

지식 경영 과제

■ 올바른 고객 지식 보호 방향

- 고객 지식의 선용 및 악용

- 고객 지식이란 고객들의 특성 전반에 관한 정보를 구조화·체계화한 것임
- 기업은 고객 지식을 활용하고 고객은 정확한 정보를 제공함으로써 기업과 고객 모두 커다란 이익을 얻을 수 있음. 즉 기업은 자신에게 적합한 최상의 고객, 즉 시장을 파악하고 대응할 수 있으며, 고객은 기업의 효과적인 대응 태세로 인해 최적의 제품 주문이나 구매 절차를 활용할 수 있음
- 인터넷 상거래의 증가로 고객 지식의 획득이 예전보다 수월해졌지만, 그만큼 악용의 소지도 커짐. 예컨대, 고객 지식의 유출이 사생활 침해로 이어져 고객에게 큰 피해를 줄 수 있음을 의미함

- 올바른 고객 지식 관리를 위한 과제

- (과제 1 : 기술적 해결책 활용) 급속히 발전하고 있는 암호화 기술을 적극적으로 활용하고, 고객이 고객 지식의 저장 여부를 선택할 수 있도록 하는 기술적 장치를 마련해야 함
- (과제 2 : 고객 지식 보호 방침 마련) 기업들은 고객 지식 보호에 대한 법적·도덕적 책임의 한계를 분명히 규정하고, 고객 지식 보호 방침을 마련해야 함
- (과제 3 : 고객 존중의 기업 문화 정착) 고객의 권리와 희망을 최대한 존중하는 기업 문화를 기업 스스로 정착시킴으로써 공식적인 규정이나 정책 없이도 고객 지식 보호가 자연스럽게 이루어질 수 있도록 해야 함
- (과제 4 : 법적 규제 방안 고려) 고객 지식의 악용과 관련하여 막대한 피해를 가져올 수 있는 범법 행위를 제재할 법적 규제 방안의 마련을 심각히 고려해야 함

올바른 고객 지식 보호 방향

□ 문제 제기¹⁾

- (고객 지식의 양면성) 고객 지식은 기업과 고객에게 무한한 힘뿐만 아니라 심각한 손실도 가져다 줄 수 있음
 - 무한한 힘이란 고객 지식을 효과적으로 활용함으로써 기업은 영업 활동 과정에서, 고객은 구매 과정에서 엄청난 이익을 획득할 수 있음을 의미함
 - 예를 들어, 기업은 자신에게 적합한 최상의 고객, 즉, 시장을 파악하고 대응할 수 있으며, 고객은 기업의 효과적인 대응 태세로 인해 최적의 제품 주문이나 구매 절차를 활용할 수 있음
 - 심각한 손실이란 고객 지식 보호와 관련된 것으로서, 종종 발생하는 고객 지식의 유출이 사생활 침해로 이어져 고객에게 큰 피해를 줄 수 있음을 의미함
- 따라서 고객 지식의 활용을 통해 고객과 기업 모두 혜택을 보려면, 올바른 고객 지식 관리 체제가 갖추어져야 함

□ 고객 지식의 활용 및 악용

- (고객 지식의 활용 및 제공) 기업은 고객 지식을 활용하고 고객은 정확한 정보를 제공함으로써 기업과 고객 모두 커다란 이익을 얻을 수 있음
 - 고객 지식이란 고객들의 특성 전반에 대한 정보를 구조화·체계화한 것임
 - 기업은 체계적으로 축적된 고객 지식을 활용함으로써 고객의 관심 사항이나 요구, 구매 성향 등을 보다 효과적으로 파악하고 충족시킬 수 있음
 - 즉, 기업은 고객 지식을 바탕으로, 고객 요구에 딱 맞는 제품을 제공할 수 있으며, 고객의 문제나 질문에 대한 해결 방안을 보다 신속하게 제시할 수 있음
 - 고객은 자신에 관한 충분한 정보를 기업에 제공함으로써, 원하는 시간에 원하는 장소에서 원하는 제품이나 서비스를 정확하게 획득할 수 있음

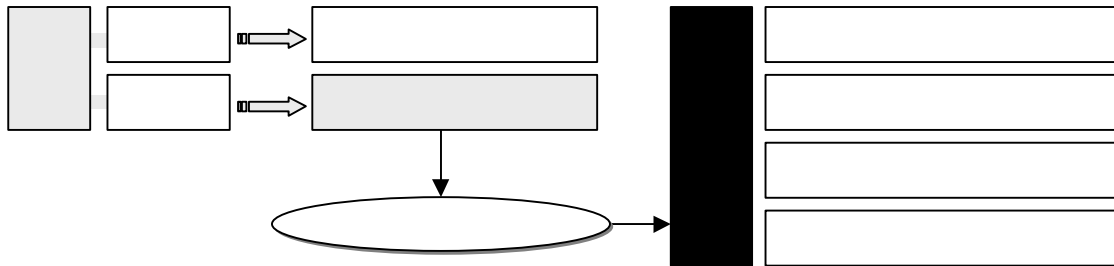
1) 이 글은 Paulina Borsook의 논문 “The use and abuse of customer profiling”(Knowledge Management, November, 1999, <http://www.kmmag.com>)을 요약·재정리한 것으로, 고객 지식수반하는 혜택 및 손실에 대해 설명하고 고객 지식의 바람직한 관리를 위한 방향을 제시하고 있음

- (고객 지식의 악용 가능성 증대) 인터넷 상거래의 증가로 고객 지식의 획득이 예전보다 수월해졌지만, 그만큼 악용의 소지도 큼
 - 인터넷 상거래의 증가로 기업들은 고객 지식을 예전보다 훨씬 수월하게 획득할 수 있게 됨
 - 예를 들어, 기업들은 인터넷상에서 회원 등록(registration), 설문조사(survey) 등을 통해 고객 관련 정보를 공식적으로, 공공연하게 획득할 수 있음
 - 하지만 이는 기업이 마음만 먹으면 바람직하지 않은 의도로 고객 지식을 획득하거나, 획득된 고객 지식을 악용할 수 있는 가능성이 커짐을 의미함
- (아마존의 사례) 아마존은 구매 순환 프로그램을 도입했으나, 곧 고객 지식의 보호 차원에서 프로그램 일부를 수정함
 - 인터넷 전문서점인 아마존에서는 고객이 사고자 하는 책을 누가 구입했는지, 그들이 구입한 다른 책에는 무엇이 있는지 등에 관한 정보를 제공하는 구매 순환 프로그램(Purchase Circle Program)을 도입함
 - 하지만 이 새로운 서비스는 고객 지식의 유출이라는 커다란 비난에 직면함
 - 이에 아마존은 고객이 원하면 이 서비스를 거부할 수 있게 프로그램을 수정함

□ 올바른 고객 지식 관리를 위한 과제

- (고객 지식 관리의 중요성) 고객 지식 유출은 기업과 고객 모두에게 커다란 피해를 주므로, 올바른 고객 지식 관리를 위한 방안 마련이 필요함
 - 고객 만족의 증대를 위해 고객 지식을 내부적으로 활용하는 것은 아무 문제가 없지만, 외부에 고객 지식을 판매하거나 유출시키는 행위는 비난의 대상임
 - 고객 지식의 유출은 인터넷 상거래의 발전을 가로막는 아킬레스 건이 되었음
 - 시장 조사 기관인 NFO Interactive에 따르면, 사람들이 온라인 구매를 꺼리는 가장 큰 이유가 바로 고객 지식의 유출에 따른 우려 때문인 것으로 나타남
- (과제 1) 기술적 해결책을 최대한 활용하라
 - 급속히 발전하고 있는 암호화 기술을 적극적으로 활용하고, 고객이 고객 지식의 저장 여부를 선택할 수 있도록 하는 기술적 장치를 마련해야 함
 - 기업 대 기업(B-to-B) 상거래에서 고객 지식 보호를 위해 활용되는 방법을 기업 대 고객(B-to-C) 상거래에 적용해야 함

< 고객 지식 관리를 위한 과제 >



- (과제 2) 고객 지식 보호 방침을 마련하라

- 기업들은 고객 지식 보호에 대한 법적·도덕적 책임의 한계를 분명히 규정하고, 고객 지식 보호 방침을 마련해야 함
- 또한, 고객 지식 보호와 관련하여 올바른 관행의 정착에 힘써야 함. 잘못된 관행에 기인한 고객 지식 보호의 실패는 종업원의 잘못이 아니기 때문임

- (과제 3) 고객의 권리와 희망을 존중하는 기업 문화를 정착시켜라

- 고객의 권리와 희망을 존중하는 기업 문화를 정착시킴으로써 공식적인 규정이나 정책 없이도 고객 지식 보호가 자연스럽게 이루어질 수 있도록 해야 함

- (과제 4) 법적 규제 방안을 고려하라

- 고객 지식과 관련하여 막대한 피해를 가져올 수 있는 범법 행위를 제재할 법적 규제 방안의 마련을 심각히 고려해야 함
- 특히, 법적 규제 방안은 지속적으로 발생하고 있는 고객 지식의 악용 사례에 대한 철저한 분석을 토대로 하여 마련되어야 할 것임

□ 시사점

- 고객 지식은 잘 활용된다면 기업과 고객 모두에게 커다란 이익을 가져다 줄 수 있지만, 악용되면 고객에게 심각한 피해를 미칠 수 있고 나아가 기업의 신뢰를 추락시킬 수 있음
- 따라서 기업은 자체적인 고객 지식 관리 정책을 확정해야 하며, 정부는 고객 지식의 악용에 대한 강력한 법적 규제 방안을 마련해야 할 것임

■ 정기봉 주임연구원 kbj@hri.co.kr ☎724-4105