

Dow, 화학제품 수요처 “차별관리”

거래수준으로 3개 카테고리 구분 ... 서비스 수준 높이는 방편 활용

Dow Chemical은 ERP 시스템을 초기에 채택한 화학기업 가운데 하나로 ERP 시스템은 조달, 생산 및 유통을 동시에 추구할 수 있도록 하고 있다.

또한 EDI(Electronic Data Interchange) 시스템을 통해 공급기업과의 연계를 강화하고 최근에는 Elemica 및 Omnexus와 같은 인터넷 시장을 이용하고 있다.

Dow는 최근 ERP 및 EDI 시스템을 수요와 연결시키고 있으며, Customer Interface Initiative 프로그램을 통해 고객에게 가격을 발표하고 고객이 구매하는데 걸리는 시간을 단축시킬 수 있을 것으로 기대하고 있다. 고객 접근시간을 단축시키는 것은 화학기업들이 성장 초기단계에서 직면하는 핵심이기 때문이다.

Dow는 Customer Initiative 전에 구입한 구매제품, 지불내역, 출하조건 등 분산돼 있던 고객정보를 CRM 프로그램을 이용해 중앙 데이터베이스에 저장하고, 또 현장판매부서(Field Sales Office), 텔레마케팅(Telesale) 및 Call Center Personnel 모두 각각의 고객에 대한 최근 10건의 거래내역 정보접근이 가능해짐에 따라 고객들의 문제에 대해 신속하게 대응할 수 있게 됐다. Dow는 Organizational Memory 시스템이라고 부르고 있다.

Dow는 수요와 공급을 연결함에 따라 공급에 큰 영향을 받았는데, Customer Initiative의 첫 해에 출하 에러 건수가 90% 감소한 것으로 나타났다.

수요 측면에서는 판매시기 및 서비스 담당자 배치, 판매제품에 관해 더 훈련돼 있고, 고객의 구매내력을 파악함으로써 각각의 고객에 맞는 관리를 차별화하고 있다.

Dow는 고객을 Price Buyer, Convenience Buyer 및 Relationship Buyer의 3개 카테고리로 분류하고 있다.

Price Buyer는 최저가 제품을 구입할 수는 있지만 기술적 정보(Technical Handholding) 및 맞춤형 출하 옵션(Customized Delivery Option) 등 고부가가치 서비스를 제공받을 수는 없고, Convenience Buyer는 제조기업 중심의 재고관리기법인 VMI(Vendor-Managed Inventory) 또는 고객의 구매절차를 간소화해주는 프로그램을 제공받게 된다. Relationship Buyer는 더 많은 기술적 정보와 판매지원을 받을 수 있다.

시스템 구축으로 Dow는 지속적이고 차별화된 방식으로 고객을 관리할 수 있게 됐다.

Dow는 또 1999년 웹사이트 서비스를 제공함으로써 고객들이 주문상태, 지불내역 및 구매내력 등을 확인할 수 있도록 했다.

이에 따라 고객들은 전자상거래 방식으로 주문하고 송장을 지불할 수 있게 됐다.

<화학저널 2004/05/06>