



11.3 통합정보시스템, 패키지시스템

1. ERP
2. SCM
3. CRM

기업의 통합 관리를 위한 3대 시스템



ERP시스템의 등장배경

- 부서단위 개별 시스템과 데이터 관리
 - 시스템들 간에 정보의 흐름이 단절
 - 비즈니스 프로세스들의 부서간 단절
 - 경영관리자들은 기업의 전반적인 운영 현황을 한 눈에 알아보기 위해 필요한 데이터를 추출하기 어려움
- 상용화된 어플리케이션 패키지를 기업의 기간 시스템으로 사용

ERP시스템의 등장배경

■ 기업 시스템의 변천 과정

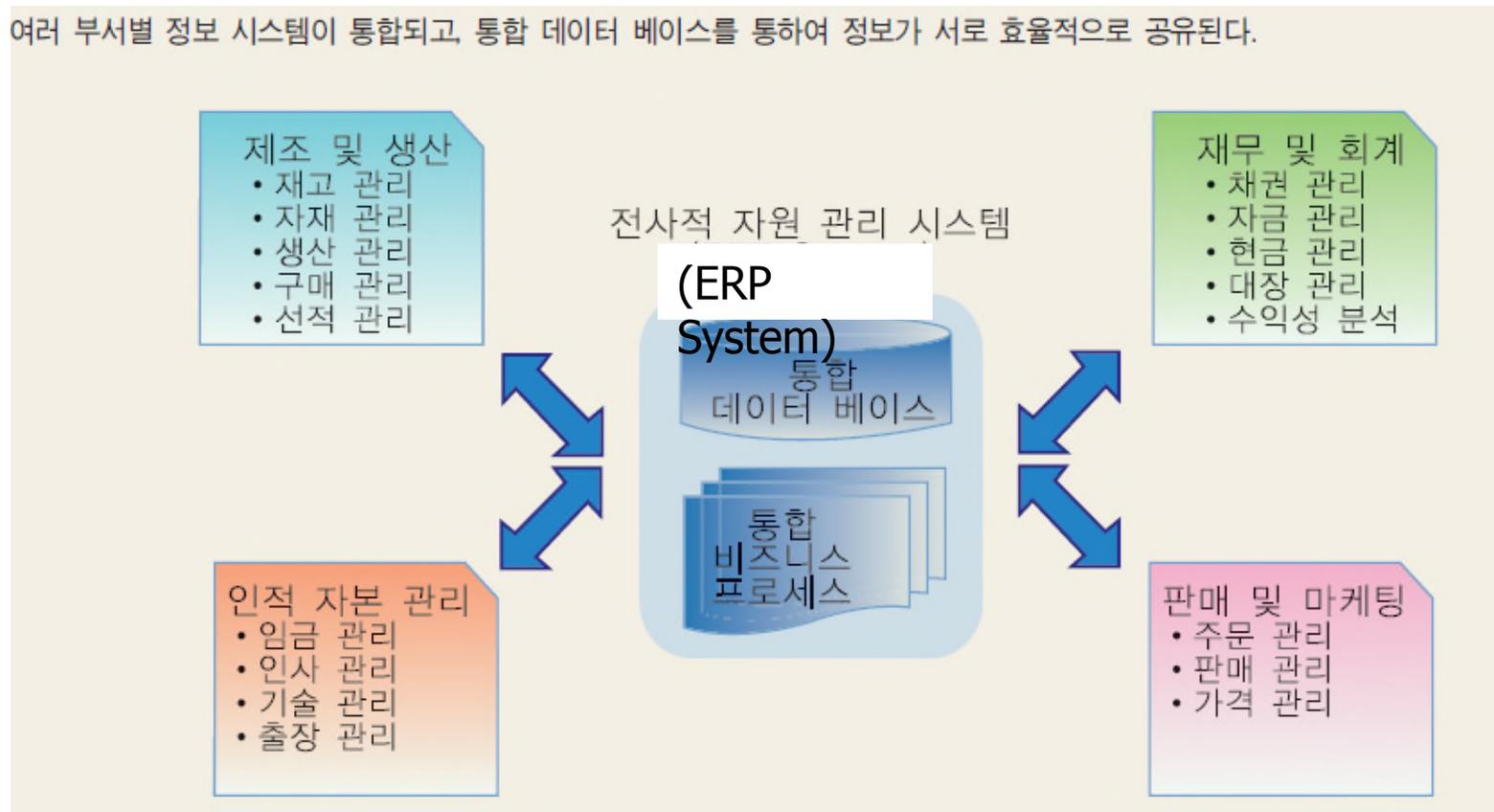
생산 활동에 초점을 맞춘 MRP 시스템이 점차 그 영역을 전사적으로 확대해 나가면서 ERP 시스템이 등장하였다.



ERP시스템의 기능

- 통합 비즈니스 프로세스
- 통합 데이터 베이스
- 업무 처리 매뉴얼과 표준 제공

여러 부서별 정보 시스템이 통합되고, 통합 데이터 베이스를 통하여 정보가 서로 효율적으로 공유된다.



ERP시스템의 특징

- **광역성**
 - 범용적으로 기업의 모든 업무에 적용
- **통합성**
 - 업무간 완벽한 통합을 추구하고 데이터 중복 배제
- **유연성**
 - 업종 고유의 요구사항을 고려한 맞춤화
- **개방성**
 - 다양한 하드웨어와 소프트웨어 플랫폼 지원
- **국제성**
 - 다양한 언어, 화폐, 조세 관련 사항 등 국가별 요구 사항 지원

ERP 시스템의 도입효과

■ 정보환경 구축

- 시스템 표준화를 통한 데이터의 일관성 유지
- 개방형 정보시스템 구성으로 자율성, 유연성 극대화
- 웹 기반 기술 등을 이용한 사용하기 쉬운 정보환경 제공
- 데이터의 중복 및 오류배제
- 필요정보의 공유

■ 경영성과

- 재고관리 능력의 향상
- 재무 및 회계, 인적 자본관리, 제조 및 생산, 판매 및 마케팅에 이르는 정보 흐름의 일원화
- 계획 생산체제의 구축 및 생산 실적 관리

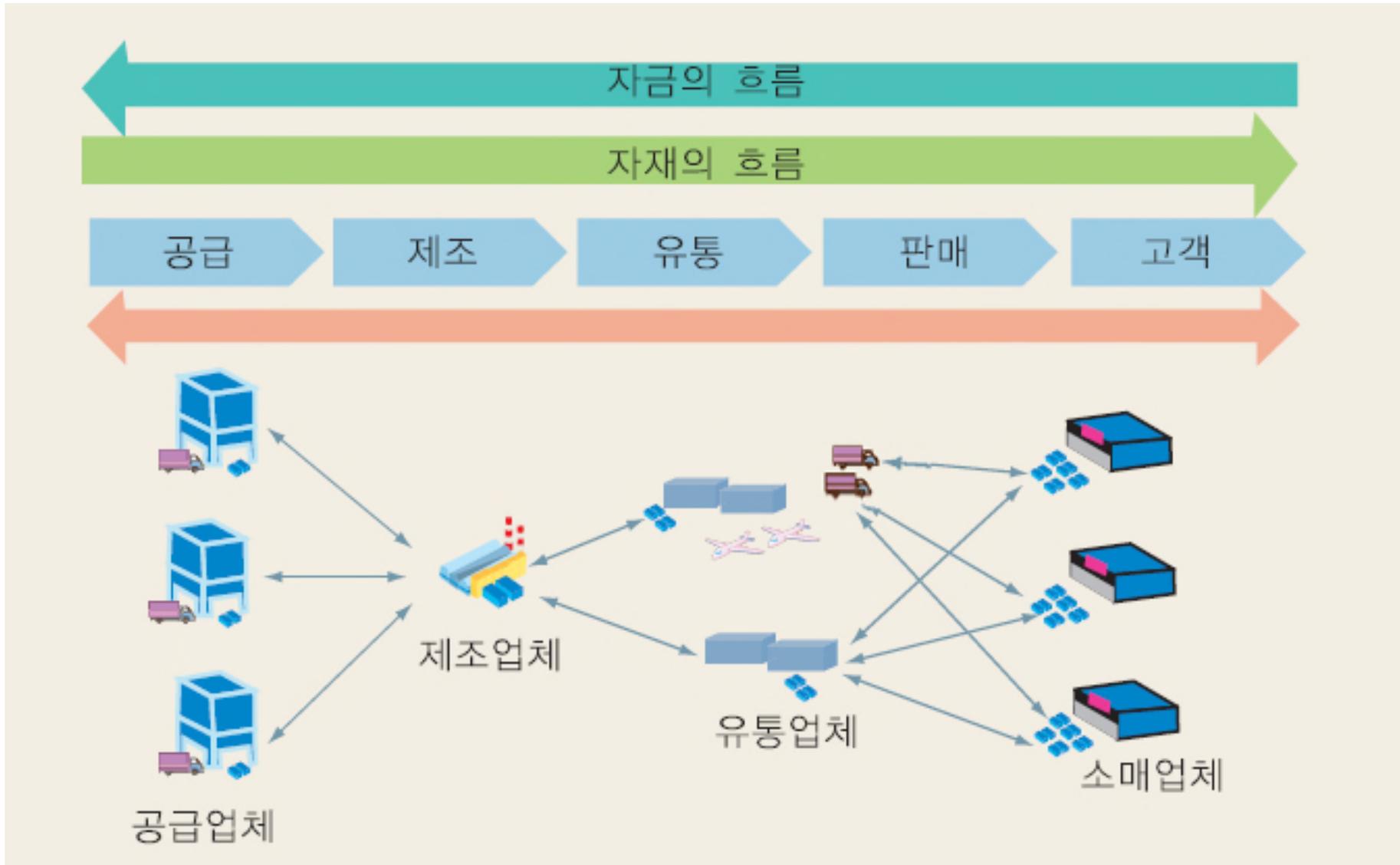
ERP 시스템의 도입 시 고려사항

- 과도한 맞춤 작업이 프로세스의 통합과 혁신을 방해
 - ERP시스템들은 수년간 축적된 경험을 바탕으로 기업의 최우수 사례를 기반으로 한 최적화 되고 표준화된 어플리케이션 패키지
 - 시스템의 변경은 최소화 하고, ERP시스템에 부합하도록 기업의 프로세스들을 재정비하고 기업 구성원의 변화 추구
 - 구축방법론에 의한 체계적인 프로젝트 진행
 - 지속적인 교육 및 만족도 평가를
- “성공적인 ERP시스템도입은, 시스템 구축으로 끝나는 것이 아니고, **기업 구성원** 모두가 혁신과 변화를 추구하여야 한다.”

SCM의 개념

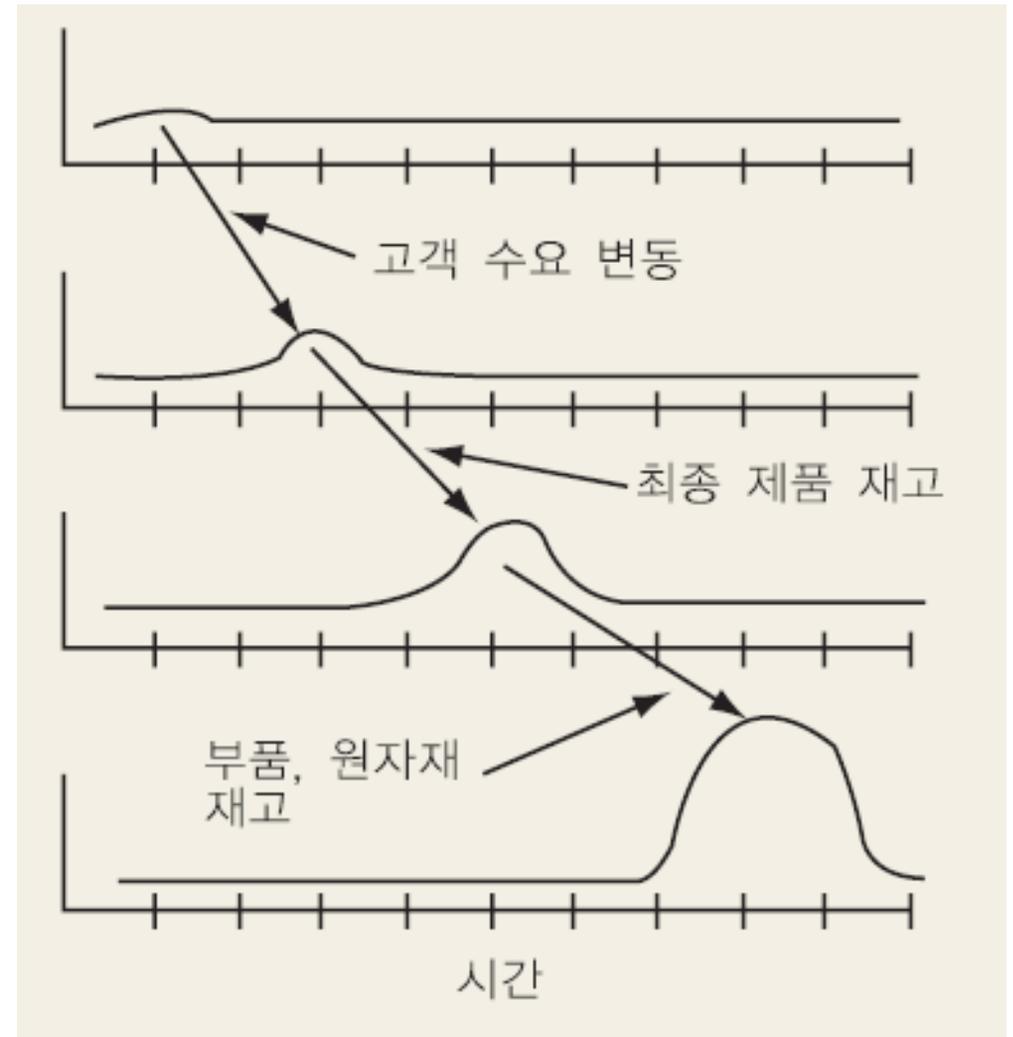
- 기업이 제품 생산을 위해 원재료 구입에서 고객에게 제품을 전달하기까지 공급망에서 일어나는 모든 행위들을 정보기술을 이용해서 관리
 - 재고를 최적화
 - 소요시간 감축
 - 양질의 제품과 서비스를 제공

SCM의 개념



정보와 SCM: 채찍 효과

- Bullwhip Effect
- 고객의 수요 변동은 공급망을 따라 위로 올라갈수록 변동폭이 확대
 - 수요와 재고의 불안정성이 확대
 - 정보지체, 배달 지체
- SCM 도입을 통해 대응
 - 공급망 구성원들 간에 정확한 정보 공유와 프로세스의 통합



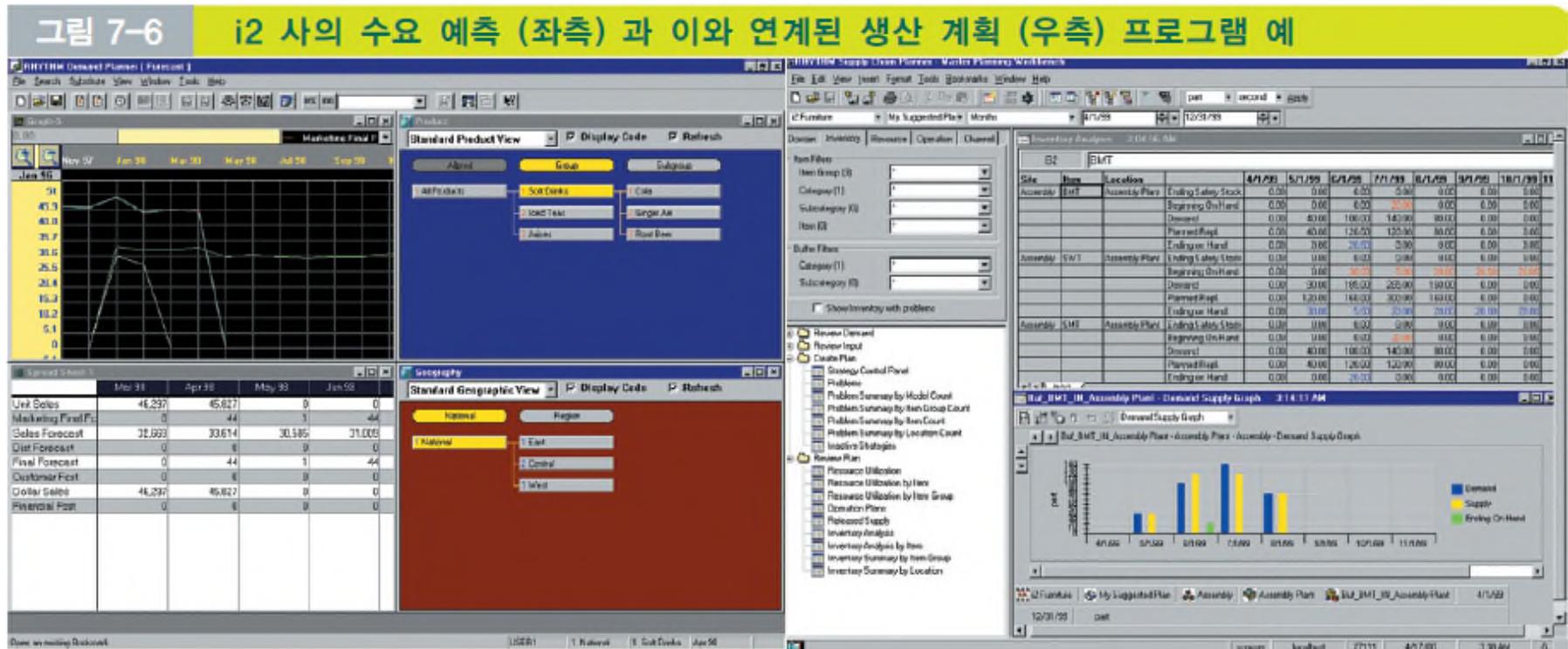
SCM의 기능

■ 공급망 계획 기능 (Supply Chain Planning)

- 고객 수요 예측
- 생산 및 조달 계획 수립
- 재고 수준 파악
- 주문 계획 수립
- 예측 보충 시스템 (CPFR, Collaborative Planning Forecasting & Replenishment), 공급사 재고 관리 (VMI, Vendor Managed Inventory) 등이 중요해짐

SCM의 기능

■ 공급망 계획 기능 (Supply Chain Planning)



SCM의 기능

거래선별 PSI관리 화면 (화면 예시, Distrimex)

Code	Model	판매 (당월)	판매 계획			비중	적정재고	현재재고	재고회전일수		Update 정보	
			7월	8월	9월				현재	목표	최종수정일	
A123	RV12-345	50	80	86	90	11%	40	55	22	15	2001-06-21	
B1123												
A124	RV12-323	45	70	80	90	8%	40	50	21	18	2001-06-21	
B1123												
A125	RV12-345	59	60	76	80	3%	50	70	20	15	2001-06-21	
B1123												

거래선에서 입력한 RV12-323 모델에 대한 3개월 판매계획

거래선과 협의한 적정재고 수준

거래선의 현재고 수준이 적정재고 수준 이하일때 사전에 협의된 물량을 자동으로 P/O 생성함

과제 정의 및 목적

□ 거래선의 PSI정보(거래선별, 월별, 모델별)를 자사의 Web을 통해 적정 재고 물량을 유지 관리하여 주는 Collaboration 체계 구축

- Dealer Support 를 통한 Dealer 만족도 증대
- Dealer 경쟁력 확보를 통한 M/S 확대
- 법인 Forecasting 정확도 제고
- 제품 주문 Lead Time 감소에 따른 Biz speed 증대
- 재고 회전을 증대에 따른 Cash Flow 증대
- 재고 부족에 따른 판매 실기 방지
- 판매정보 및 물류의 신속한 교류

SCM의 기능

- **공급망 실행 기능 (Supply Chain Execution)**
 - 실제 원료나 제품의 이동과 흐름을 제어
 - 주문한 제품의 상태 파악
 - 제품의 반환과 관련된 역 배송 관리
 - 바코드, RFID등을 사용한 물류 실행 업무의 효율화가 중요시

SCM의 기능

■ 공급망 가시성 기능 (Supply Chain Visibility)

- 공급망 모니터링
- 공급망 전반에 걸친 비용, 성과 및 서비스 측면에서 현재 운영 상태의 이상 유무 파악
- 개선 사항 도출, 사전 예방 기능 제공
- 모니터링 대상
 - ✓ 주문 이행 성공률, 제품 납기 소요 시간, 생산 주기 등

SCM의 도입 효과

■ 물류 비용 감소

- 수송 배송 역량 증가
- 수요 예측의 정확성 향상과 정보의 공유를 통한 재고의 감소
- 작업 지연 시간 단축

■ 고객 만족도 향상

- 철저한 납기관리와 영업 관리
- 고객 주문 처리 시간 축소

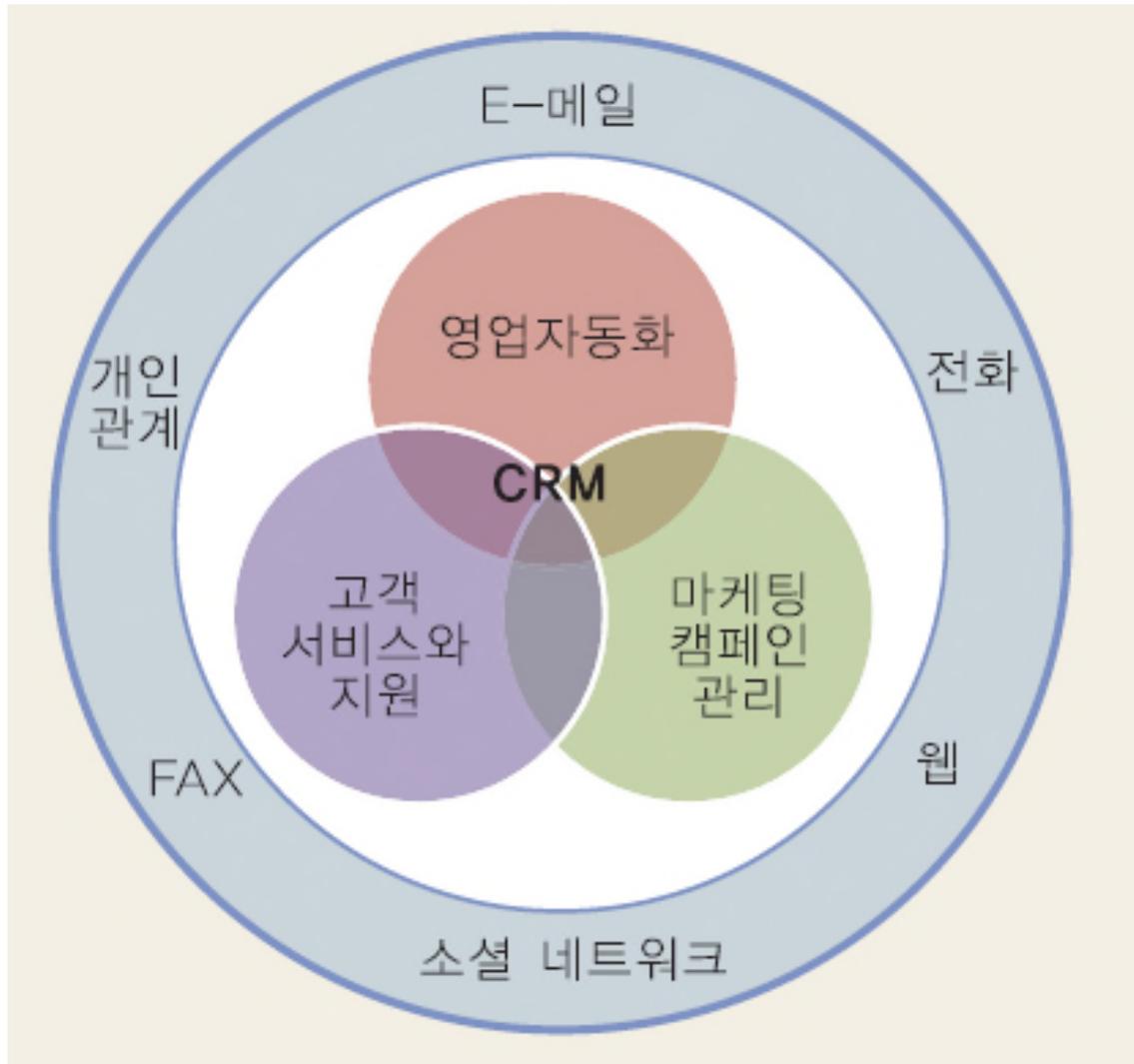
■ 자금 흐름의 효율성 향상

- 업무의 표준화를 통한 업무 단축
- 제품 납기, 수주 처리 시간단축

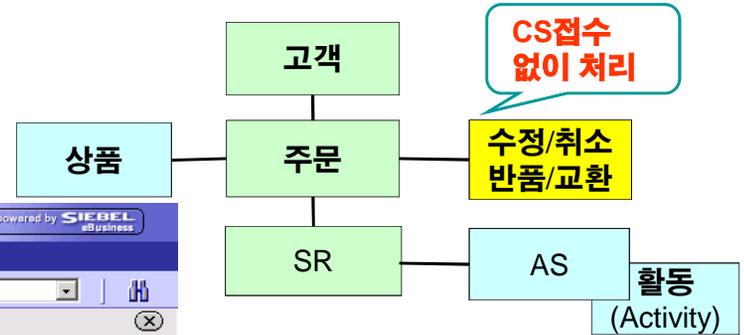
CRM의 개념

- 수익성 높은 고객과의 관계를 창출하고 지원함으로써 매출을 최적화하고 고객기반을 확충하는 전략
- 고객 관련 데이터
 - 하나의 데이터 베이스에 통합 분석
 - 결과를 다양한 고객 접점에 배분
 - 기업이 고객과 상호 작용하는데 활용
- 신규 고객 1명을 확보하는데 들어가는 비용은 기존 고객 1명을 유지하는데 들어가는 비용의 6배 내지 10배
 - “한번 고객은 평생고객”

CRM 의 기능



CRM 의 기능



파일(F) 편집(E) 보기(V) 도움말(H) powered by SIEBEL eBusiness

홈 사업자고객 활동 개인고객 자산 주문 서비스 요청 상품 솔루션 매금결제 방송

표시: [] 이력: [] 쿼리: * 전체 개인 고객

고객명: 이창주 주민등록번호: 640304-1683614 자택전화번호: 054-284-3552

고객등급: GOLD 성별: 남 이동: []

고객정보

성명	고객번호	고객등급	주민등록번호	자택 전화번호	기타 전화번호	우편번호	시(도)/동	상세주소	비고
이창주	8546948	GOLD	640304-1683614	054-281-3552	019-425-2557	150-096	경북 포항시 남구	415-7	

←고객정보

고객특이사항 고객상세정보 지불수단정보 주문이력 서비스 요청 신용카드결제이력 환불이력 무통장거래이력 자산 경품당첨이력

신규주문 (쿼리) (반품) 1-2 중 2

라인 번호	상품명	상품코드	퀵리스트일	현황	배송 형태	기능 무이자 할부	표준 가격	최종 판매가격	주문 수량
1	18K로즈2ct 천연루	750506		수송 중		12	\$699,000.00	\$699,000.00	1
2	탑클래스 다이아 반	742990		입금확인		12	\$399,000.00	\$399,000.00	1

←주문이력

서비스 요청

신규 (쿼리) 1-2 중 2

신규	서비스 요청 번호	연락처	출발유형	고객명	전화 번호	금융사	서비스 등록일	승인유형
*	1-108311	미결	배송문의	이창주		PBOOHER	2002-06-02 11:08:	SADMIN
*	1-108301	미결	입금확인 대기	이창주		CRMSVR2	2002-06-02 11:07:	SADMIN

←SR이력

CRM 의 기능

■ 영업 자동화 (Sales force automation: SFA)

- 통합 고객 거래 정보 조회
- 영업 기획 관리
- 영업 활동 관리
- 목표 및 실적 관리
- 영업 보고서 관리



CRM 의 기능

■ 고객 서비스와 지원

- 원스탑 고객 정보 지원
- 효율적인 콜 관리 시스템
- 다양한 고객 접점 채널의 통합

CRM 의 기능

■ 마케팅 캠페인 관리

- 고객 정보 데이터 웨어하우스
- 고객군 선택을 위한 데이터 마이닝
- 다양한 캠페인 시뮬레이션

CRM 의 도입효과

■ 신규 고객 확보

- 효율적인 목표 마케팅
- 직접 마케팅의 응답률 향상
- 교차 판매 및 상향 판매 확대

■ 기존 고객 충성도 및 유지도 증대

- 우량 고객 이탈 방지
- 고객의 집중 관리
- 재판매 등을 통한 고객가치의 증대

CRM 의 도입효과

■ 비용절감

- 자동화를 통한 비용 절감
- 적절한 고객 군 수립을 통한 직접 마케팅 및 미디어 비용 절감
- 영업 프로세스의 표준화 및 간소화
- 고객의 미래 요구를 충족시킬 수 있는 제품의 설계 및 제공을 위한 개발 자원의 동적 할당

■ “콜 센터는 90%가 **사람**이고 10%만이 프로세스와 시스템이다”