

# LG유플러스 고객센터 고객 데이터 및 유저 컨텍스트 중심의 리텐션 향상 전략



유저 행동에 기반한 개인화

내부 식별 데이터와 실시간 유저 행동 데이터의 결합

리텐션 개선

인게이지먼트 향상

신규 고객 확보



인사이드는 현재 특정 상황에 놓여있는 고객들에게 빠르고 정확하게 저희가 보여주고 싶은 메시지를 보여주는데 가장 적합한 솔루션입니다. 더욱이 저희는 내부 식별 고객 데이터를 인사이드의 행동 데이터와 결합하여 캠페인을 수행했기 때문에 꼭 필요한 고객에게만 제한적으로 캠페인을 노출하여 고객의 광고 노출 피로도를 높이지 않고 긍정적인 캠페인 경험을 구축하는데 많은 도움이 되었습니다. 또 어려움이 있으면 인사이드의 CSM팀과 컨설턴트의 도움을 받을 수 있어서 굉장히 든든했습니다.

LG유플러스 CVM(고객가치관리) 전략팀



## About LG U+

LG유플러스 디지털 커머스 그룹은 공식 온라인 스토어인 '유플러스닷컴'과 전용 앱을 통해 커머스부터 CS까지 모든 디지털 접점을 기반으로 일관되고 통합된 고객 경험을 만들어가고 있습니다. 모바일과 스마트홈 서비스를 제공하는 컨슈머 사업과 기업인프라 사업을 구분하고 있으며, 각 사업부의 고객 니즈에 맞는 상품 및 콘텐츠 생성을 통해 차별화된 고객 경험을 제공하고 있습니다.

## Journey with Insider

LG유플러스 고객센터는 내부 식별 고객 데이터와 인사이드 솔루션을 통해 유플러스 전용 앱 채널에서 수집한 고객 행동 데이터를 결합하여 보다 고도화된 개인 맞춤형 콘텐츠를 제공하고자 했습니다. LG유플러스 고객센터는 이를 기반으로 광고에 대한 고객의 피로도를 높이지 않으면서, 각 고객의 상품 가입 상태와 상황을 고려한 마케팅 환경을 구현할 수 있었습니다.

1,200 이상의 세계적인 기업들이 인사이드를 신뢰하고 있습니다

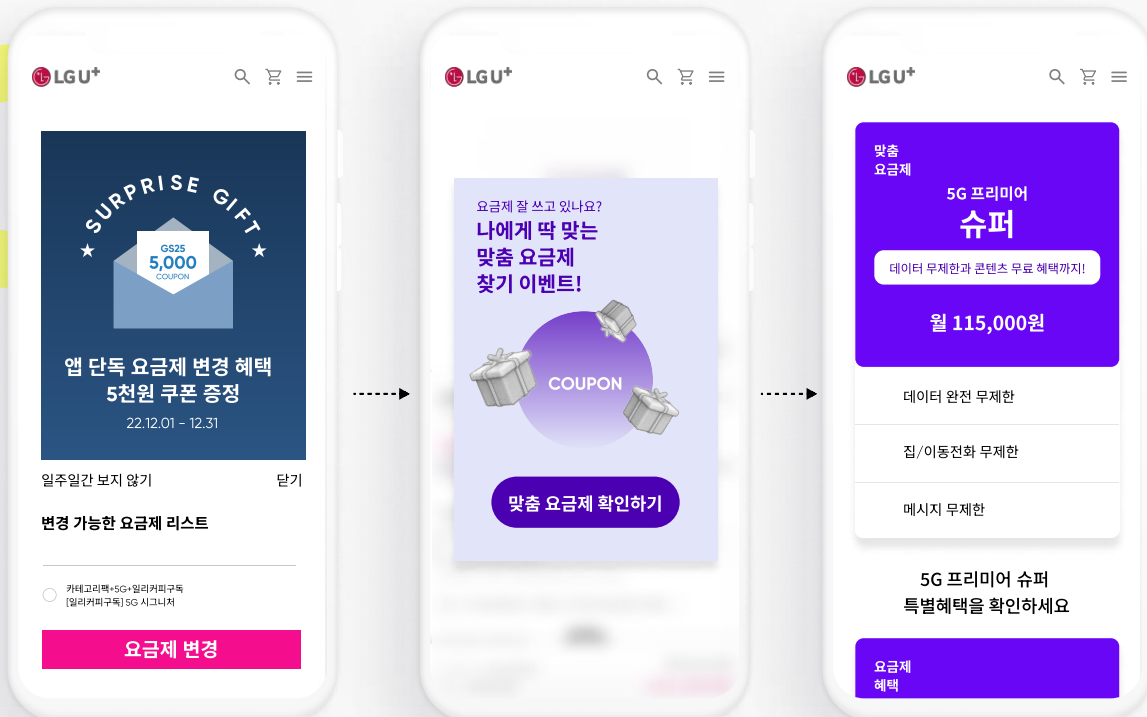
## [고객 리텐션 개선]

# 실시간 고객 데이터 및 유저 컨텍스트에 기반한 상품 추천

LG유플러스는 인사이더 솔루션으로 수집한 실시간 행동 데이터와 자사 내부 데이터를 유기적으로 결합함으로써 고객 만족도와 리텐션을 개선할 수 있었습니다. LG유플러스는 요금제 변경을 고민하고 있는 고객에게 오프라인 대면 상담 또는 유선 상담과 같이 전문 상담사가 고객에 따라 맞춤형 요금제를 추천하는 프로세스를 온라인 환경에서도 구축하고자 했습니다. 인사이더의 세그멘테이션 기술을 통해 요금제 조회 페이지 방문 빈도가 높은 고객, 특정 요금제를 장바구니에 담은 고객 등 실시간 행동 패턴에 따라 요금제 변경 니즈가 있는 고객을 쉽게 포착하고 그룹핑할 수 있었습니다. 나아가, 여기에 자사 내부 데이터를 결합하여 다각도로 분석한 고객군에게 가장 적합한 요금제를 매칭시키고, 각 세그먼트별로 맞춤형 요금제 팝업이 트리거 되도록 설정했습니다. 그 결과, 해당 메시지를 확인한 고객 대부분이 추천 받은 요금제까지 원스톱으로 변경하는 것을 확인 할 수 있었습니다.

### 요금제 변경 니즈 파악

고객별 맞춤 추천 요금제  
 '요금제 페이지 지속 방문'  
 '특정 요금제 장바구니 담기'



### The results

# 리텐션 개선

요금제 변경 니즈 파악을 통한  
 고객 리텐션 개선

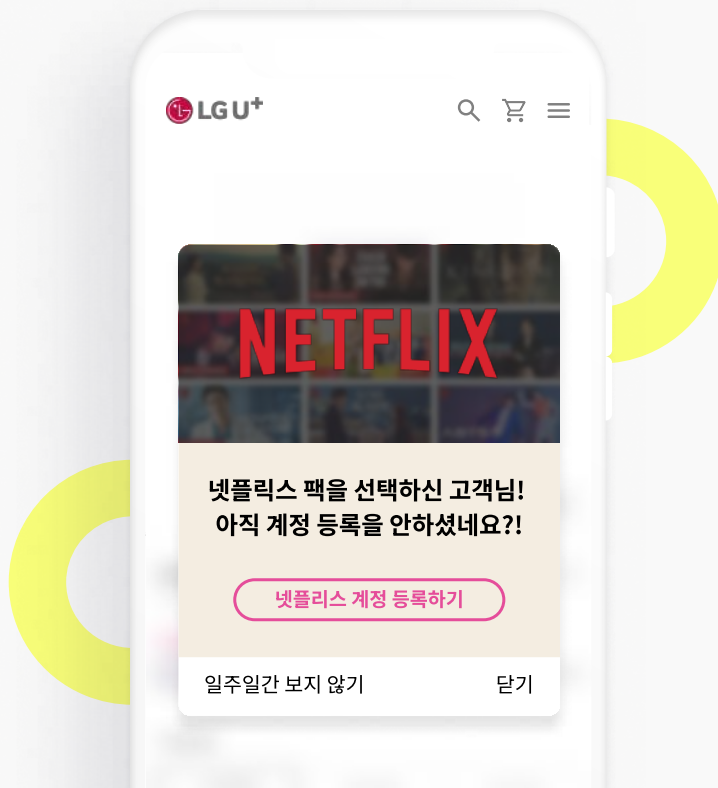
## USE CASE #2

# [고객 인게이지먼트 증대] 맞춤형 메시지를 통한 콘텐츠 소비 유도

LG유플러스는 휴대폰·요금제 뿐만 아니라 인터넷·IPTV 등 많은 부가 서비스를 제공하고 있어 각 서비스 이용을 활성화시키고자 하는 목표가 있었습니다. 이를 위해 넷플릭스나 디즈니플러스를 추가 요금없이 시청할 수 있는 카테고리팩 요금제에 가입했지만, 아직 각 서비스 계정을 연동하지 않은 고객을 대상으로 인사이더 웹 스위트(Web suite)를 활용한 계정 연동 안내 팝업 캠페인을 진행했습니다. 고객이 인사이더의 팝업 캠페인을 클릭할 경우 계정 연동이 가능한 페이지로 바로 랜딩시켜 고객 접근성과 편의성을 높였습니다. 이는 부가 서비스로 제공되는 콘텐츠를 고객이 보다 쉽고 활발히 소비할 수 있게 하는데 도움이 되었으며, 자사 서비스에 대한 인게이지먼트를 높이는데 긍정적인 효과를 주었습니다.

### 고객 상황 & 상태 파악

카테고리팩 요금제별 고객 맞춤형 부가 서비스 연동 너지



## The results

# 인게이지먼트 향상

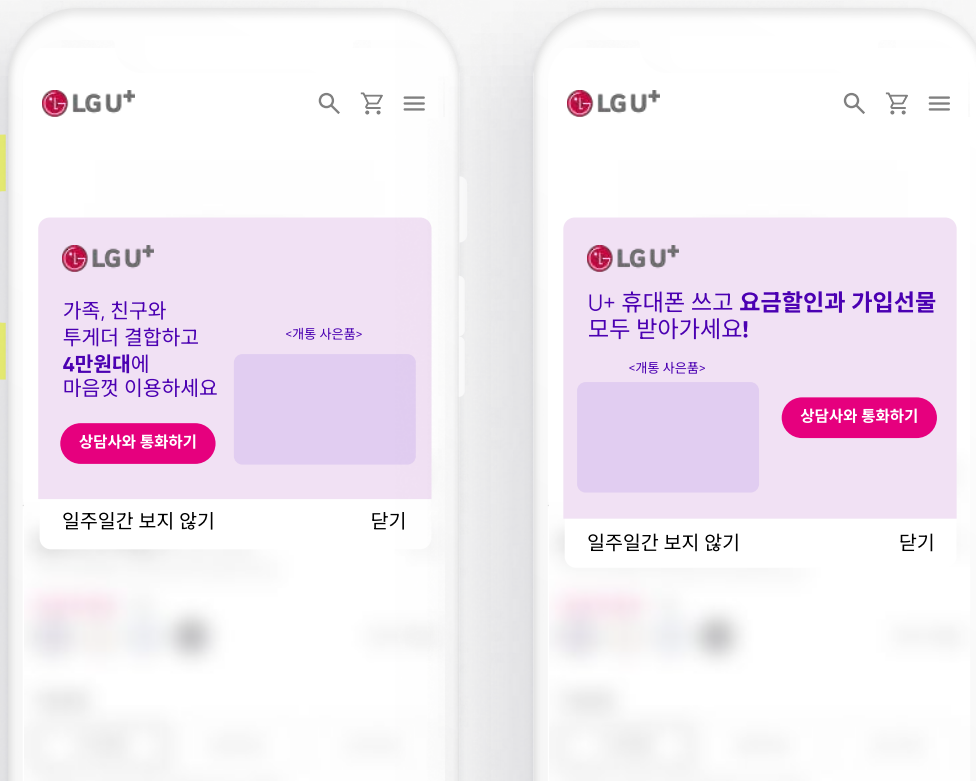
맞춤형 메시지를 통한  
고객 인게이지먼트 향상

## [신규 고객 확보] 온라인-오프라인 상담 연계를 통한 신규 유저 확보

LG유플러스는 인사이더 솔루션을 활용해 온라인-오프라인 상담 연계를 위한 캠페인을 실행했습니다. 고객에 따라 전용 앱에 접속해서 직접 가입 신청을 완료하는 경우도 있지만, 상담사와 통화하면서 자세한 안내를 받은 후 가입하는 것을 선호하는 경우도 있기 때문에 심리스한 온라인-오프라인 연계가 중요했습니다. 고객의 연령대, 상품 가입 상태 등 기존의 내부 데이터를 활용하여 사전에 고객 세그먼트를 파악하고, 해당 고객이 인터넷 요금제나 결합 상품, IPTV와 같은 페이지에 방문하거나 체류 시간이 일정 시간 이상일 경우 적시에 전담 상담사로의 연계 상담을 추천하는 캠페인을 노출하여 온라인-오프라인 고객 경험을 강화했습니다. 고객이 팝업을 클릭하기만해도 상담사에게 통화가 가도록 세팅하여 보다 빠르게 접근할 수 있게 설정한 결과 상담건 및 가입건이 증대되는 효과를 얻을 수 있었습니다.

### 온라인-오프라인 상담 연계 유도

내부 식별 데이터 + 실시간 유저 행동 데이터 결합



### The results

# 신규 고객 확보

온라인-오프라인 상담 연계를 통한  
신규 고객 확보