

AI로 진화하는 금융권 컨택센터

이슈N뉴스

금융IT 분야에서 이슈가 되고 있는 뉴스들을 살펴봅니다.



글. 황치규(디지털투데이 팀장)

빅테크 상대할 고객 서비스 역량 갖춰라

코로나19로 비대면 서비스에 대한 활용이 급증함에 따라 금융권에서도 디지털 역량 강화는 피할 수도, 거부할 수도 없는 숙제가 됐다. 디지털 파워를 앞세운 빅테크 기업들이 소비자 금융 시장에 파상공세를 퍼붓고 있고 미래 핵심 고객인 젊은층은 오프라인 점포보다는 온라인을 선호하는 상황에서 경쟁력 있는 디지털 경험을 제공하는 것은 이제 금융 회사들에게 생존의 문제로 떠올랐다. 연초부터 금융회사 CEO들이 앞다퉀 디지털 전환을 강조하고 또 강조하는 것도 이 때문일 것이다.

금융권 디지털 혁신은 이미 다양한 분야에서 진행되고 있다. 대면으로만 가능했던 많은 서비스들이 디지털 환경으로 넘어오는 것은 물론 디지털에서만 가능한, 이른바 디지털 온니(Only)형 서비스들도 등장하고 있다.

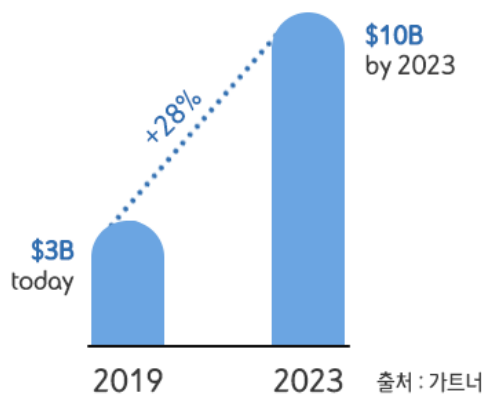
최근에는 고객 서비스와 마케팅에 최전선이라고 할 수 있는 컨택센터(콜센터)도 디지털 혁신 바람이 거세다. 특히 인공지능(AI) 기술을 활용해 기존 컨택센터보다 효율성은 끌어올리고 서비스 품질은 높이려는 금융회사들 행보에 눈에 띈다.

왜 AI 컨택센터인가?

2020년초 확산된 코로나19를 계기로 금융권에서 AI 컨택센터(AI Contact center, AICC)에 대한 관심이 더욱 높아졌다. 현장 직원들 중심으로 운영되는 기존 컨택센터로는 급증하는 비대면 금융 서비스 수요를 감당하기 어렵게 되면서 여러 금융 회사들이 AI를 활용한 컨택센터 혁신으로 눈을 돌렸다. 무턱대고 사람만 늘리기도 쉽지 않았던 만큼, 금융사들은 기술 투자로 서비스 품질을 끌어올리는데 초점을 맞췄다.

큰 문제 없이 돌아간다는 전제가 깔려 있지만 AI 기반 컨택센터를 통해 금융 회사들은 기본적인 상담은 AI로 커버하고 현장 인력들은 차별화로 연결할 수 있는 고품질 서비스에 투입할 수 있다. 통상적인 업무 시간 외에도 상담 서비스가 가능하다. 이 같은 이유로 현재 여러 금융 회사들이 AICC 환경을 이미 도입했거나 도입을 검토 중인 것으로 전해진다. 도입을 한 곳들도 품질 강화를 위해 서비스 고도화에 속도를 내는 모습이다.

클라우드 기반 컨택센터(CcaaS) 시장규모 전망



AICC 도입한 금융사 중 외부에 많이 알려진 사례는 신한은행 프로젝트다. 신한은행은 2019년 AICC 프로젝트를 시작했고 2020년 5월부터 AI 상담사인 ‘솔리’를 컨택센터에서 활용하고 있다. 신한은행 AICC는 크게 1차, 2차 프로젝트로 나뉜다. 1차는 아웃바운드, 2차는 인바운드 상담 고도화

에 초점이 맞춰져 있다.

신한은행은 AICC 구축을 통해 인바운드, 아웃바운드 금융업무 처리를 위한 음성봇을 적용했고, 1차 프로젝트 이후 95% 이상 아웃바운드 컨택센터 업무를 AI로 처리하고 있다. 2차 프로젝트와 관련해선 인바운드 상담 업무에서 AI 비중을 끌어올리는데 주력해왔다.

신한은행 AICC에 인프라를 제공한 네이버에 따르면 지난해 9월 기준으로 신한은행은 컨택센터 일 평균 처리량인 4~8만 콜 중 약 50%를 AI가 커버한다. 전체 콜에서 약 25%가량이 상담사 연결 없이 AI가 자체적으로 해결할 수 있는 역량을 갖췄다. 매끄럽게 이용할 수 있다는 전제 아래 AICC를 통해 소비자들은 컨택센터 연결 시 대기시간을 크게 줄일 수 있다. 신한은행의 경우 대기시간이 기존 27초에서 6초로 단축됐다. 신한은행 관계사인 신한카드도 AICC 활용에 적극적이다. 2020년 말 AI 컨택센터를 오픈한 신한카드는 아웃바운드 시작으로 인바운드 상담으로 솔루션 적용을 확대해 나가고 있다.

KB금융그룹의 행보도 눈길을 끈다. KB금융그룹은 은행·증권·카드·보험 등 8개 계열사 컨택센터를 클라우드와 AI 기반 환경으로 통합하는 프로젝트에 본격적인 시동을 걸었다. 이를 통해 KB금융그룹은 고객 상담 업무 효율성, 개인화 역량을 강화해 컨택센터를 향후 성장에도 도움이 되는 마케팅 채널로 발전시켜 나간다는 전략이다.

코로나19 상황으로 디지털 트랜스포메이션이 확산되면서 메타버스, 인공지능(AI) 등을 적용하며 비대면 채널을 강화하기 위한 금융권 행보가 빨라지고 있다. 금융권 컨택센터(콜센터)를 중심으로 인공지능을 활용한 '콜봇'에 대한 관심도 커졌다.

관련 업계에 따르면 인공지능 활용으로 비대면화 및 자동화 업무가 확대되면서 금융권에서 챗봇을 넘어 콜봇을 사용하는 사례도 늘고 있다. 챗봇의 경우 고객과 채팅이 주요 기능이라면 콜봇은 고객 음성을 듣고, 음성으로 답해주는데 초점이 맞춰져 있다.

NH농협은행은 지난 2018년 문자를 입력해야 했던 챗봇을 넘어 음성으로 금융상담이 가능한 'AI 콜봇' 서비스를 도입했다. 챗봇의 경우 고객과 채팅이 주요 기능이라면 콜봇은 고객 음성을 듣고, 음성으로 답해주는데 초점이 맞춰져 있다. AI콜봇과 상담하다가 필요 시 전담 상담사와도 상담을 이어나갈 수 있도록 시스템을 구현했다.

한국투자증권도 콜봇을 도입했다. 한국투자증권 콜봇은 직원을 대신해 대출 및 상품 판매 적정성 등에 대해 해피콜을 수행한다. 고객은 영업시간 외에 원하는 시간대에 전화할 수 있다.

동양생명도 지난해 11월 통상적인 컨택센터 운영 시간 종료 후에도 고객 대상 상담 서비스를 제공하기 위해 AICC를 도입했다. 동양생명 AI 컨택센터는 고객들 상담 문의에 AI를 통한 응대를 제공한다.

구체적으로 ▲적립금이나 수익률과 같이 퇴직연금 관련, 고객들이 빈번하게 문의하는 단순·반복적 질문에 대한 자동화 ▲표준 스크립트를 기반으로 신계약 체결 건에 대한 완전 판매 모니터링 ▲납입 기한 통보 또는 서류 보완 안내 등과 같은 고객 안내성·통지성 업무의 자동화 서비스 등이 가능하다.

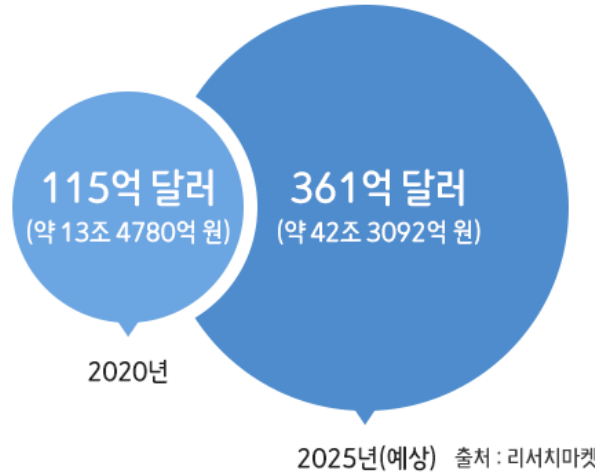
DB손해보험도 지난해 4월 AI 기반으로 완전판매 모니터링과 통화품질 모니터링을 지원하는 ‘스마트컨택센터’ 서비스를 오픈했다. 완전판매 모니터링은 고객이 보험을 가입할 때 상품 설명을 충분히 듣고 약관이나 청약서 등 주요 서류를 받았는지 확인하는 서비스다. 그동안 상담사들이 전화를 하거나 문자(알림톡) 등으로 진행됐는데, 스마트컨택센터는 피보험자뿐 아니라 계약자를 상대로 AI 로보텔러가 모니터링 콜을 진행한다는 게 회사측 설명이다.

AICC는 컨택센터 업무를 사람이 아니라 AI가 처리하는 것이 골자다. 하지만 아직까지 AI가 사람을 대체하는 수준은 아니다. 단순 문의나 반복 업무는 AI가 처리하고 사람들은 맞춤형 상담이나 좀더 부가가치가 있는 일에 집중하는 역할 분담에 초점이 맞춰져 있다. 업계 한 관계자는 “일반적인 전화 업무를 AI가 대신 수행함으로써 기존 상담 인력은 더 전문적이고 복잡한 문의에 집중할 수 있게 되어, 고객 응대의 전반적인 품질과 만족도가 향상된다”면서, “앞으로도 AI 기술 고도화와 비즈니스 상용화를 통해, AI 솔루션 비즈니스를 본격화해 나갈 것이다”고 말했다.

클라우드와 융합되는 AICC, 빅테크 격전지로

컨택센터 역량 강화를 위해 금융권이 적극 나서면서 컨택센터 솔루션을 파는 IT업체들 간 경쟁도 고조되는 양상이다. 컨택센터 솔루션 시장은 그동안 이 분야 전문 회사들이 주도해왔지만 최근 판세는 많이 달라졌다. 클라우드, AI와의 융합이 빨라지면서 언제부터인가 컨택센터 솔루션 시장은 거물급 회사들이 레이스를 펼치는 격전지로 부상했다.

글로벌 AI컨택센터 시장 규모



아마존웹서비스(AWS) 같은 글로벌 테크 기업들은 물론 SK텔레콤, KT같은 대형 통신사, 네이버, 카카오로 대표되는 대형 인터넷 업체들, 삼성SDS 같은 유력 IT서비스 업체들이 모두 차세대 컨택센터 시장에 뛰어 들었다. 다양한 출신 성분의 회사들이 저마다의 주특기를 앞세워 시장 공략에 나선 상황이다.

네이버는 자회사 네이버클라우드 글로벌 AI 콜 서비스를 통해 일찌감치 AICC 시장을 노크해왔다. 회사측에 따르면 글로벌 AI콜은 전화상담사 기본업무를 지원하고 AI기술 기반 고객 감정분석, 문서 요약, 상담 내 키워드 추출 기능을 제공하는 AICC 서비스다. 실제 네이버 고객센터에도 적용돼 있다. 네이버클라우드는 2020년 11월 말 글로벌 AI콜과 최신 STT(Speech to Text) 기술이 적용된 상품 ‘글로벌 스피치’를 출시해 두 기술의 연동으로 고품질 AICC 환경을 구축할 수 있게 했다. 네이버는 향후 자체개발한 초대규모 AI ‘하이퍼글로벌’이 적용되면 보다 정확한 업무 처리가 가능한 AICC를 구축할 수 있다는 입장이다.

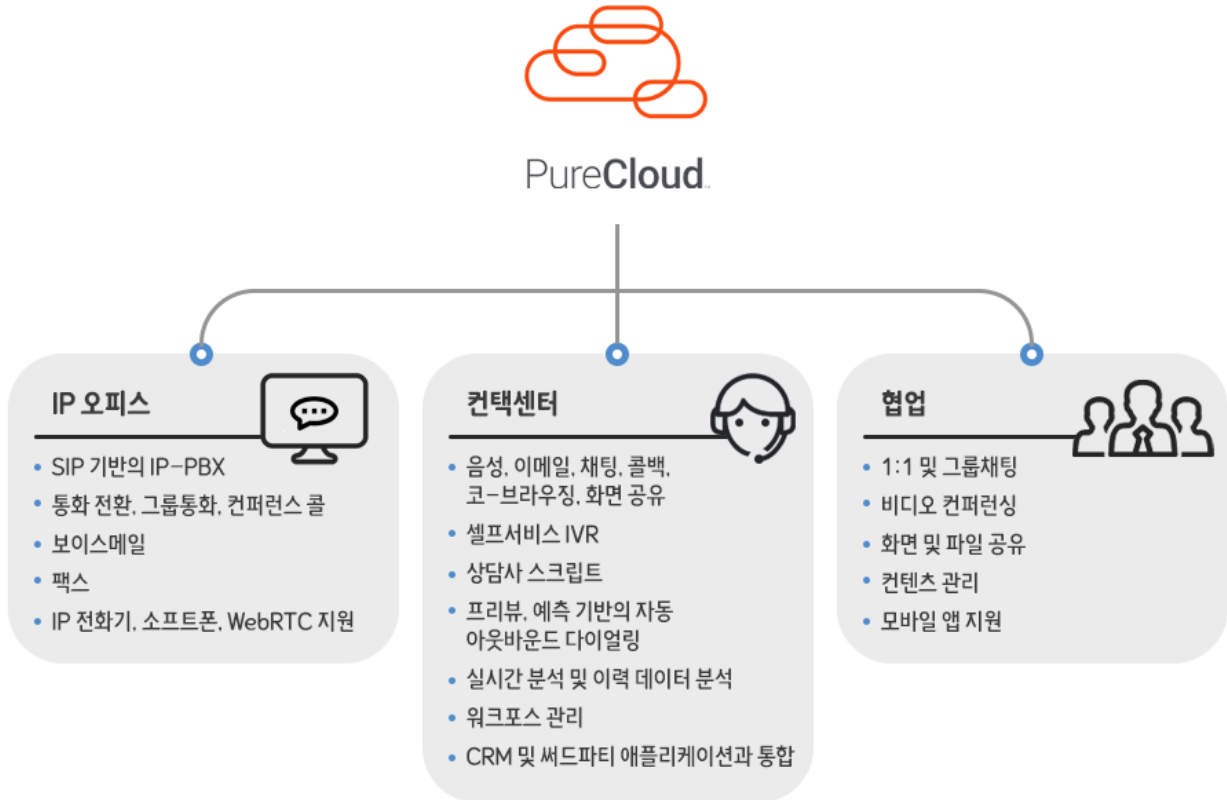
카카오는 B2B 부문 자회사인 카카오 엔터프라이즈를 통해 카카오톡 채널, 챗봇 등을 결합한 AI 기반 고객 응대 플랫폼인 ‘카카오 i 커넥트 톡’을 앞세워 공공과 금융, 민간 기업 시장 공략에 속도를 내고 있다. 카카오의 경우 국민 메신저 소리를 듣는 카카오톡이라는 친숙한 사용자 인터페이스(UI)를 기업용 컨택센터 사업에 적극 활용하고 있다는 점이 눈에 띈다.

지난해 6월에는 콜센터 아웃소싱 기업인 유베이스와 손잡고 인공지능(AI) 고객 상담센터를 구축하기로 한데 이어 9월에는 세종특별자치시청, 제주특별자치도청, 제주시청과 각각 카카오톡 채널, 챗봇 등을 결합한 AI 기반 고객 응대 플랫폼인 ‘카카오 i 커넥트 톡’ 도입 계약을 맺었다.

통신사들 행보도 빨라지고 있다. SKT는 ‘5GX 클라우드마켓플레이스’에서 두 가지 AICC 솔루션 클라우드 기반 소프트웨어 방식으로 제공한다. 하나는 AWS와 협력에 기반한 AWS 기반

AICC(‘AWS Based AICC)고 다른 하나는 지난해 6월 컨택센터 솔루션 전문 업체 ‘제네시스(Genesys)’와 협력해 출시한 제네시스 기반 AICC(Genesys Based AICC)이다.

제네시스 퓨어클라우드 플랫폼 구성



이들 솔루션은 AWS 클라우드 컨택센터 서비스인 아마존 커넥트와 SK텔레콤 AI 기술에 기반한 음성인식(STT)과 음성합성(TTS), 챗봇 등이 버무려져 있다. STT 기술은 상담내용을 텍스트로 자동 변환할 수 있고 TTS 기술은 사람이 직접 응대하는 것처럼 자연스러운 음성 안내를 지원한다.

고객상담 데이터가 축적되면 키워드 분석으로 중요한 요청사항을 파악하고, AI 챗봇은 고객 단순문의 응대를 담당해 상담사가 고객 문제 해결에 더 집중할 수 있게 만들 수 있다는 게 회사측 설명이다.

KT도 AICC 사업을 위해 제네시스와 협력한다. STT, 개인화 TTS(P-TTS), 보이스봇 등이 포함된 AICC 솔루션을 제네시스 클라우드 컨택센터 플랫폼과 통합해 제공한다는 전략이다. 이외에도 KT는 AICC에 STT, P-TTS, 챗봇 뿐 아니라 신원확인 절차를 줄여 주는 AI 목소리인증과 상담원을 보조하는 AI 지식관리시스템(KMS) 등 기업들이 고객 대응 업무 효율을 끌어올릴 수 있는 부가 솔루션들도 강화해 나가고 있다.

KT는 프랜차이즈형 AICC도 전진배치했다. KT 프랜차이즈 AICC는 예약·취소, 영업시간·위치 안내







등을 AI가 처리한 후 매장 관리자와 이용자에게 처리상황을 실시간으로 안내해주는 AI 보이스봇 서비스다. 매드포갈릭 봉은사 아이파크타워점에 상용화했는데 고객문의의 약 70%를 AI 가상상담사가 처리 중이며, 95% 이상 응대성공률을 보이고 있다고 KT는 전했다.

보험 상담 업무도 달라졌다. 보험설계사가 전화로 보험을 모집(TM)할 때 표준 스크립트를 모두 직접 낭독해야했던 기존 방식에서 TTS 기술* 기반의 AI 음성봇 활용으로 전환 중이다. 부정확한 발음, 형식적 설명 등 기존 방식의 단점을 해소하고, 설계사는 고객의 질문이나 추가 설명 요청에만 집중할 수 있도록 모집 절차를 개선했다.

이처럼 자본시장·보험·카드사 등 업권을 불문하고 AI 클라우드 콜봇에 대한 문의가 급증하고 있다. AI 기반 클라우드 콜센터는 클라우드를 기반으로 AI 고객센터를 구축할 수 있는 서비스형 소프트웨어(SaaS)솔루션으로 챗봇, 음성인식, 음성합성 등 다양한 AI 기술을 결합해 포괄적인 고객 콜센터 업무지원이 가능하다. 코스콤과 네이버클라우드 함께 선보인 AI 콜봇은 공동사업으로 운영하는 금융 전용 클라우드존에서도 서비스가 제공되므로 금융당국이 요구하는 까다로운 규제를 충족해야 하는 금융기관들이 안심하고 사용할 수 있다.

과거 기계음 형태의 스크립트를 읽어 주는 형태가 아닌 AI 기반의 자연스러운 음성 합성과 인식 기술을 활용하고, 네이버의 방대한 데이터를 활용해 한국어에 특화된 탁월한 음성인식과 텍스트 변환 역량으로 해외 타 업체들과의 경쟁에서 우위를 차지하고 있다.

AI컨택센터 도입 현황

업계	업체	사례
통신		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 AI '누구'가 고객센터 전화 응대 • 세계 컨택센터 1위 사업자와 손잡고 기업용 서비스 출시
		<ul style="list-style-type: none"> • AI컨택센터 전담 부서 신설 • 자사 AI 지니 활용해 24시간 고객센터 운영
		<ul style="list-style-type: none"> • LG CNS와 AI컨택센터 사업 공동 진출
IT		<ul style="list-style-type: none"> • 신한은행에 자사 AI 클로바 도입해 전화 상담 25% 대체
		<ul style="list-style-type: none"> • 현대백화점에 추석 상품 배송 확인 전화용 음성봇 공급
		<ul style="list-style-type: none"> • DB손해보험에 AI컨택센터 도입해 보험 상품 설명 통화 하루 2,500건 자동화

세계 최대 퍼블릭 클라우드 서비스인 AWS도 아마존 커넥트를 앞세워 국내 컨택센터 시장 공략에 본격적인 시동을 걸었다. AWS에 따르면 아마존 커넥트는 기업들이 기존 고객센터 시스템보다 합리적인 비용으로 음성, 채팅 및 작업 전반에 걸쳐 고객 서비스를 제공할 수 있도록 지원한다. 현재 국내 기업인 LG전자와 SK텔레콤을 포함해 전세계 많은 기업 고객이 하루 1000만 건 이상 고객센터 문의 처리를 위해 아마존 커넥트 솔루션을 활용하고 있다.

AWS는 고객 경험은 모든 비즈니스에 중대한 요소이지만, 기존 고객센터 기술은 비용이 많이 소요되고, 사용하기 어려우며, 대고객 서비스 수준에서 지속적인 개선을 가능케 하는 기본적인 머신러닝(ML) 기능을 지원하지 않는다는 단점이 있었다고 지적한다.

코로나19 상황 속에 고객센터 관리자 다수는 상담원 재택 근무를 간편하게 도입하거나, 고객 수요와 변화하는 요구 사항을 충족할 수 있도록 시스템을 확장하는 것이 어려웠다는게 AWS 설명이다.

반면 아마존 커넥트는 사용이 간편한 것은 물론, 문의량 변화에 따라 자유로운 시스템 확장 및 축소가 가능하다. 미리 탑재된 ML 및 인공지능(AI) 기능을 기반으로 상담원이 시간을 절약할 수 있도록 돕고 보다 개인화된 고객 서비스를 제공한다. 상담원이 고객과 실제로 소통하는 시간에 대해서만 기업에 비용을 청구하기 때문에 비용 효율적이라고 AWS는 강조했다.

AWS는 아마존 커넥트와 같은 서비스 지원을 위해 음성 텍스트 변환(STT) 서비스인 아마존 폴리(Amazon Polly) 한국어 여성 ‘서연(Seoyeon)’ 음성을 출시하고 대화형 음성 응답(IVR) 시스템과 같은 애플리케이션과 셀프 서비스 챗봇을 위한 대화형 인터페이스 구축 서비스인 아마존 렉스(Amazon Lex) 한국어 지원도 발표했다.

AWS는 기업이 고객 대화시 감정과 맥락을 보다 잘 이해함으로써 기업 및 제품에 대한 주요 피드백을 식별할 수 있도록 돕는 기능인 아마존 커넥트용 콘택트 렌즈(Contact Lens for Amazon Connect)도 한국어로 출시했다. 아마존 커넥트는 국내 기업에서 해외 진출에 현지에서 컨택센터 서비스를 제공할 때도 대안이 될 수 있다.

일본에서 사업을 진행 중인 모 업체 한 관계자는 “AWS 커넥트를 통해 고객 지원을 하고 있고, 배송은 외부 전문 업체들과 손을 잡았다”면서 “2019년 시작한 일본 사업은 1~2년간 300% 이상 성장하고 있다. 일본 외에 아시아와 오세아니아 지역으로 확장하는 것도 검토하고 있다”고 말했다.

리스크 관리, 금융사기(Fraud Detection) 방지, 개인화 서비스 등 데이터 분석에 대량의 데이터를 실시간으로 분석해야 하는 금융회사의 니즈가 증가하면서, 규모의 확장성과 민첩성을 제공할 수 있는 클라우드 기반의 데이터 분석이 새로운 기준으로 자리 매김할 전망이다. 클라우드 기반의 데이터 분석 플랫폼은 실시간으로 데이터를 분석하며, 다양한 신기술을 접목해 혁신적인 비즈니스 전략을

수립하고, 민첩하게 수행할 수 있도록 한다. 나아가 데이터 활용을 극대화하고, 시장 대응력을 강화해나갈 수 있도록 도와준다.

클라우드와 AI 기술을 통해 기업들이 개인화된 컨택센터를 효율적인 비용으로 운영할 수 있는 솔루션은 앞으로도 계속 진화할 것이다. 사람과 AI의 역할 분담을 통해 고객 서비스 품질을 극대화하고 새로운 사업 기회를 발굴하기 위한 금융 회사들의 노력도 계속될 것이다. 이런 가운데 디지털 컨택센터 역량에서 차별화를 꾀할 수 있는 기업들은 소비자와의 접점을 확대, 성장을 위한 의미 있는 발판을 마련할 수 있을 것이다.

* TTS(Text To Speech) 기술: 문서화된 표준 스크립트를 음성으로 변환하여 음성봇 등이 자동으로 소비자가 원하는 속도에 맞춰 설명하는 디지털 기술