

고객 마케팅 전략수립을 위한  
고객 **Data Warehouse** 구축과 활용

---

*Customer Relationship Management*



한국쌔스소프트웨어(주)

<http://www.sas.com> <http://www.sas.com/korea>

# 진행 순서



**13:30 - 14:00** **CRM** 전략 및 구축 방법론

**14:00 - 14:40** 고객 **Data Warehouse** 구축 전략

**14:40 - 15:00** **Coffee Break**

**15:00 - 15:40** 사례 **1** : 이탈 고객 분석 및 방지 전략

**15:40 - 16:20** 사례 **2** : 신용평가를 통한 고객 리스크

**관리 16:20 - 17:00** 사례 **3** : **LTV**를 이용한 고객 세분화

# CRM 전략 및 구축 방법론

---

## *Customer Relationship Management*



한국쌔스소프트웨어(주)

<http://www.sas.com> <http://www.sas.com/korea>

## 1. CRM : Customer Loyalty & Retention

- 1.1 경영환경의 변화
- 1.2 우수고객 유지와 이탈고객 방지
- 1.3 시장점유율 확대 전략과 충성고객 확보 전략
- 1.4 고객충성도의 측정과 관리

## 2. CRM 구축 방법론

- 2.1 시스템 구성도
- 2.2 구성 요소

## 3. SAS CRM Solution

- 3.1 CRM Component
- 3.2 SAS CRM Solution

# 1. CRM : 경영환경의 변화

- ☞ 시장 개방으로 인한 경쟁의 글로벌화
- ☞ 시장의 성숙화에 따른 제품 수명주기(PLC)의 단축과 시장 성장률의 둔화
- ☞ 정보 기술(IT)의 발달로 인한 정보화의 급진전
- ☞ 소비자 구매패턴의 변화(고객의 충성도 감소)
- ☞ 소비자 욕구의 다양화 및 욕구 충족 미흡
- ☞ 마케팅 비용 및 위험(risk)의 증가
- ☞ 판매량(매출) 및 수익의 감소

시장 환경 변화에 따른 새로운 마케팅 접근 시각의 필요

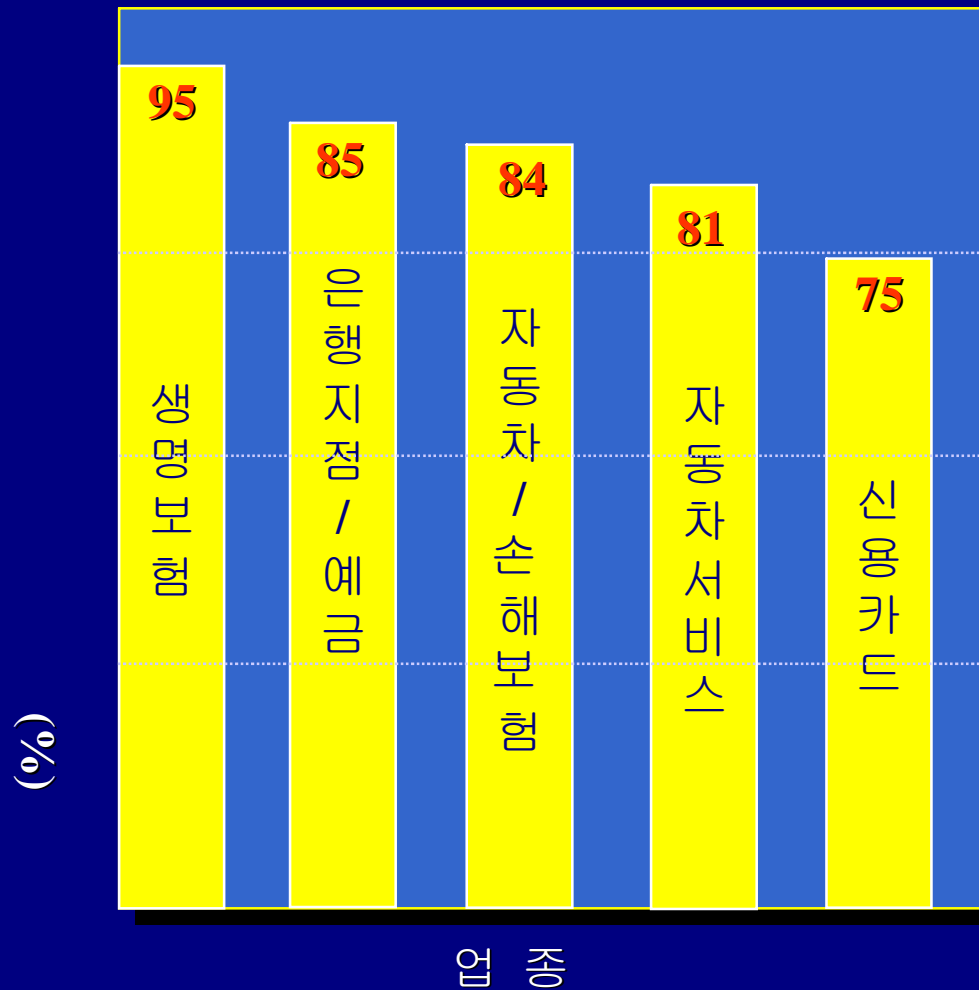


# 1. CRM : 우수고객 유지와 고객이탈 방지

- ☞ 평균적인 회사의 비즈니스중 **65%**는 만족을 얻은 기존 고객을 통해 이루어 진다.
- ☞ 대부분의 기업들은 기존 고객에 대한 유지 비용보다 신규고객 유치 비용을 평균 **7배** 이상 지출하고 있다.
- ☞ 상위 **20%**에 해당되는 고객 **1인**의 매출이 나머지 **80%**에 해당되는 고객 **16명**의 매출과 비슷하다.
- ☞ 대개의 회사들은 매년 약 **15~20%**의 고객을 잃는다. 고객 유지율이 몇 % 만 증가해도 **25% ~ 100%** 까지의 이윤을 증가시킬 수 있다



# 1. CRM : 고객유지율 증가와 이윤의 관계



업종별 고객 유지율 5% 증가가 고객의 순현재 가치(NPV)에 미치는 영향

신용카드 회사의 경우 매년 고객 유지율이 5% 증가할 경우 고객으로 부터 얻는 평생 이윤은 75% 증가함



# 1. CRM : M/S 확대전략과 충성고객 확보전략

	시장 점유율 확대 전략	충성 고객 확보 전략
목 표	구매 브랜드 전이 유도	자사 구매자 충성유도
시장 조건	저성장 포화시장	저성장 포화시장
전략 초점	기업 경쟁	고객
성공 요인	경쟁적인 시장점유율	고객 예산 점유율, 고객 유지율



# 1. CRM : 충성 고객의 정의

- ☞ 정기적으로 재구매 하는 고객
- ☞ 해당 기업의 다양한 품목과 서비스를 포괄적으로 구매하는 고객
- ☞ 다른 사람들에게 해당 업체를 추천하는 고객
- ☞ 경쟁업체의 유인 전략에 동요하지 않는 고객



# 1. CRM : 충성도의 라이프 사이클

☞ 1단계 : 구매 용의자(suspect)/  
구매 가능자(prospect)

☞ 2단계 : 최초 구매 고객(first time customer)

☞ 3단계 : 반복 구매 고객(repeat customer)

☞ 4단계 : 단골 고객(client)

☞ 5단계 : 지지 고객(advocate)

저수익성  
고마케팅비용



고수익성  
저마케팅비용



# 1. CRM : 충성고객 증가의 기대 효과

- ➡ 마케팅 비용의 절감(신규 고객 유지 비용 대비)
- ➡ 거래 비용의 절감
- ➡ 고객 이탈 감소로 고객 전이 비용의 절감
- ➡ 끼워 팔기(**Cross-Sell**)의 증대
- ➡ 긍정적인 구전(**word of mouth**) 효과
- ➡ 판매 실패에 따른 비용의 감소

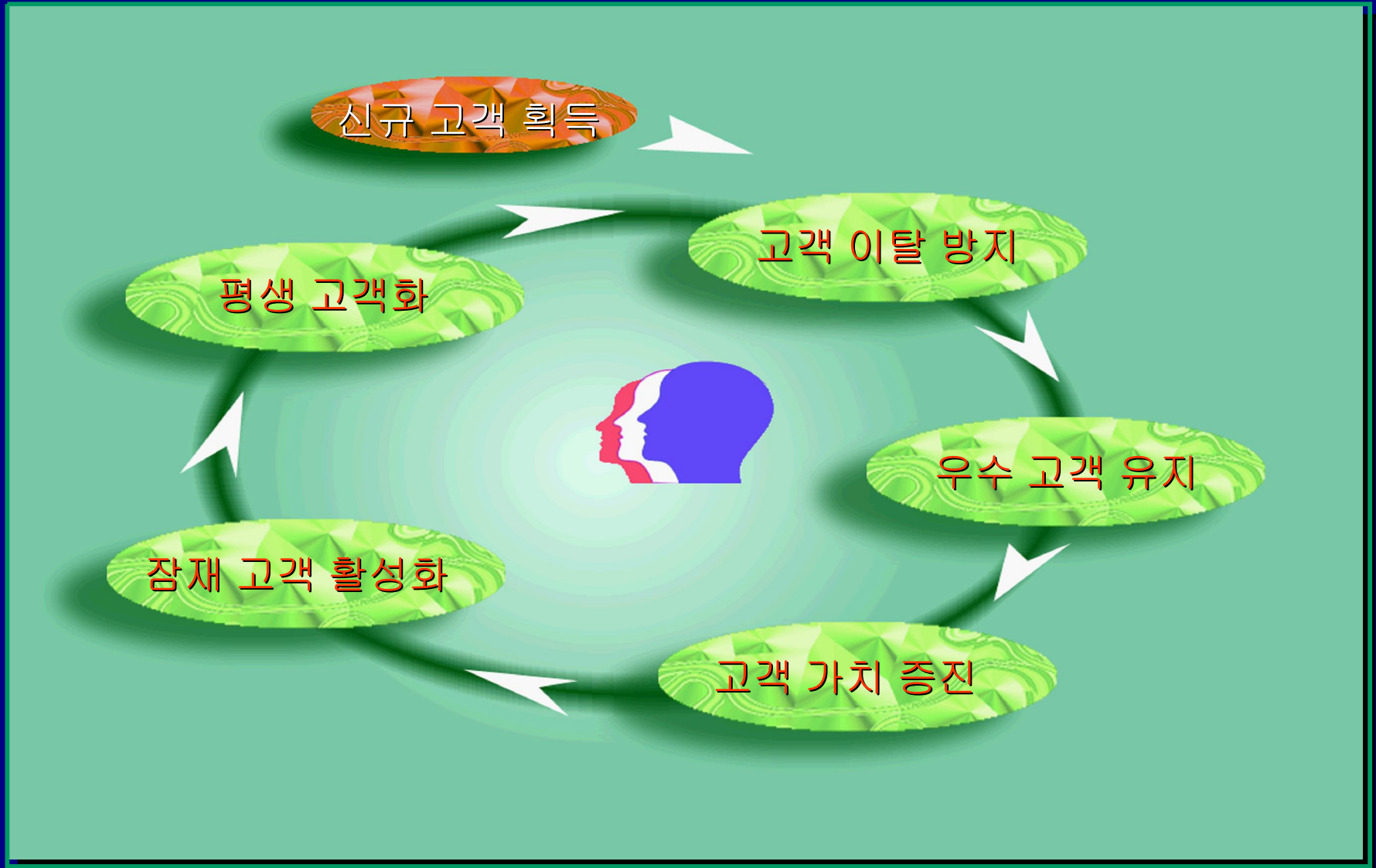


# 1. CRM : 정의

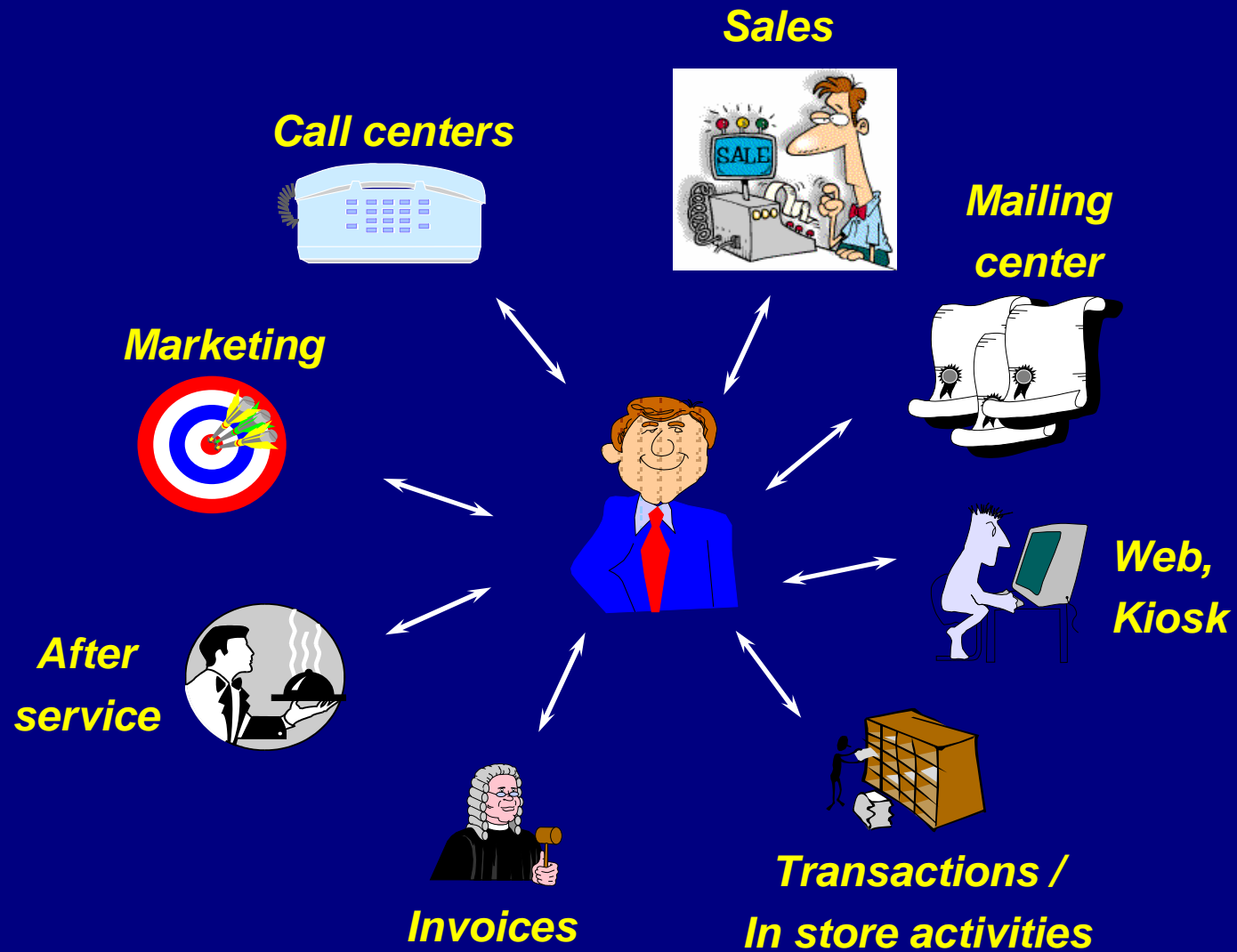
- ☞ 수익성 높은 고객의 유지와 충성 고객의 확보를 통해
- ☞ 기업의 경쟁 우위 확보 및 지속적인 유지를 목표로
- ☞ 현재 고객과 잠재고객에 대한 자료를 지속적으로 수집하여 쓸모 있고 가치 있는 마케팅 정보로 변환하고,
- ☞ 고객 행동을 분석/예측 및 고객 그룹화(세분화)를 통해
- ☞ 고객별, 그룹별 효과적이고 효율적인 마케팅 프로그램과 전략을 개발, 검증, 구현, 측정 및 수정하는 일련의 과정

***CRM is a process for customer loyalty & retention***

# 1. CRM : 고객 관리 전략



# 1. CRM : 고객접점에서의 활용





# 1. CRM : 기대 효과

- ☒ 우수고객 유지
- ☒ 이탈고객 줄이기
- ☒ 잠재고객 활성화
- ☒ 고객 충성도 증진
- ☒ 신규고객의 획득
- ☒ 고객 신용도 평가
- ☒ 교차판매(**Cross-Sell**)
- ☒ 재구매(**Re-Sell**)
- ☒ 판매액 및 단가 증대  
(**Up-Sell**)

- ☒ 틈새시장 개척
- ☒ 가망고객 탐색
- ☒ 비용 절감
- ☒ 시장 흔들기
- ☒ 보다 향상된 영업망 형성
- ☒ 판촉 효율 증대
- ☒ 고객 가치 파악
- ☒ 품질의 개선
- ☒ 고객 만족 증대

# 목 차

---

## 1. CRM : Customer Loyalty & Retention

- 1.1 경영환경의 변화
- 1.2 우수고객 유지와 이탈고객 방지
- 1.3 시장점유율 확대 전략과 충성고객 확보 전략
- 1.4 고객충성도의 측정과 관리

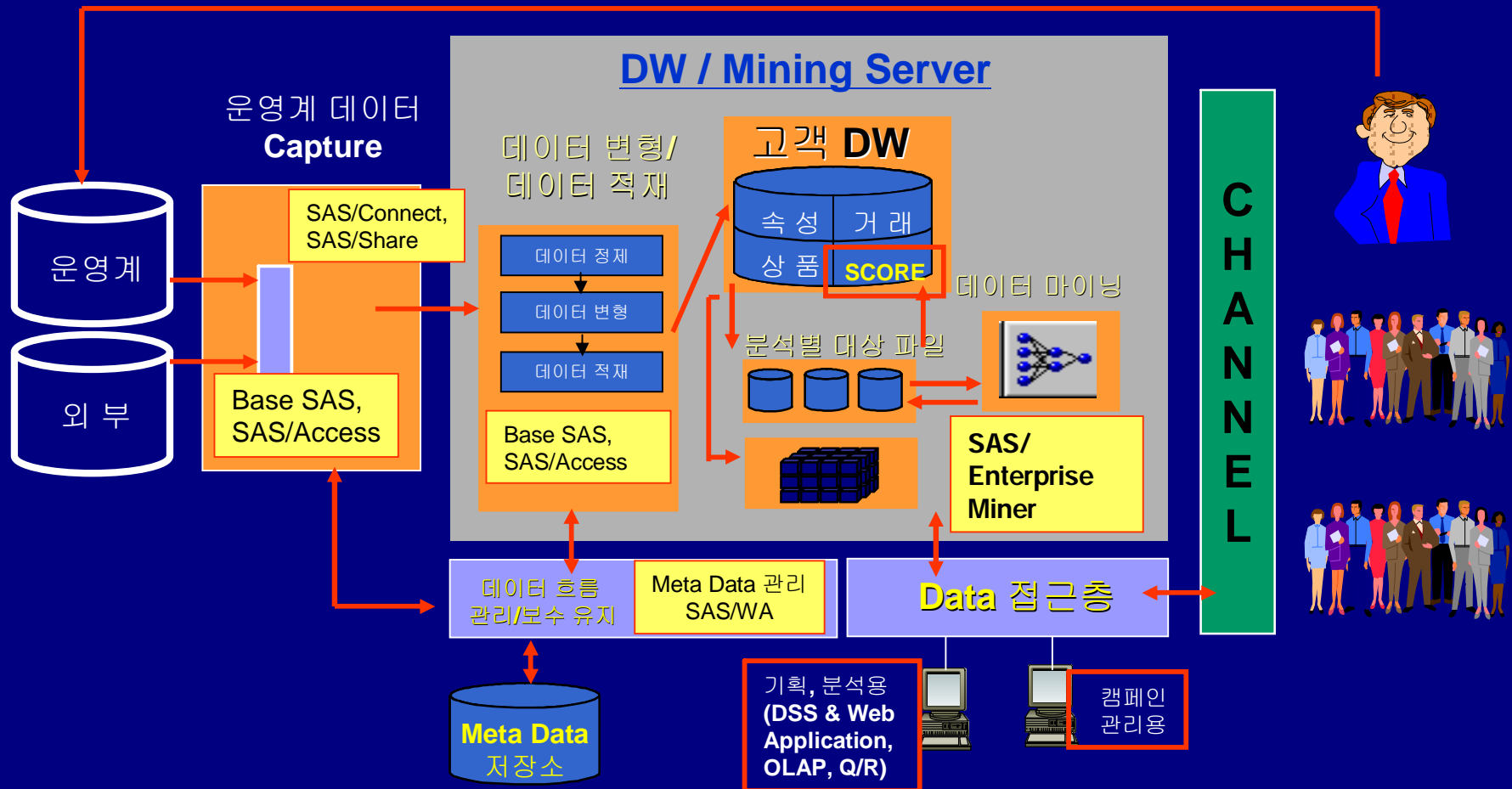
## 2. CRM 구축 방법론

- 2.1 시스템 구성도
- 2.2 구성 요소

## 3. SAS CRM Solution

- 3.1 CRM Component
- 3.2 SAS CRM Solution

# 2. CRM 구축 방법론 : 시스템 구성도





## 2. CRM 구축 방법론 : 구성 요소

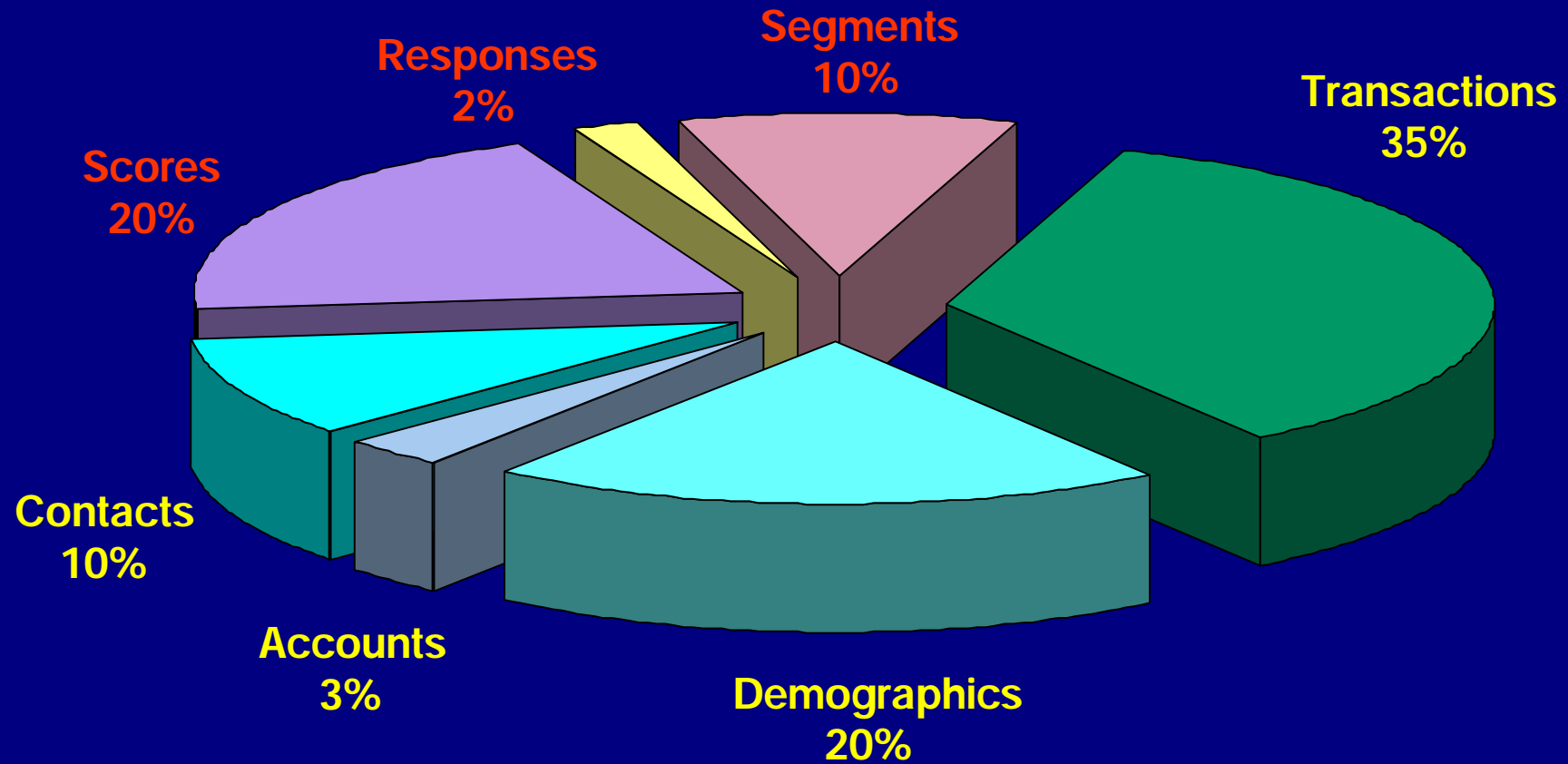
- ☞ **고객 Data Warehouse : 고객 통합 DB**
- ☞ **Data Mining : 고객 행동 분석 및 예측**
  - ? 고객 수익성 분석
  - ? 고객 리스크 분석
  - ? 이탈 고객 분석, i .
- ☞ **CRM Application : Campaign 계획 수립 및 반응 평가**
  - ? Query/Reporting
  - ? OLAP/WebOLAP
  - ? Customized Application



## 2. CRM 구축 방법론 : DW Issues

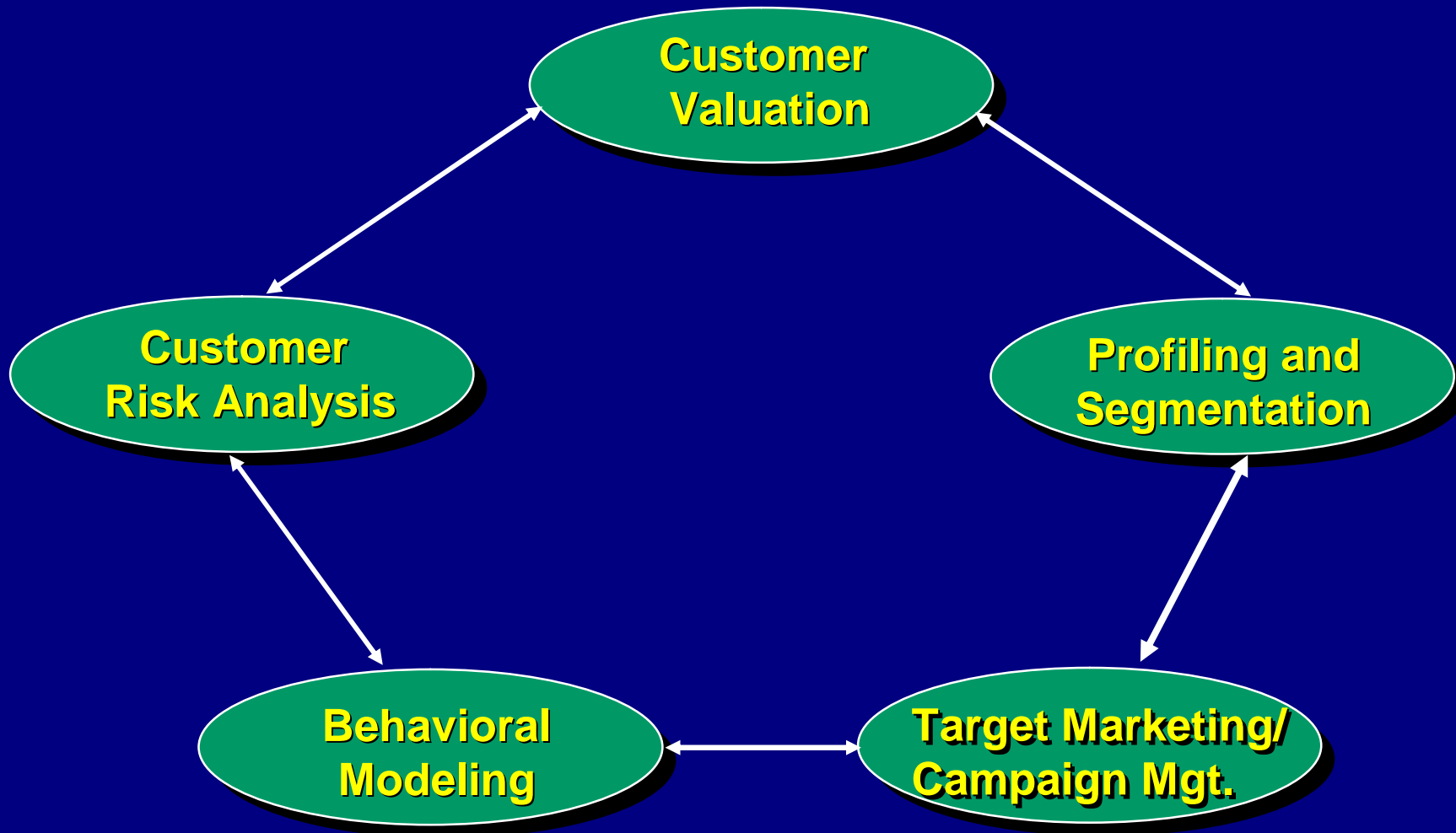
- ☞ 서로 다른 형태를 갖는 **DB**를 쉽게 **Access** 하는 방안
- ☞ **Data 정제(Cleaning)** 방안 : 예외 사항의 용이한 처리
- ☞ 사용자 요구 사항의 처리 방안 : **Dimension** 및 **Fact** 성격의 **Dimension**이 너무 많음 : 변수 축소(**variable reduction**) 방안
- ☞ 고객 데이터 분석과정에서의 생성된 변수(파생 변수, **derived variable**)의 **DW Model**에 반영하는 방법
- ☞ **Meta Data** 관리 방안
- ☞ 사용자 그룹별 **DW** 이용 패턴 분석 및 **Performance** 향상 방안

## 2. CRM 구축 방법론 : DW 구성요소



Source: Patricia Seybold Group

# 3. SAS CRM Solution : Component



# 3. SAS CRM Solution : Component



## Customer Valuation

?고객 수익성 분석

## Customer Risk Analysis

?고객 신용 리스크 분석

## Behavioral Modeling

?고객 구매 행태 분석  
? Cross-Sell/Up-Sell 분석  
?고객 이탈 분석  
?연체 관리  
?부정사용 관리

## Profiling and Segmentation

?고객 세분화  
?세분 고객 특성 분석

## Target Marketing/ Campaign Mgt.

?목표 고객 선정  
?캠페인 효과 분석



## 3. SAS CRM Solution

### ☒ SAS Product

☒ Data Warehouse : **SAS/Warehouse Administrator**

☒ Data Mining : **SAS/Enterprise Miner**

☒ OLAP : **SAS/OLAP++, SAS/Enterprise Reporter**

☒ Web : **SAS/IntrNet**

### ☒ SAS Consulting Service

☒ 해당 산업 분야에 대한 인력과 축적된 **Know-How**

### ☒ SAS Quality Partner

☒ **Business** 및 **IT** 기술요소에 대한 전문성 보유