



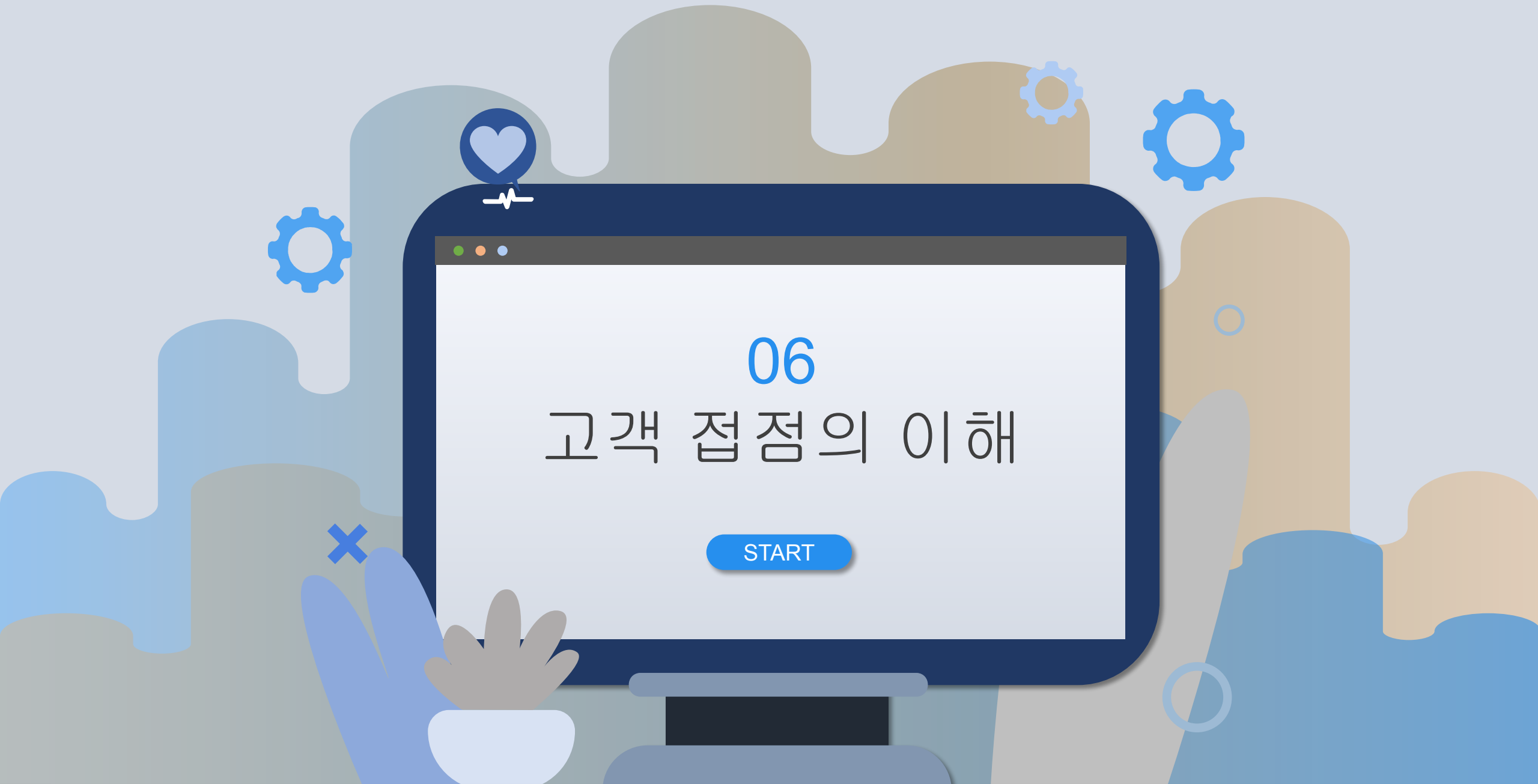
DAILY

GROWING



MEDICAL EDU

병원 코디네이터 자격증 과정



06

고객 접점의 이해

START

오늘의 이야기



병원, 고객의 **기대와 경험을 형성**하는

서비스 산업으로의 발전

환자 경험을 향상시키는 고객 접점의 각 요소
환자 중심의 병원 문화를 만들어 갈 수 있는 방법

Hardware

(물리적 환경)

Software

(서비스 프로세스)

Humanware

(코디네이터)

»» 학습 목표

1. 고객 접점의 개념과 중요성 이해
2. 고객 접점의 다양한 유형과 각각의 특성 파악
3. 고객 접점에서의 Hardware, Software, Humanware의 역할 이해

»» 학습 내용

1. 고객접점의 개념
2. 고객 접점의 유형
3. 고객 접점의 구성요소

01.

고객 접점의 개념

가. 고객 개념

나. 고객 접점의 정의 및

유래

다. 중요성

라. 사례



1

고객 접점의 중요성과
개념

가. 고객의 개념

사전적 의미

"영업을 하는 사람에게 대상으로 찾아오는 손님"
"단골 손님"

돌아볼
고객손님
顧客

영어 의미

"습관적으로 물건을 사는 사람"
"초대 받은 사람", "환대 받은 사람"

외부 고객
(External customers)

제품을 생산하는 기업의 종사자가 아닌
사람들로
제품이나 서비스를 구매하는 고객

내부 고객
(Internal customers)

제품 생산이나 서비스를 제공하는 종업원

가. 고객의 개념

고객의 기본 심리

환영 기대 심리	환영해 주고 반가워해 주기를 바람
우월 심리	고객은 서비스직원보다 우월하다는 생각을 가짐
독점 심리	서비스를 독점하고 싶어 함
모방 심리	다른 고객을 닮고 싶은 심리
보상 심리	손해보고 싶지 않아 함
자기 본위적 심리	자신의 기준에서 설명을 듣고 자기 위주로 상황 판단
존중 기대 심리	중요한 사람으로 기억되고 존중 받고 싶어 함

고객 요구의 변화

의식의 고급화	인적 서비스의 질을 중요하게 생각하고 합당한 서비스 요구
의식의 존중화	존중과 인정의 욕구가 있으며 최고 우대를 요구
의식의 복잡화	고객의 유형도 복잡화되고 불만 발생과 불만 형태도 다양
의식의 대등화	서로 대등한 관계를 형성하려는 상황에서 갈등이 발생
의식의 개인화	나만 특별한 고객이라고 생각

나. 고객 접점의 정의, 유래

고객 접점 정의

" Moment of Truth , MOT "

고객이 서비스 또는 제품과 직접/간접적으로 접촉하는 순간

'진실의 순간'이라는 통상적인 해석보다 '결정적 순간'이라는 말이 더 적합



유래

MOT란 **Moment of Truth** 의 약자로, 스페인의 투우용어를 영어로

옮긴 것

투우사가 소의 급소를 찌르는 순간을 말하는데, 피하려 해도 피할 수 없는 순간' 또는 '실패가 허용되지 않는 매우 중요한 순간'을 의미

- 스웨덴의 마케팅 학자인 리처드 노먼이 서비스 품질관리에 처음으로 사용
- 1970년대 말 오일 쇼크로 인해 2년 연속 적자를 기록한 스칸디나비아 항공에 39세의 젊은 나이로 사장에 취임한 칼슨이 1987년[Moments of Truth] MOT란 책을 펴낸 이후 MOT란 말이 급속히 보급

1

고객 접점의 중요성과
개념

다. 중요성

중요성

- 모든 순간의 고객 접점을 점검하고 최대한의 서비스를 제공하는 것이 필수적
- 고객과 기업 간의 서비스 접점에서 고객이 만족하고 감동하는 것은 경쟁이 치열한 의료 시장에서 살아남는 핵심 요소

Minimum



서비스 법칙

99% = 1% 의 법칙

접점관리에서는 99%의 접점 비중과 1%의 작은 접점 비중이 같은 중요성을 가짐

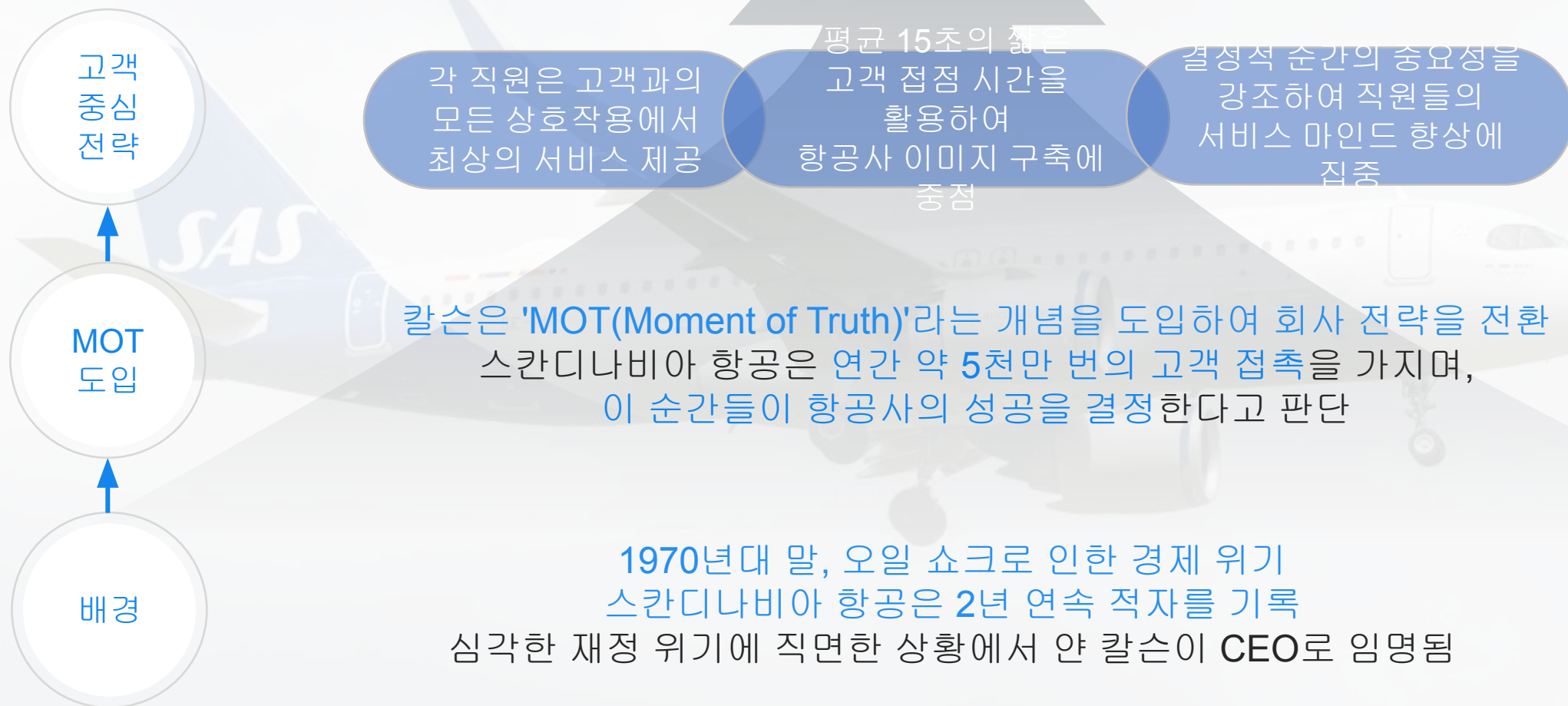
통나무 물통 법칙

여러 조각의 나무로 엮어진 통나무 물통에 물을 담기 위해서는 어느 한 나무 조각이 깨지거나 높이가 낮으면, 그 낮은 나무 조각의 높이만큼 밖에 물이 담기지
않음

고객은 고객접점에서 경험한 서비스 중 가장 불량한 서비스를 유독 잘 기억함

라. 사례

불과 1년 만에 스칸디나비아 항공을 적자에서 벗어나
연 7,100만 달러의 이익을 내는 흑자 경영으로 전환



02.

고객 접점의 구성 요소

가. Hardware(물리적 시설,
상품)

나. Software(의료 시스템)

다. Humanware(인적 요소)



2 고객 접점의 구성 요소

가. Hardware (물리적 체험 요소)

고객이 보고 접하고 체험하는 하드웨어적 요소

예시

- 시설 및 환경 : 매장, 사무실, 대기실 등 고객이 이용하는 물리적 공간
- 기기 및 장비 : 컴퓨터, 결제 시스템, 자동화 기기 등 고객 서비스에 사용되는 기술 장비
- 인테리어 및 디자인 : 가구, 데코레이션, 간판, 조명 등 고객이 경험하는 시각적 요소
- 표지판 및 안내 시스템 : 방향을 안내하는 표지판, 정보를 제공하는 안내판 등
- 청결 및 유지관리 : 청소 상태, 장비의 유지보수 등 고객이 체감하는 청결도와 안전성

관리 방법

- 지속적인 유지보수
- 청결 유지
- 시각적 매력 개선
- 안내 및 표지판 최적화
- 기술적 혁신 채택
- 안전성 보장



2 고객 접점의 구성 요소

나. Software (의료 시스템)

고객에게 제공되는 정보의 내용과 방법, 제도 등

예시

- 온라인 예약 시스템
- 고객 관계 관리(CRM) 시스템
- 피드백 및 설문 조사 플랫폼
- 콜 센터 관리 시스템
- 라이브 챗 및 메시징 플랫폼

관리 방법

- 정기적인 업데이트와 유지보수
- 피드백 수집 및 반영
- 사용자 훈련
- 보안 강화
- 통합성 확보



2 고객 접점의 구성 요소

다. Humanware (인적 요소)

고객 서비스를 제공하는 모든 직원 및 고객 경험에 영향을 미치는 모든 인적 자원

예시

- 의료진, 모든 접점의 직원들
- 태도 : 서비스 마인드, 응대 태도, 전문성, 적극성, 친절한 설명

관리 방법

- 훈련 및 개발
- 모니터링 및 평가
- 피드백 및 인센티브 제공
- 고객 중심 문화 조성정서적 지능 강화
- 역할 모델링
- 커뮤니케이션 개선
- 직원 만족도 관리



03. MOT 관리 과정

가. 고객 접점 사이클 차트

나. 관리 과정



3 MOT 관리 과정

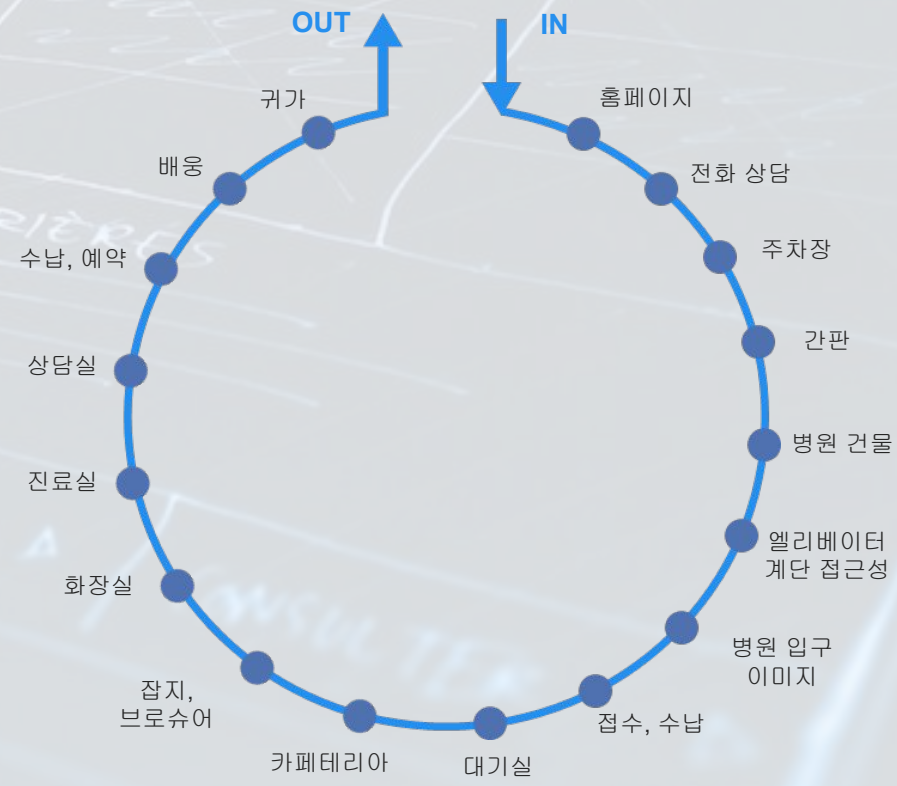
가. 고객 접점 사이클 차트

정의

- 서비스 제공 과정 전반을 고객의 관점에서 조망하는 방법
- 이 사이클은 시계 모양의 원형 차트로 표현됨
- 고객이 서비스를 처음 접하는 순간부터 서비스가 완료되는 시점 까지를 단계별로 나타냄
- 이를 통해 서비스 접점에서의 부족한 점을 고객의 입장에서 분석 가능

특징 및 목적

- 병원의 각 부서 직원들은 자신의 업무에 집중하는 경향이 있기 때문에, 고객이 서비스 전체 과정을 어떻게 경험하는지 전체적으로 파악하는 것이 중요
- 목표는 서비스 전달 시스템을 재구축하여 더 나은 서비스를 제공하는 데 있음
- 진료과나 병원의 규모, 내부 서비스 프로세스에 따라 서비스 사이클이 다르게 설계
- 고객의 관점에서 서비스 프로세스를 설계하여 전체적인 서비스 관리를 목표로 함



3 MOT 관리 과정

나. 관리 과정

1. 전체 고객 경험의 파악

- **목표** : 고객의 전체 경험 이해
- **범위** : 고객이 처음 병원에 접촉하는 순간부터 치료가 끝나고 병원을 떠나는 순간까지의 전체 과정

2. 중요 접점 식별

- **식별 과정** : 고객 만족에 영향을 미치는 모든 접점을 식별하고 중요성에 따라 나열
- **중요성 평가** : 각 접점이 고객에게 어떤 의미를 가지는지, 어떤 영향을 미치는지를 평가

3. 서비스개선 아이디어 개발

- **창의적 접근** : 각 접점에서 고객 기대 충족 방안 모색
- **직원 참여** : 아이디어 수집과 서비스 방법 개발에는 직원들의 참여를 적극적으로 장려

나. 관리 과정

4. 서비스 방법의 구체화 및 교육

- **실행 계획** : 개발된 서비스 방법에 대한 구체적인 실행 계획, 매뉴얼을 작성
- **직원 교육** : 전 직원 대상 서비스 방법 이해 및 숙지

5. 고객 반응의 모니터링 및 개선

- **피드백 수집** : 구현된 서비스 방법에 대한 고객 반응 지속적으로 모니터링
- **지속적 개선** : 피드백 기반 서비스 방법 수정 및 발전



QUIZ

학습한 내용을 퀴즈를 통해
확인해볼까요?
총 2문제가 제시 됩니다.

Quiz

Q1. 아래에서 설명하는 단어는 무엇인가요?

Moment of Truth의 약자로 스페인의 투우용어를 영어로 옮긴 것
(투우사가 소의 급소를 찌르는 순간을 말 하는데 피하려 해도 피할 수 없는 순간'
또는 '실패가 허용되지 않는 매우 중요한 순간'을 의미)

고객이 서비스 또는 제품과 직접/간접적으로 접촉하는 순간

고객과 기업 간의 서비스 접점에서 고객이 만족하고 감동하는 것은
경쟁이 치열한 의료 시장에서 살아남는 핵심 요소



정답은 MOT

Quiz

Q2. 아래 문장을 읽고 맞으면 O, 틀리면 X

MOT요소 중 Software란

고객이 보고 접하고 체험하는 물리적 요소들을 말함
시설 및 환경, 기기 및 장비, 인테리어, 표지판 등이 여기에 속한다.



정답은 X

위에서 설명한 내용은 Hardware입니다.

Software는 고객에게 제공되는 정보의 내용과 방법, 제도 등을 말하며
온라인 예약 시스템, 고객 관계 관리(CRM) 시스템, 피드백 및 설문 조사 플랫폼 등이 이에
속합니다.



정리하기

이번 시간에 배운 내용을 떠올리면서
주요 학습 내용을 다시 한번 정리해 보세요.

정리하기

1. 고객 접점의 중요성과 개념

고객의 개념

- **외부고객(External customers)**
: 제품을 생산하는 기업의 종사자가 아닌 사람들로 제품이나 서비스를 구매하는 고객
- **내부고객(Internal customers)**
: 제품 생산이나 서비스를 제공하는 종업원

고객의 기본 심리

- 환영 기대 심리, 우월 심리, 독점 심리, 모방 심리, 보상 심리
- 자기 본위적 심리 : 자신의 기준에서 설명을 듣고 자기 위주로 상황을 판단
- 존중 기대 심리 : 중요한 사람으로 기억되고 존중 받고 싶어 함

정리하기

1. 고객 접점의 중요성과 개념

고객 요구의 변화

- 의식의 **고급화** : 인적 서비스의 질을 중요하게 생각하고 합당한 서비스 요구
- 의식의 **존중화** : 존중과 인정의 욕구가 있으며 최고 우대를 요구
- 의식의 **복잡화** : 고객의 유형도 복잡화되고 불만 발생과 불만 형태도 다양
- 의식의 **대등화** : 서로 대등한 관계를 형성하려는 상황에서 갈등이 발생
- 의식의 **개인화** : 나만 특별한 고객이라고 생각

정리하기

2. 고객 접점의 중요성과 개념

고객 접점의 정의

Moment of Truth, MOT

- 고객이 서비스 또는 제품과 직접/간접적으로 접촉하는 순간

중요성

- 모든 순간의 고객 접점을 점검하고 최대한의 서비스를 제공하는 것이 필수적
- 고객과 기업 간의 서비스 접점에서 고객이 만족하고 감동하는 것은 경쟁이 치열한 의료 시장에서 살아남는 핵심 요소

정리하기

2. 고객 접점의 구성 요소

구분	Hardware(물리적 체험 요소)	Software(의료 시스템)	Humanware(인적 요소)
정의	고객이 보고 접하고 체험하는 하드웨어적 요소들	고객에게 제공되는 정보의 내용과 방법, 제도 등	고객 서비스를 제공하는 모든 직원 및 고객 경험에 영향을 미치는 모든 인적 자원
예시	매장, 사무실, 대기실, 컴퓨터, 가구, 데코레이션, 간판, 조명, 청소 상태 등	온라인 예약 시스템 고객 관계 관리(CRM) 시스템 피드백 및 설문 조사 플랫폼 콜 센터 관리 시스템 라이브 챗 및 메시징 플랫폼	의료진, 모든 접점의 직원들 태도: 서비스 마인드, 응대 태도, 전문성, 적극성, 친절한 설명
관리 방법	지속적인 유지보수, 청결 유지, 시각적 매력 개선, 안내 및 표지판 최적화, 기술적 혁신 채택, 안전성 보장	정기적인 업데이트와 유지보수 피드백 수집 및 반영 사용자 훈련 보안 강화 통합성 확보	훈련 및 개발 모니터링 및 평가 피드백 및 인센티브 제공 고객 중심 문화 조성 정서적 지능 강화 역할 모델링 커뮤니케이션 개선 직원 만족도 관리

3. 고객 접점 사이클 차트

정의

- 서비스 제공 과정 전반을 고객의 관점에서 조망하는 방법
- 이 사이클은 시계 모양의 원형 차트로 표현되며,
고객이 서비스를 처음 접하는 순간부터 서비스가 완료되는 시점 까지를 단계별로 나타냄
- 이를 통해 서비스 접점에서의 부족한 점을 고객의 입장에서 분석 가능

특징 및 목적

- 병원의 각 부서 직원들은 자신의 업무에 집중하는 경향이 있기 때문에,
고객이 서비스 전체 과정을 어떻게 경험하는지 전체적으로 파악하는 것이 중요
- 고객의 관점에서 서비스 프로세스를 설계하여 전체적인 서비스 관리를 목표로 함

정리하기

3. 고객 접점 사이클 차트

MOT 관리 과정

1. 전체 고객 경험의 파악
2. 중요 접점 식별
3. 서비스 개선 아이디어 개발
4. 서비스 방법의 구체화 및 교육
5. 고객 반응의 모니터링 및 개선

다음 차시에서는 **고객 접점 관리**에 대해
알아보는 시간을 갖도록 하겠습니다.

이것으로 이번 시간 학습을 마치겠습니다.
수고하셨습니다.

THANK YOU