

■ 연구과제 요약문

과제명(기간)	고객경험가치의 지수화 및 정량화 방법론 개발에 관한 연구 (2015.02 ~ 2015.05.)
연구책임자	윤명환 (mhy@snu.ac.kr)
개요	- 사용자 경험이 제품/서비스 개발의 성공에 주요한 역할을 하는 것은 널리 알려졌으나, 이를 경제적인 가치로 환산하여 실무에서 사용하는 데에는 어려움이 있음 - 본 과제에서는 내부 직원들에게 영향을 미치는 Information System 도입 또는 end user에게 영향을 미치는 제품/서비스 개선 등이 미치는 경제적 가치를 측정하는 것을 목적으로 함 - 고객경험가치(Customer Experience)의 세부 변수를 선정하고 정량화함으로써 특정 제품 및 서비스 도입으로 인한 효과를 예측 - 시스템 개선을 통한 Internal 요소와 External 요소의 효과를 예측 - Internal 요소: 기업의 내부적인 업무 편의성 및 정확성과 연관되며, 효율성 증대로 인한 이윤 창출 - External 요소: 제품의 구매자와 직접적인 연관이 있으며, 고객 증가 및 매출액 증대를 통해 매출 증대
연구개발 결과	- 수익 가치 평가 접근법 적용 - Valuation이란 대상의 진실 가치 또는 부의 수준에 값을 매기는 절차를 의미함 - 유형의 자산뿐만 아니라 장차 지속적으로 수익을 일으킬 수 있는 능력을 포함함 - 본 연구에서는 솔루션의 가치를 제품 도입기에 예측하기 위한 목적으로, ‘문헌에 근거한 지표측정’을 통해 프레임워크를 개발함 - Internal 요소: 기업 내부에 시스템을 도입함으로써 얻을 수 있는 경제적인 효과를 검토하고, 변수를 선정함으로써 기업에서 얻을 수 있는 가치 정량화 - 하나의 과업을 완료하는 데 걸리는 시간, 인건비, 직원 충성도 등 고려 - 도입하고자 하는 시스템의 특성을 반영하여 실질적으로 사용이 가능하도록 가이드라인 및 설문지 작성 - External 요소: 사용자가 제품/서비스에 대한 정보를 얻고, 구매하고, 만족도를 느끼는 과정을 고려하여 설문 항목 선정, 측정함으로써 가치 정량화에 대한 근거 제시 - End user의 구매 의사결정 및 기업에 대한 문헌연구를 통해 과제 수행시간, 오류율, 자산 비용, 자원 비용 등 측정 변수 제안 - 설문 항목을 정립하고 제품/서비스의 가치 평가 프레임워크 제안 - UX를 금전적 가치로 변환하는 과정에서의 고려사항과 극복방안 - 제품/서비스의 개발 및 개선 사항이 금전적인 효과로 연결되기까지 영향을 미치는 변수들을 탐색 - 정량적인 수치에 대한 근거 마련을 위해 효과를 단계적으로 나누고 관련 이론들을 참고하여 논리를 구성함
활용분야 및 기대효과	- Back office에서는 직원의 충성도 증가, 작업의 효율성 증가, 오류율 감소 등으로부터 경제적 효과를 관찰하였음

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Front office에서는 고객 만족지수로부터 고객 가입(Acquisition), 교차구매(Cross-Selling) 및 재구매(Repurchase)로부터 경제적 효과를 관찰하였음- 산업군 별로 상이한 모수 측정의 어려움을 해결하기 위해 두 가지 버전의 모델을 제시함 |
|--|---|