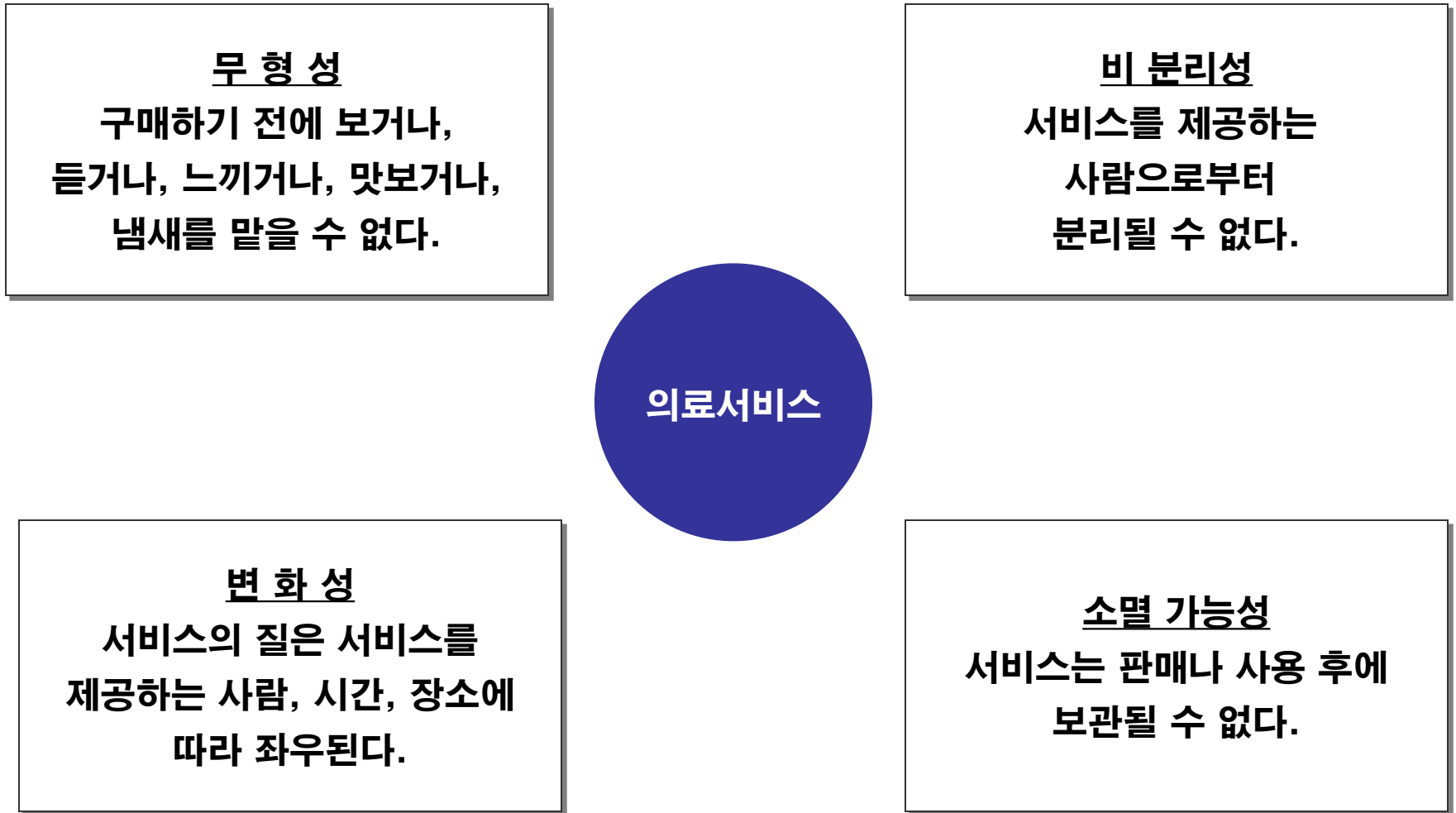
4강. 우리병원 CRM 성공적으로 구축하기

3강. CRM 성공을 위한 성공요소들

1. 의료서비스의 특성
2. 서비스 갭 모형과 고객만족전략
3. 고객불만관리전략 - VOC

의료서비스의 특성

성공적인 CRM 구축하기 – 의료서비스의 특성



서비스 갭 모형과 고객만족전략

고객가치

“ 고객이 최소의 비용으로 제품이나 서비스를 획득,
소유 및 사용함으로써 욕구를 만족하는 것 ”

- DeRose -

고객만족

기대수준 < 지각된 수준 = 만족 → 재이용

기대수준 = 지각된 수준 = ? → 경쟁병원이 없으면 계속 이용

기대수준 > 지각된 수준 = 불만족 → 이용중지 (이탈)

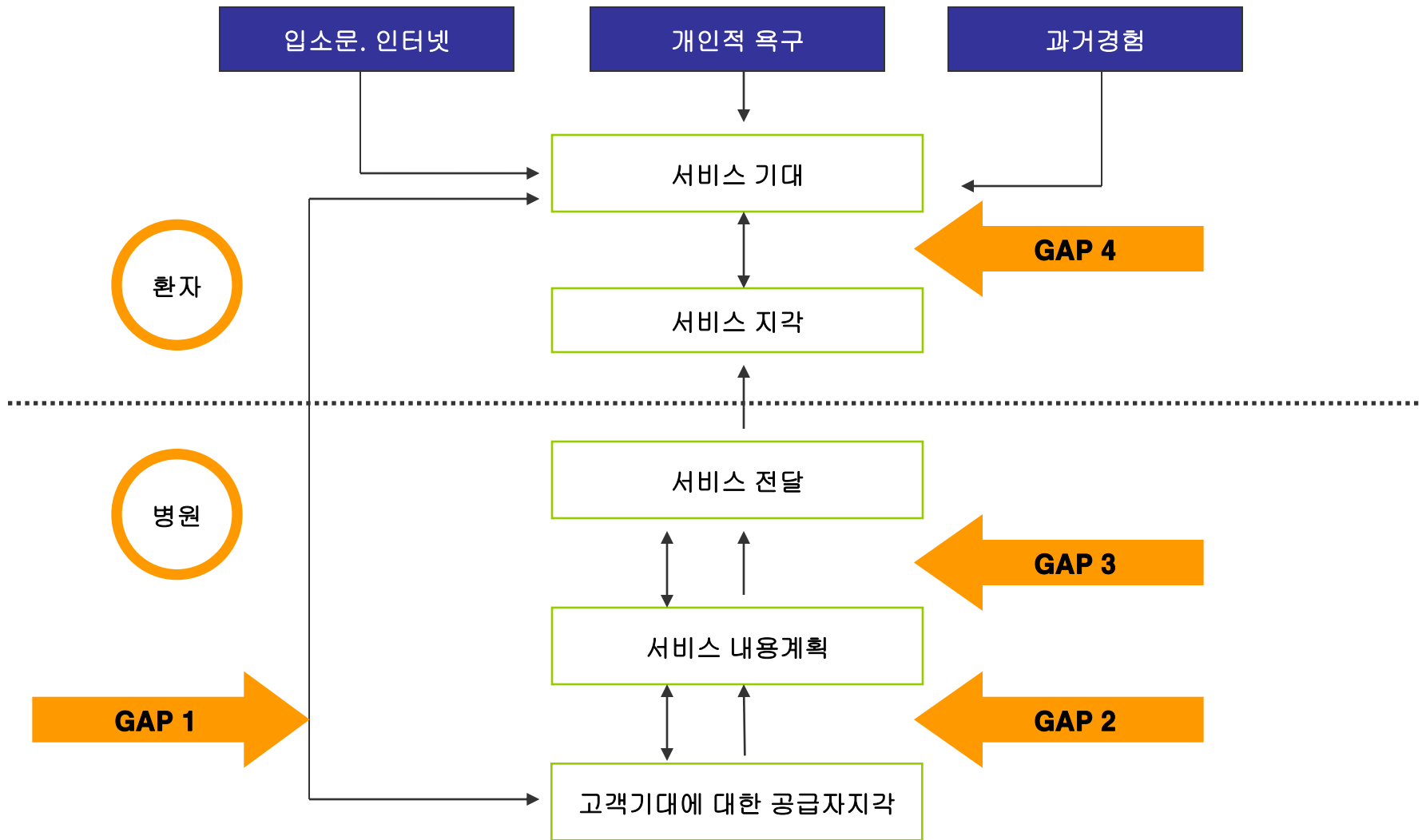
의료서비스에 대한 기대수준 요인

첫째, 구전효과

둘째, 개인의 특성

셋째, 유사한 상황에 대한 자기의 경험

성공적인 CRM 구축하기 – 서비스 갭 모형과 고객만족전략



성공적인 CRM 구축하기 – 서비스 갭 모형과 고객만족전략

차이 1 관리 : 고객의 기대수준을 정확히 파악

- ▣ 환자의 요구를 정확히 파악한다.
- ▣ 환자의 기대치를 정확히 파악한다.

차이 2 관리 : 서비스계획에 대한 관리

- ▣ 보통은 GAP1 에서의 잘못된 정보로 인해 서비스계획에 실패할 가능성이 높음

차이 3 관리 : 진료매뉴얼

- ▣ MOT 점점 별 충실한 진료매뉴얼 이행을 통한 진료 Quality를 유지하는 것이 중요

차이 4 관리 : 서비스매뉴얼

- ▣ MOT 점점 별 서비스매뉴얼과 개인의 서비스역량을 높여 환자로 하여금 진료 외 불편함이 없도록 함

고객 불만 관리 전략 (VOC)

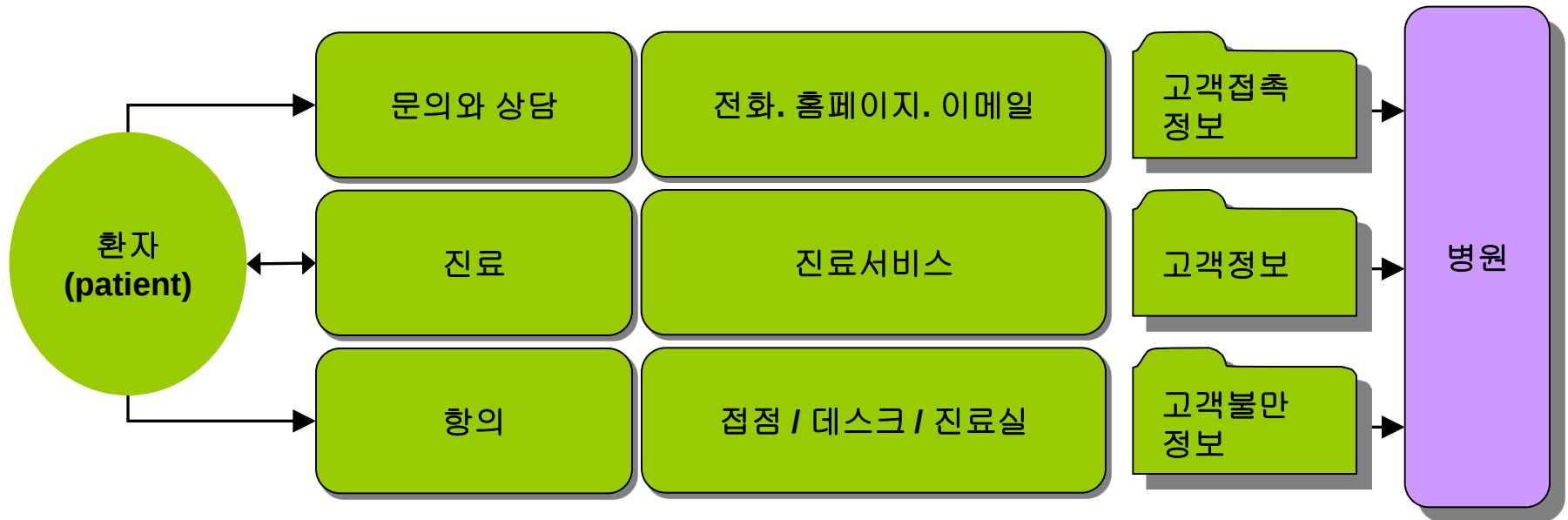
VOC (Voice Of Customer)

고객이 병원에게 보내는

모든 **Communication Message**의 통합체

성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

VOC Process



성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

CRM의 한계를 VOC로 극복

CRM의 특징/ 한계

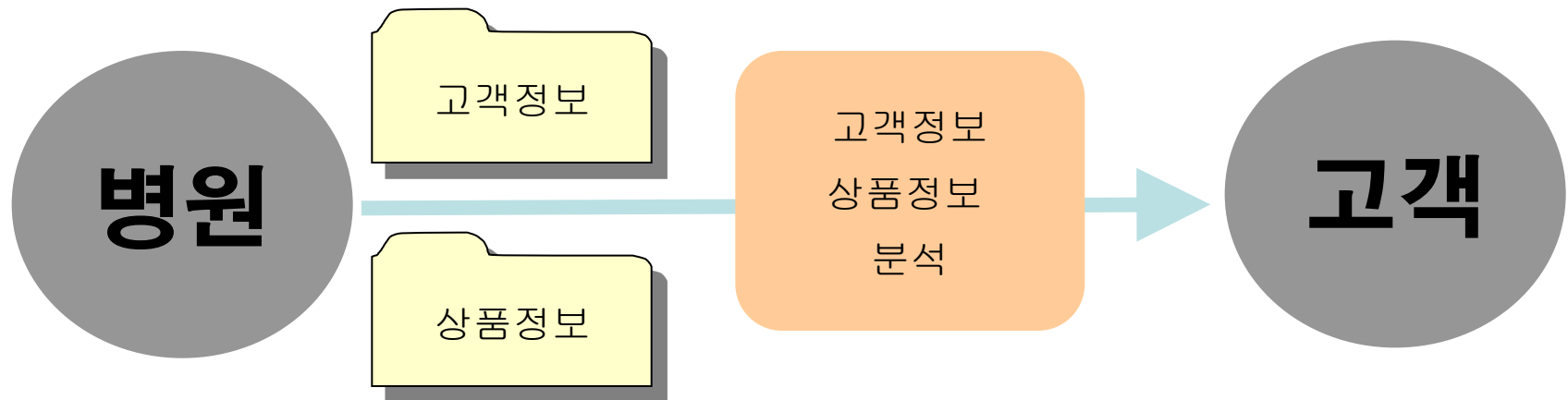
고객의 과거 구매 성향분석을 통해 미래의 구매성향은 파악할 수 있지만 고객의 구매 이유나 구매 정지 시, 서비스를 이용하지 않는 이유에 대한 파악이 어렵다.

VOC의 장점

고객과의 Communication을 통하여 CRM 분석의 한계를 보완
데이터를 통한 분석이 아닌 고객의 진정한 성향 파악 가능

성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

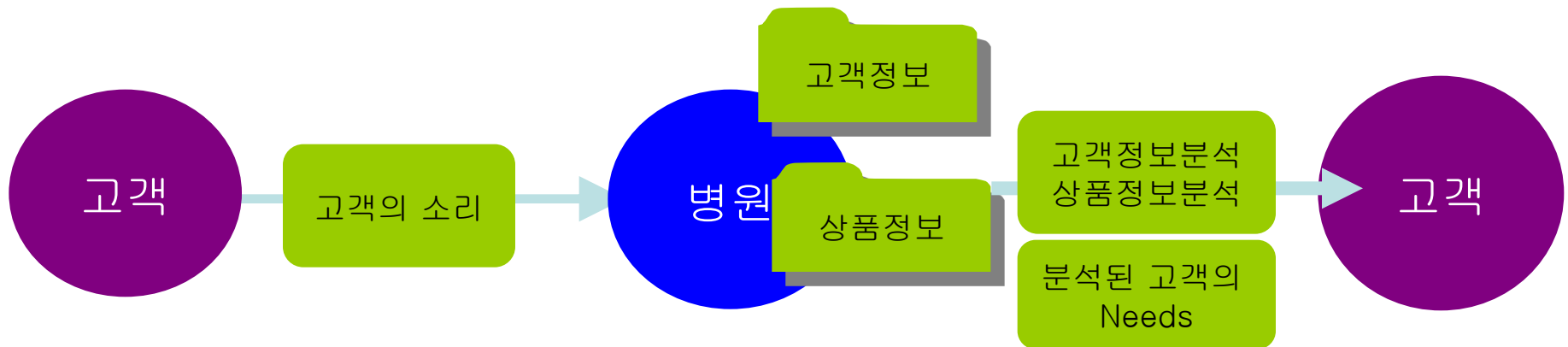
단순 CRM 마케팅 구축



- ✓ 고객의 Needs가 반영되지 않은 병원 중심의 마케팅 프로세스
- ✓ 계량적인 자료에 대한 분석을 통한 고객성향 예측

성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

VOC를 활용한 CRM 마케팅 구축



- ✓ 실질적인 고객의 Needs가 반영 고객지향형 마케팅 프로세스
- ✓ 계량적자료 + 실질적고객 Needs 분석을 통한 정확도 높은 고객성향 분석

성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

VOC의 필요성

고객

- 고객의 불만 증가
- 고객 요구 사항의 다양화
- 고객의 기대 수준 증대

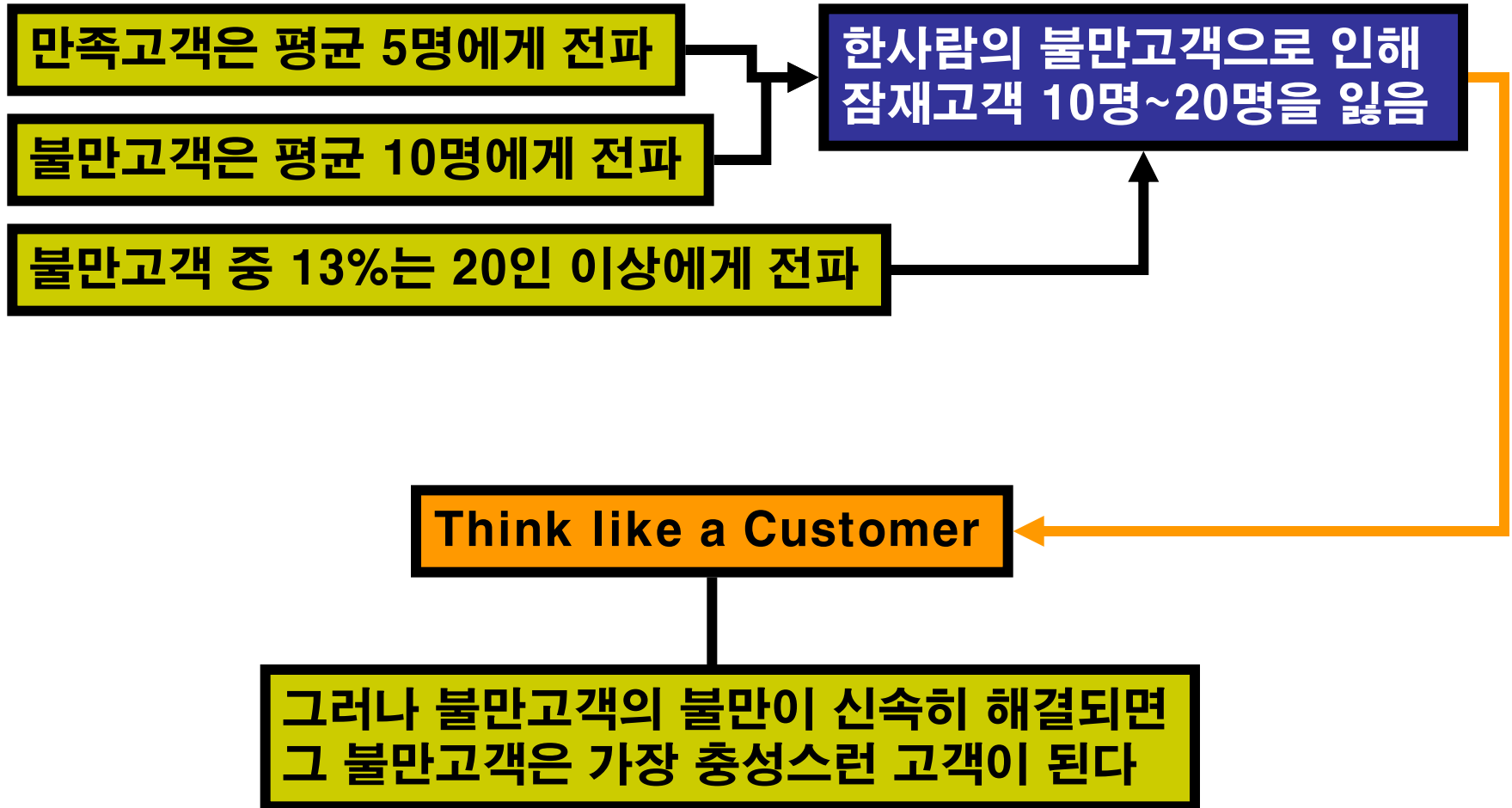
병원

- 고객불만 관리의 필요성
- CRM관점의 VOC관리 필요성
- VOC Process 통합 필요성

외부환경

- 병원간의 경쟁심화

CRM (고객관계관리) 의 기초 _ VOC의 필요성



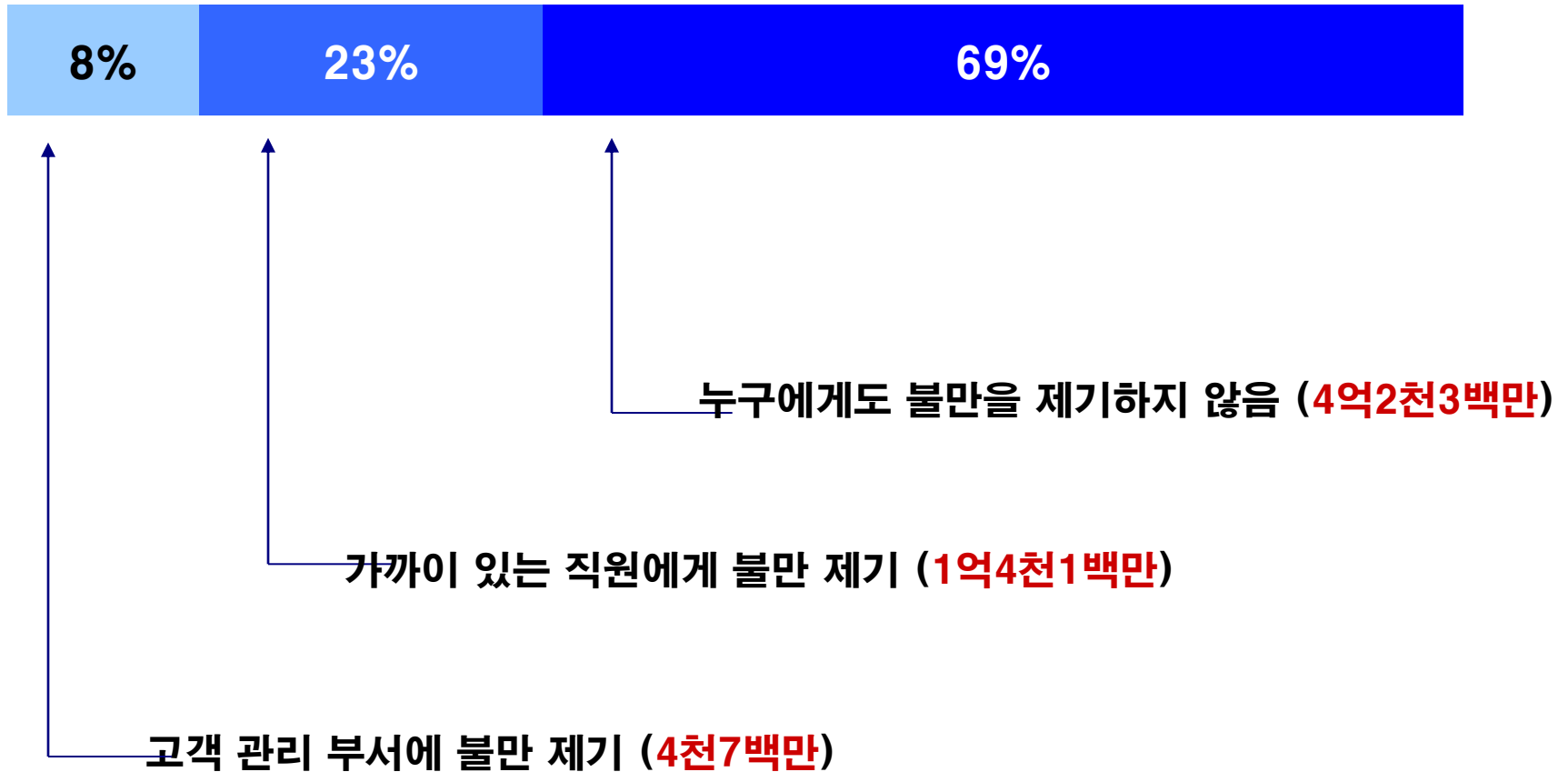
CRM (고객관계관리) 의 기초 _ VOC의 필요성

- ✓ 불만고객 중 **15%** 만이 불만을 토로한다
- ✓ 불만이 있으나 드러내지 않는 고객이 **70%** 이상
- ✓ 신규고객 획득비용은 고객유지비용의 **5배**
- ✓ 고객 이탈율을 **5%** 줄이면 고객 평생가치는 **85%** 의 증폭효과

CRM (고객관계관리) 의 기초 _ VOC의 필요성

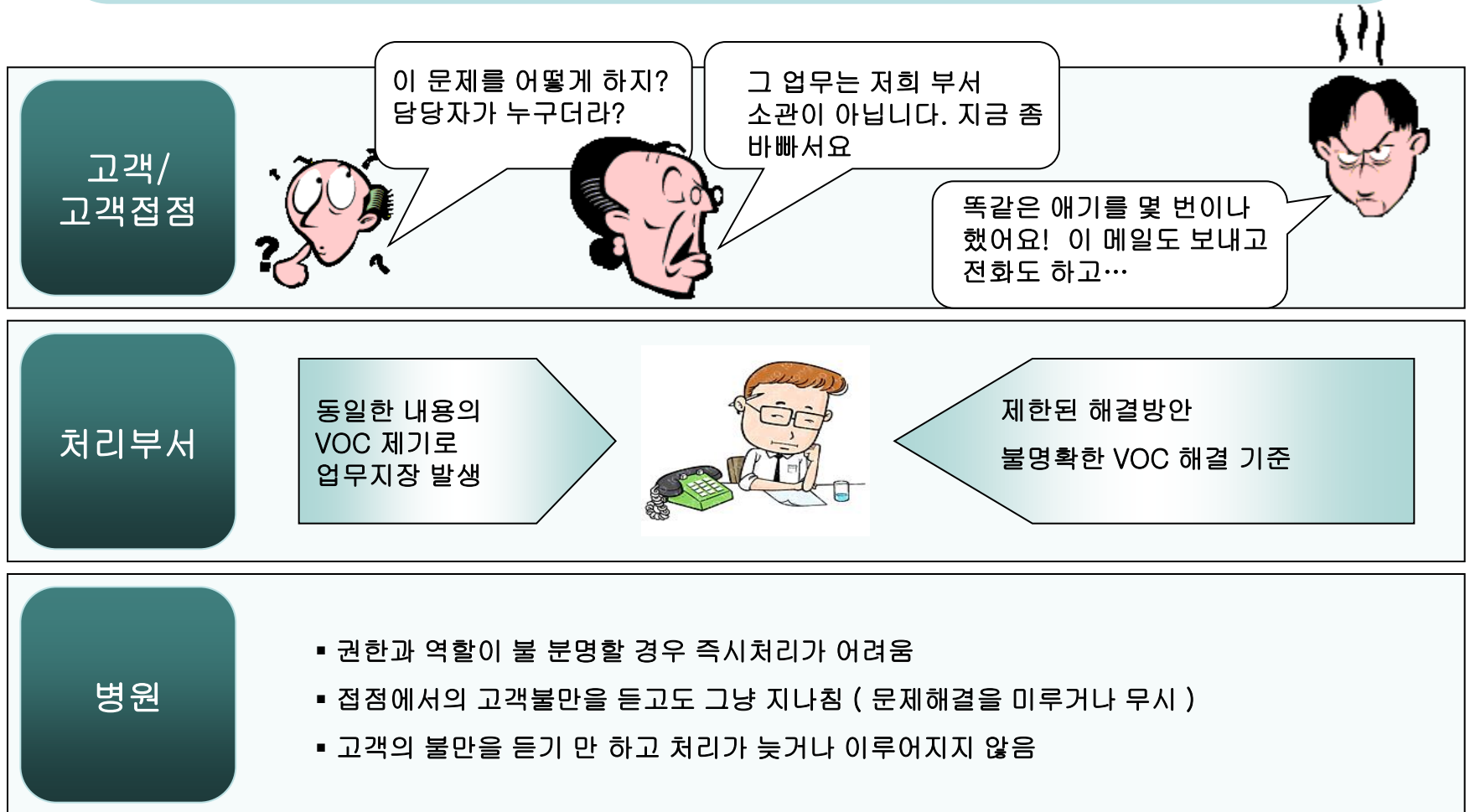
고객 불만 표출과 잠재적 이익 손실

(단위 : 파운드)



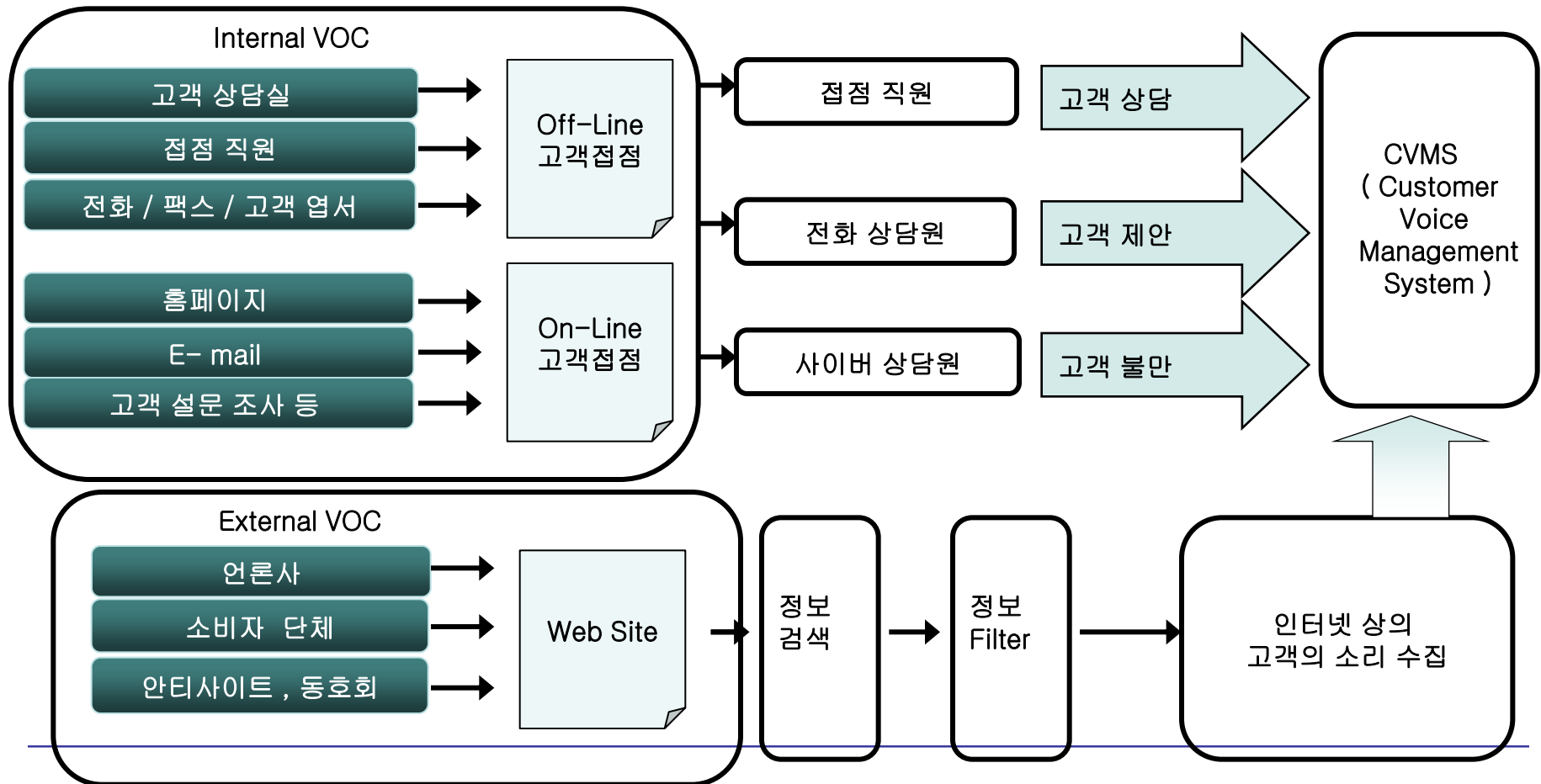
성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

VOC의 관리의 문제점



성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

VOC의 수집



성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

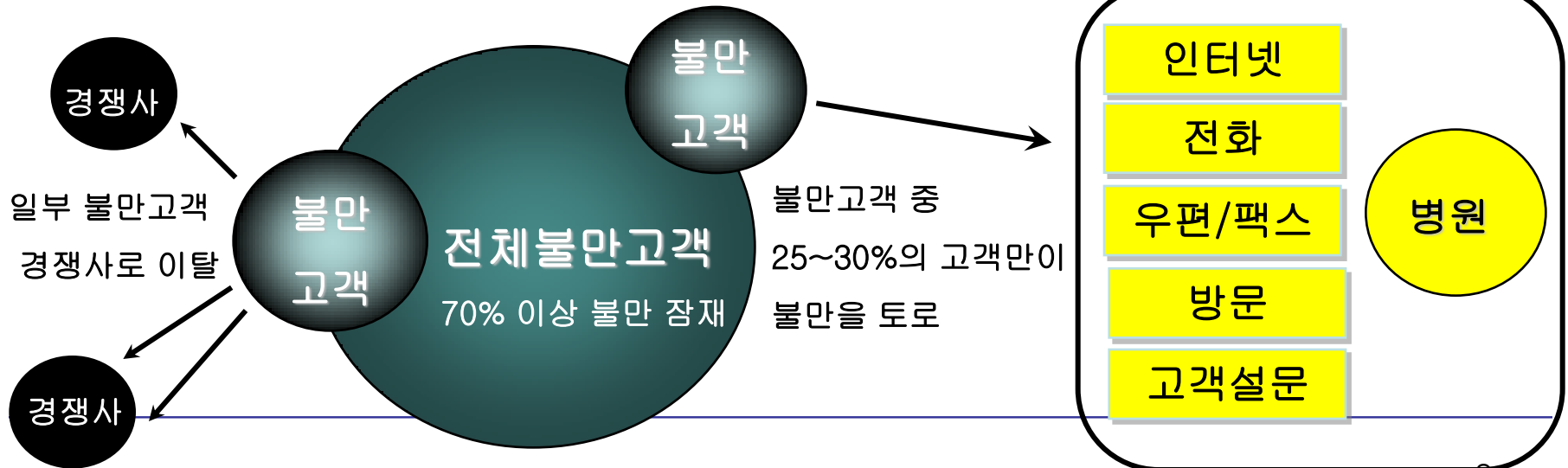
VOC 전략 I

고객의 소리를 듣자 ! (Let's Listen)

I

불만을 토로하게 하는 것이
첫번째 Mission !

➔ 채널 구축/통합



성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

VOC 작성 Sheet 작성 Point

1. 주관식은 피하고 간단히 답할 수 있도록 작성한다.
2. 문항을 많지 않게 한다.
3. 연령, 성별 등 다양한 조건을 제공한다.
4. 고객에게 답례를 잊지 않는다.

성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

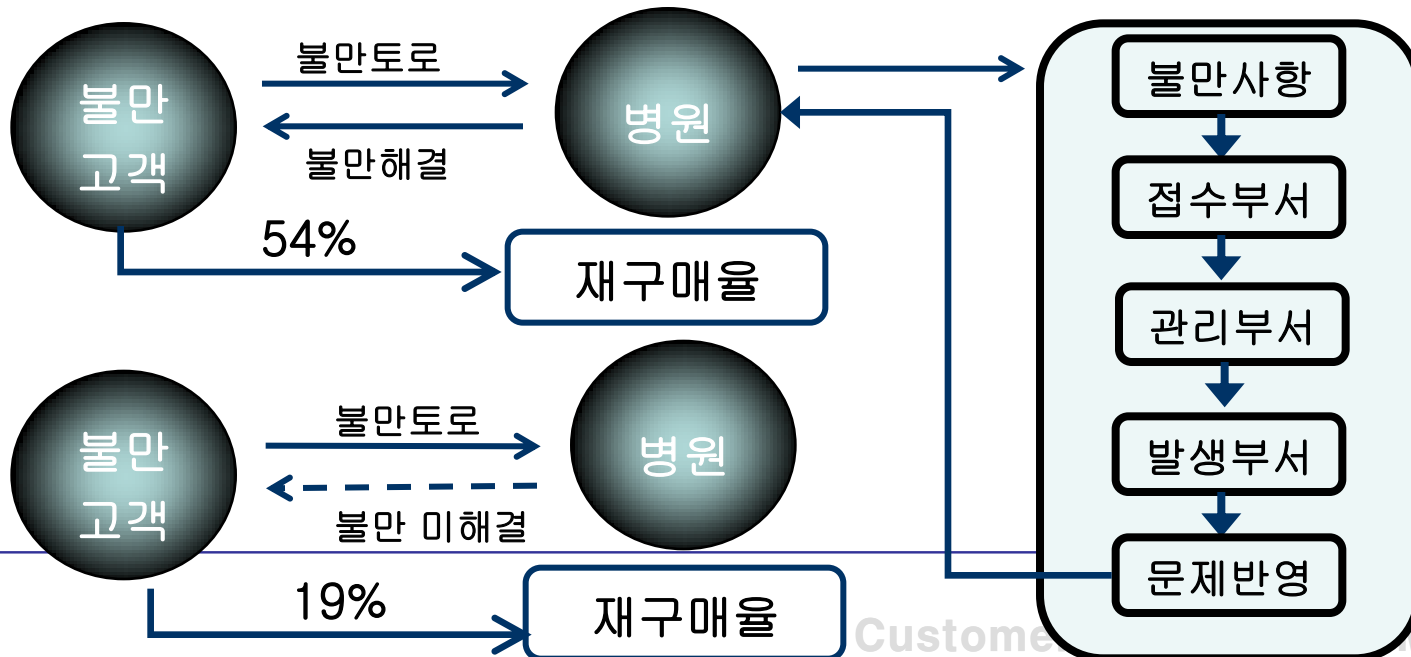
VOC 전략 II

고객의 소리를 신속하게 해결하자 !

II

불만의 신속한 해결이
두 번째 Mission !

➔ '고객의 소리'
처리프로세스 구축



성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

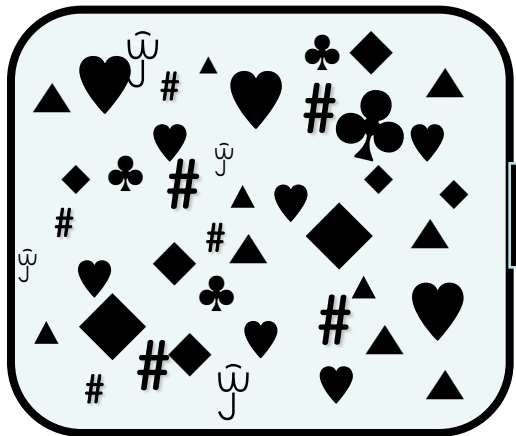
VOC 전략 III

고객의 소리를 자산화하자 !

III

불만을 관리/분석하여 불만을 자산화하는 것
세 번째 Mission !

VOC Data



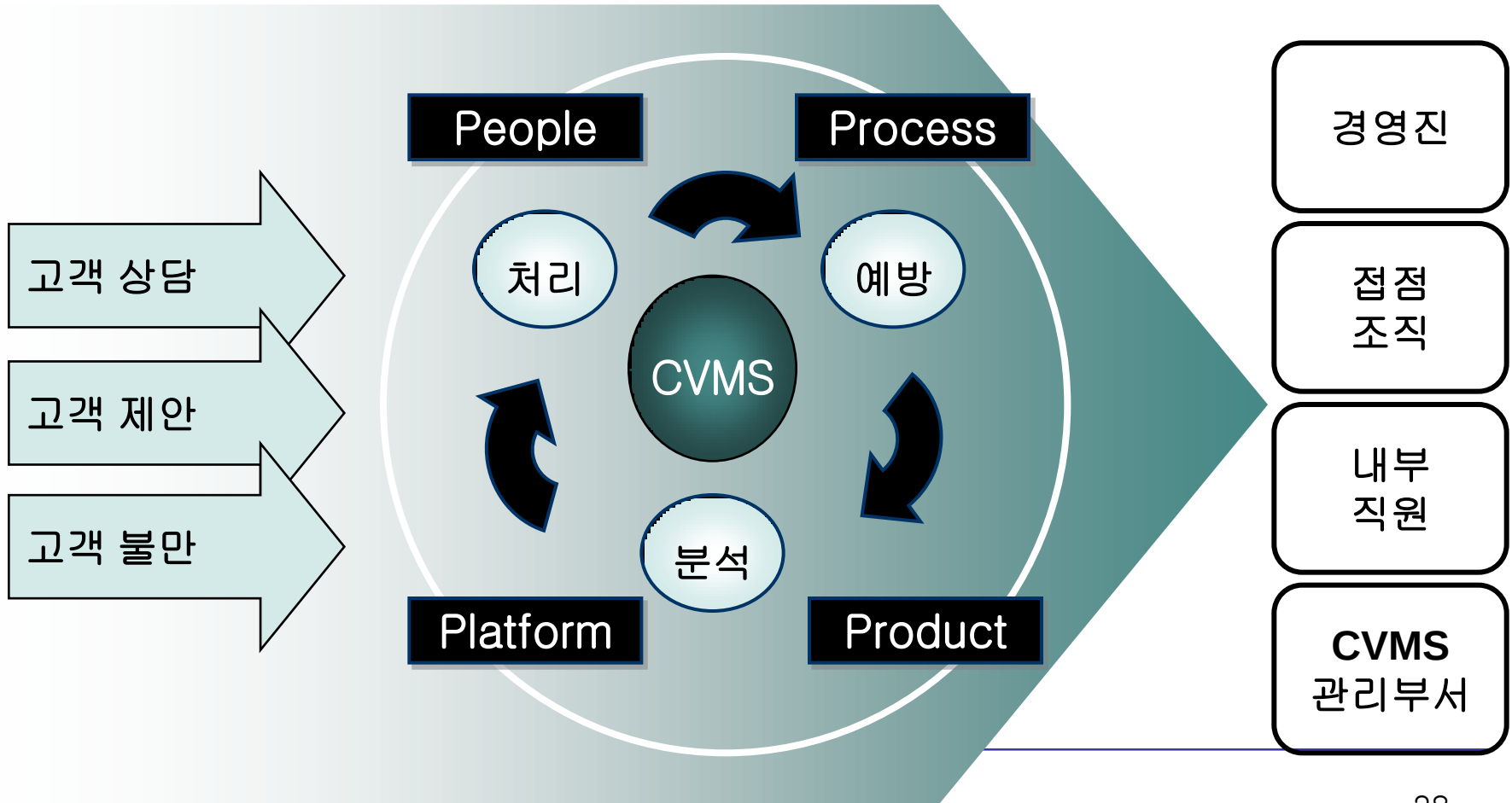
사례1	사례2
ㄱ	ㄱ

부서1	부서2	부서3
	◆	◆

Customer R

성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

효과적인 VOC 관리



성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

성공적인 VOC의 좋은 사례

고객들이 지적해준 우리의 문제점들



우리 병원도 보다 열린 마음으로 다양한 경로를 가진 고객들의 말에 귀 기울이기를 돌아보고 가능했다면 개선하도록 노력하고 있습니다.
그 이유는 지적해 주시는 고객들은 우리병원을 사랑하여 저희들에게 선물을 주시는 분들이라고 생각하기 때문입니다.
우리의 존재 이유는 고객들이 있음으로 가능합니다.
다음은 고객들이 우리들에게 지적해 주신 내용들입니다.

이건 잘못됐어요!!

특정한 시간과 장소를 지적하기 보다는 매 순간 문제가 많습니다. 환자의 입장에서 업무를 하기보단 자신들의 편의 위주로 업무를 진행하는 때가 많고 무엇이든지 하나를 부탁하면 한번에 이루어지지 않고 몇번을 거듭 이야기 해야 합니다. 병원에 오는 목적이 환자의 치료와 안정이라 생각합니다. 오히려 스트레스를 받고 가서 되겠습니까? - 어느 환자의 보호자 -



이렇게 개선했어요.

고객들과 대하는 짧은 순간에 나의 직은관심과 배려를 통해 그분들로 하여금 최선의 선택을 하였다는 기분이 되도록 노력하겠습니다.



♣ 고객의견 접수안내

- ① 인터넷 접수
(<http://med.yu.ac.kr>) 등록후 회원등록 → 의견공감 → 로그인 → 고객여명함
- ② 건의함에 접수
지하 1층 ~ 지하 12층까지 14개의 건의함 운영
- ③ 전화 및 팩스접수
고객서비스 센터 ☎ : (053) 620-4545



성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

성공적인 VOC의 좋은 사례

고객들이 지적해준 우리의 문제점들



우리 병원은 보다 많은 마음으로 다양한 '건강'을 가진 고객들의 땅에 귀 기울여기를 통하여
가능하다면 개선하도록 노력하고 있습니다.
그 이유는 지적해 주시는 고객들은 우리병원을 사랑하여 직원들에게 충고를 주시는
분들이라고 생각하기 때문입니다.
우리의 문제 이유는 고객들이었으므로 가능합니다.
다음은 고객들이 우리들에게 지적해 주신 내용들입니다.

고객의견

이건 잘못 됐어요!!

접수 창구를 은행처럼 번호표를 설치해서 이용한다면..

1. 기다리는 불편함 다소 해소 될 것
2. 중간 이용통로를 점령당해서 보행자를 불편하게 하지 않을 것
(무료급식소 행렬같은.)
3. 줄 잘못 서면 일찍 와서 더 늦게 끝남으로 불공평합니다.

이렇게 개선했어요.



본 원에서는 병원에서의 접수와 수납 대기로 인한
환자 및 고객들의 불편, 해소를 위해 “외래 원무 번호대기표”
제도를 6월 18일 부터 실시하고 있습니다.



성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)

성공적인 VOC의 좋은 사례



성공적인 CRM 구축하기 – 고객불만관리 (VOC)



“ 가장 많은 불편을 느
낀
고객으로부터
가장 많은 것을
배울 수 있다.”

“Your most unhappy customers are
your greatest
Source of learning”