



단골 고객 만들기

1	단골 만들기가 중요한 이유	1
2	단골고객 만들기의 4cx2c모형	1
3	출발은 컨셉에서	2
4	쉽게 접근할 수 있는 구조	3
5	끊임없는 커뮤니케이션	3
6	고객소리에 대응하기	5
7	개별 대응으로 만족도 높이기	6
8	공동체로 완성되는 단골고객 관리	7
9	공동체와 선순환 형성	8
10	요점 정리	8

1. 단골 만들기가 중요한 이유

- 만족한 고객의 가치는 ?
 - 고객 유지와 거래 지속을 보다 저렴한 비용으로
 - 생산 과정에 참여하여 비용 절감
 - 고객 평생 가치 (Lifetime Value)
 - 만족한 고객은 우리 사이트 전도사
- 단골 고객을 5% 늘리면 수익이 50% 증가
 - 80/20 의 법칙에서도 있듯이 충성도 높은 20%의 고객이 회사 수익의 80%를 구성한다.
 - 사람이 사람을 부른다
 - 수확 체증의 법칙 : 사람이 모이는 데 더 모인다
 - 고객 이탈/전환 비용은 관계에 비례 : 한번 묶이면 좀처럼 벗어나기 힘들다. (선점 효과)

2. 단골 고객 만들기의 4Cx2C모형

		Contents/Goods	Customer
Concept/Positioning		- 특화 / 전문화 - 차별화 - 풍부함 / 연관성 / 갱신	- 고객 동질성 - 신뢰성 부여
Communication	보내기	- 깔끔하고 편안한 메뉴 - 일관 / 통합된 디자인 - 사용 편리성 / 검색 편리성	- 계기 / 입구 만들기
	받기		- 주제 명확성 - 대응 속도 - 정성
	상호 작용		- 상호 작용과 참여 - 정기적 접촉
Customization		- 관여도 높은 제시 - 나만의 공간 / 맞춤 상품	- 친근감 / 인간미
Community		- 고객 동질성의 육성 - 지향점 : 유대감 유지 / 콘텐츠 자가 발전	

3. 출발은 컨셉에서!

1 이해



- 대상 고객/상황을 전문화/특화하면 보인다 보여 !
 - 제품/브랜드로 특화 : JustBalls.com
 - 대상으로 특화 : 임신부 대상 www.women.com/pregnancy/
 - 활동 영역으로 특화 : DigitalChef.com
- 콘텐츠 구성의 목적/범위/전개/디자인이 명확해짐
- 상대적으로 적은 노력으로도 풍부한 콘텐츠/상품 구색 유지 가능 (많은 것이 좋은 것은 아님)
- 콘텐츠 업데이트도 용이
- 동질적인 고객간의 커뮤니티 형성 촉진
- 경쟁 우위의 Benefit/Cost 구조 확보 필요

2 사례

Chicken Provencal

Anchovies, olives, tomatoes, garlic and olive oil are paired with chicken in this classic dish from Provence.

Author: Tavolo

ADD TO MY COOKBOOK
ADD TO MY GROCERY LIST
PRINTER FRIENDLY RECIPE

THIS RECIPE SERVES: 4
CHANGE TO 4 SERVINGS
MAKE CHANGE

재료

INGREDIENTS	
4	chicken breast
1/2 teaspoon	salt
1/4 teaspoon	black pepper
1/4 cup	all-purpose flour
2 tablespoon	olive oil
1 tablespoon	unsalted butter
1	garlic clove, minced
1/2 cup	dry white wine
2	tomatoes, diced
1/4 cup	nicoise olives, chopped
3	anchovy fillet, chopped
1 tablespoon	basil, chopped

PREPARATION
Estimated Cooking Time: 30 min.
[Show Step by Step Photos](#)

TAVOLO RECOMMENDS

Tongs, Locking, Stainless Steel, 9 in.
\$7.95
ADD TO CART

Cutting Board, Maple, 15 x 20 in.
\$44.95
ADD TO CART

관련상품

요리법

4. 쉽게 접근할 수 있는 구조

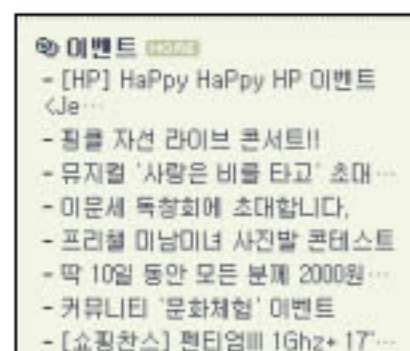
- Customer-Computer Interface의 설계
 - 어떤 정보 구조/디자인이 바람직한가?
- 깔끔하고 편안한 메뉴/디자인
- 무겁고 로딩 시간 소요되는 프로그램 자체
- 원하는 정보를 빨리 찾을 수 있는 구조
 - 정보 배열/계층 설계
 - 검색창
 - 도우미, FAQ 등



5. 끊임없는 커뮤니케이션

1 이해

- 보내기/초청하기
 - 이벤트, 놀이/게임 등 꺼리 만들기
 - 배너 교환/Associates/검색 엔진 등으로 입구를 많이 확보하기
- 상호 작용하기
 - 한번 확보한 고객을 영원한 고객으로
 - 채팅/온라인 조사/토론방 등으로 참여유도
 - 정기적인 접촉 유지 : Alert Mail 등
 - 온라인 이외의 수단으로도 창구 만들기



2 사례



**퀴즈와 함께 하는
인텔 홈페이지 여행**

'인터넷 퀴즈와 함께 하는 인텔 홈페이지 여행'에
오신 여러분 모두를 진심으로 환영합니다.

인텔 퀴즈에 지금 참여하십시오. 인텔이 준비한 퀴즈에 참여해서 유익한 정보를 얻으시고 방문의 주인공이 되는 기쁨도 누리시길 바랍니다. 정확한 답을 맞추신 분들에게는 추첨을 통해 소량의 선물을 드립니다.

귀하의 연락처를 정확하게 입력하신 후 입력버튼을 누르십시오.
다음의 내용은 당첨시 선물을 보내드릴 때 필요한 자료일 뿐 그 외의 어떠한 목적으로 사용되지 않습니다.

(* 표시된 항목은 반드시 입력하십시오.)

*성명

*주민등록번호 -

우편번호 (예 : 123-123)

*주소

*전화번호 (지역번호-국번-번호)

*연령 10대 이하

*직업 주부

*직장(학교)명

*E-Mail 주소

*인텔 퀴즈에 참여하게된 경로

☐ 인텔 웹사이트를 통해

☐ 다른 웹사이트의 인텔 배너 광고를 통해

☐ 인텔 사용자 클럽 뉴스서비스를 통해

☐ 잡지나 기타 매체를 통해

☐ 기타

☒ 인텔 홈 컴퓨팅에 대한 정보를 원합니다.



원하는 상품/가격의 구매시기를 알려주는 DealTime
(www.dealtime.com)



찾는 경매 물건이 나오면 알려주는
Classifieds2000
(classifieds2000.com)

Get new listings by email - it's FREE!
As your personal search agent, Cool Notify will send you email when new listings meeting your search criteria are found. If you have concerns about giving out your personal information, please read our privacy statement.

7. 개별 대응으로 만족도 높이기

1 이해

- 고객 정보에 근거한 관여도 높은 정보 제공/상품 제시로 상호 작용 촉진
- 욕구에 맞춘 상품 제공으로 경쟁사와의 차별화 + 만족도 120%
- “나만의 공간” 제공으로 애착심 강화 및 콘텐츠 생성 과정에 참여 유도
- 커뮤니케이션에서 Personal Touch부여로 친밀감/인간미 부여

잡링크(www.joblink.co.kr)

»맞춤정보 제공

맞춤정보?
하루에도 수십건씩 쏟아지는 채용공고를 일일이 다 들여다보는 일도 쉬운 건 아닙니다.
대충 둘러보더라도 상당한 시간과 노력이 필요한 일입니다.
하지만 JobLink에서는 필요없는 일입니다.
지역, 연봉, 직위, 직무, 규모, 업종, 취업일 등 회원님이 설정한대로, 회원님께 필요한 채용공고를
순서대로 출력해 드립니다.

»맞춤정보 E-mail 동보▲ Top

회원님께 꼭 맞는 채용공고를 보기 위해 매일 저희 JobLink 사이트에 들어오실 필요는 없습니다.
JobLink에서 회원님께 E-mail로 채용공고를 보내드립니다.
메일을 읽어보시고 지원하고 싶은 회사를 발견하신 회원님께서는 클릭 한번으로 바로 지원하실 수
있습니다.

2 고객을 관리하는 세 가지 e메일 마케팅

- 단골 고객들에게 감사 메일을 보내라!
- "안녕하세요? A회원님. 매주 크리스피 크림 도넛 한 상자를 주문해주셔서 고맙습니다. 고객이 되어 주신 보답으로 다음 번 구매시에는 로코 소다 여섯 팩을 무료로 드리겠습니다."
- 사이트를 방문하지 않는 고객을 유혹하라!
- "안녕하세요? B회원님. 지난 9개월 동안 구매하신 물건이 하나도 없으셨네요. 만일 고객 Q&A를 방문하셔서 그 이유를 알려주신다면 다음 번 구매 시에 10달러를 할인해 드리겠습니다."
- 교차 판매를 시도하거나 구매를 유도해라!
- "안녕하세요? C회원님. 배리 매닐로우의 최대 히트곡 1집을 사주셔서 감사합니다. 최근 사이트에 새로 서점을 열었다는 것을 알고 계신가요? 다음 번에 CD를 구매하시면 매닐로우의 자서전 한 권을 무료로 드리겠습니다."

Tom Hespos. "Two Simple Retention Strategies" (Clickz. 2000.12.7)

3 사례

한동환 님이 로그인되었습니다.

동호회 바로가기

정보변경 log out 회원탈퇴

동호회 인터넷 차게부 웹진 @UTOZINE Entertainment

인터넷 차게부

회원명: 한동환 차종: 1. 이벨라 일자: 2001-03-25

인터넷차게부를 사용하면 버블 각종 통계 및 소모품 교환시기를 E-mail로 보내드립니다.

※ 입력된 자료에 의해 교환/점검 예정일을 확인할 수 있으면 E-mail로 발송도 해드립니다.

기본정보

차량정보 *는 필수 입력

차종	이벨라 1.5 GLXi (5DR)	변속기	Manual
구입일	(예: 1999-01-01)	차량가격	만원 (예: 1200)
연주력주행거리	Km (예: 56000)	월평균주행거리	Km
주행조건	☒ 표준 ☐ 가혹 ☐ 가혹조건이란?		

보험정보

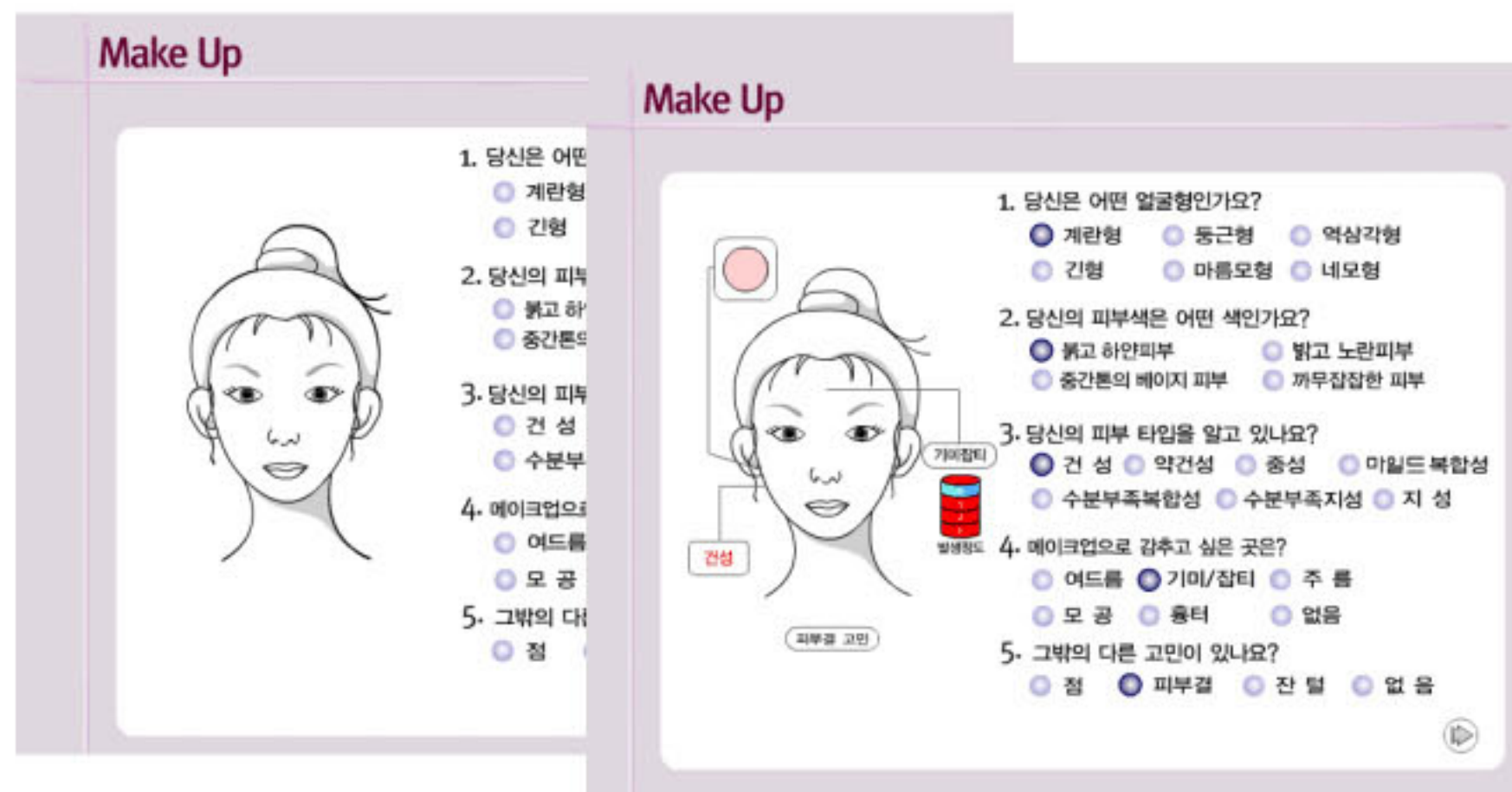
보험사		대리점	
만기일		담당자	
전화번호		팩스번호	

활무정보

시작일		만기일	
활무부금	원	납부일	매월 일

연계정보

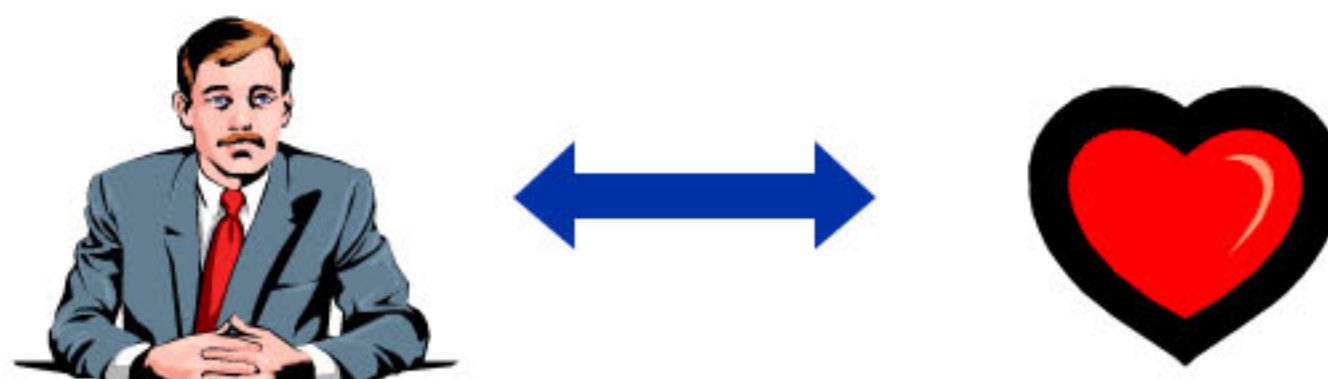
각종통계
비용관리
주행관리
차량상태
기본정보
도움말



8. 공동체로 완성되는 단골 고객 관리

1 이해

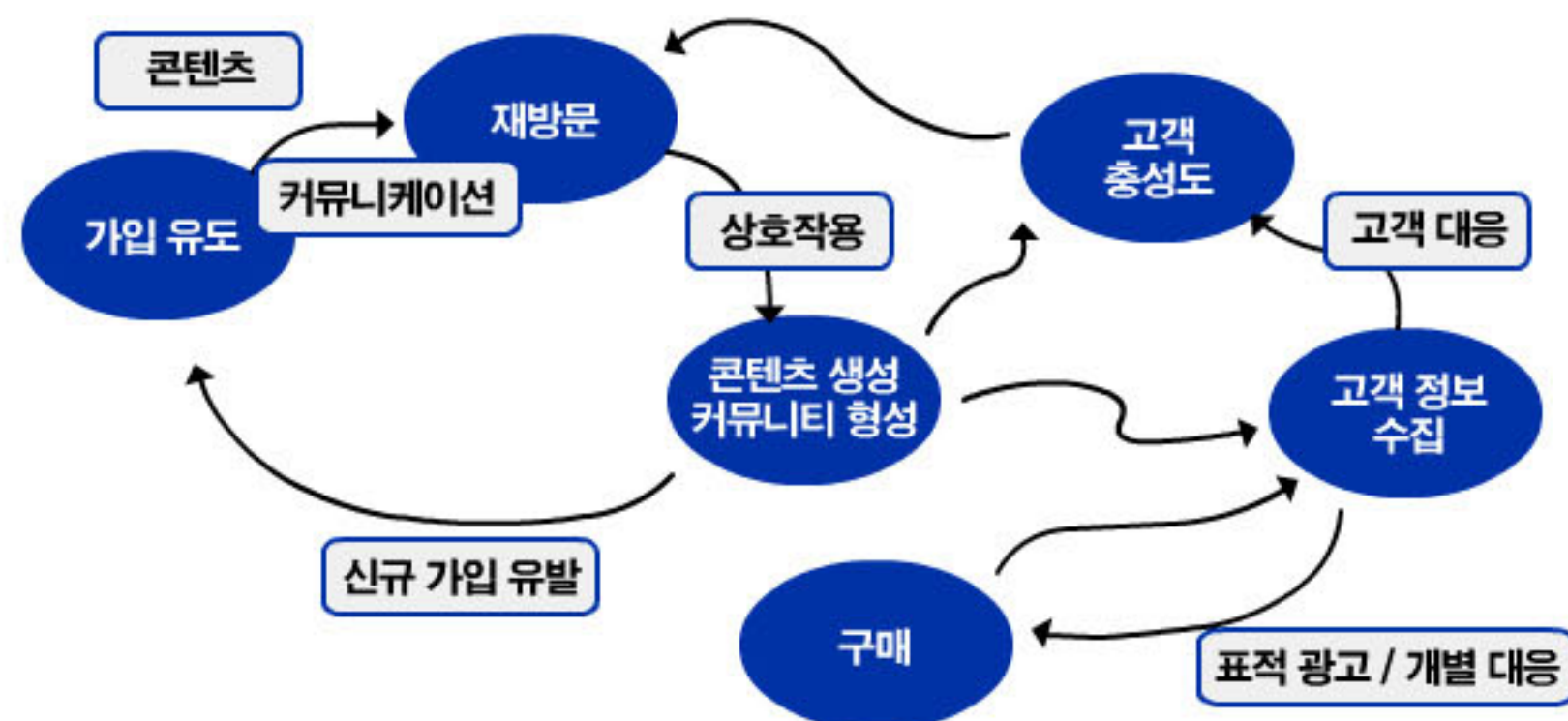
- 공동체는 수단이라기보다는 지향점/목표
 - 고객간의 강한 유대감 형성이 가장 큰 자산
 - 고객동질성 강화를 위한 프로그램 : 셀피아의 토크피아
 - 공동체 형성은 콘텐츠의 자가 발전과 신규 고객 유인으로 연결되어짐
- 단골 만들기에 정말 필요한 것은 “고객을 진심으로 이해하고 도우려는 마음”



2 사례



9. 공동체와 선순환 형성



10. 요점 정리

- 고객을 단골로 만드는 것은 웹 사이트 운영시 가장 중요한 요소 중의 하나일 것이다. 이미 활용하고 있는 방법들 외에 또 다른 방법들을 찾아보고 고객을 위해 최선을 다한다면 단골 고객은 늘어날 것이다.

"단골만 잘 활용하면 확실한 영업 사원을 채용하는 것과 같다"
자료: 홈페이지 단골만들기 -오창호-