

Workday가 고객에게 제공하는
새로운 차원의 소유 경험

진화하는 선택 기준: 현명한 ERP 벤더 선택

ERP 온-프레미스 소프트웨어의 초창기에는 소유의 개념이 단순했습니다. 고객이 소프트웨어를 구매하면 이 소프트웨어는 고객의 소유가 되고 IT 팀에서 설치하고 관리했습니다. 기업들이 온-프레미스에서 클라우드로 이전하기 시작하면서 소유의 개념은 더 복잡해졌습니다. 제품의 구매에서 끝나는 것이 아니라, 적어도 몇 년간 함께할 업체를 선택하여 장기적인 관계를 발전시키는 데 투자하게 된 것입니다.

ERP 벤더를 선택할 때는 귀사의 단기 목표와 장기 비전을 고려하고 귀사의 가치 및 전략에 부합하는 벤더를 선택해야 합니다. 귀사가 장기적으로 성장하는 데 필요한 서비스를 제공할 곳은 어디일까요? 이 벤더들은 성능, 가동 시간, 사용 편의성, 지원, 장기적 가치의 기준에서 측정 가능한 품질을 갖춘 최상의 "소유" 경험을 제공할 수 있을까요?

Workday는 이 질문들을 다른 누구도 아닌 Workday가 해결해야 할 과제로 여깁니다.

“ 우리의 목표는 고객에게 항상 더 나은 기능과 지속적인 가치를 제공할 제품과 서비스를 만드는 것입니다. 이 원칙은 Workday의 기술 및 지원 그리고 고객 소유 경험의 전 범위에서 더욱 분명해집니다. ”

소유: 고객의 해결 과제



낡은 기술은 소유하는 데 큰 비용이 들며, 과거의 문제를 해결하기 위해 설계되었습니다.



지금까지 기존 벤더와의 관계는 제품 중심이고 사실상 거래 관계에 머무릅니다.



솔루션을 추가할 때마다 별도의 유지관리 및 지원팀이 필요합니다.



버전 또는 패치가 서로 달라 다른 고객이나 벤더와 협업할 수 없습니다.



클라우드 모델의 균형있는 소유와 책임

전화기를 떠올려보십시오. 이제 전화기는 서비스가 아니라 점점 구식이 되어 언젠가는 교체될 하드웨어입니다. 고객은 서비스와 기능이 계속 향상되리라 기대하면서 정기적으로 앱과 소프트웨어를 업그레이드합니다.

ERP 벤더도 마찬가지입니다.

서비스 제공업체와의 관계는 10년 넘게 유지되는 경우가 많으므로, 처음부터 올바른 선택을 하는 것이 중요합니다. 여러 선택 기준을 평가할 때 귀사가 기대하는 경험을 제공할 기술인지 따져봐야 합니다.

ERP 벤더에게 아래와 같이 질문해 보십시오.

1. 혁신에 대한 실적이 있는가?
2. 향상된 기능을 효과적으로 제공하는 서비스가 있는가?
3. 애질리티 및 통합을 염두에 두고 설계되었는가?
4. 성장 및 변화에 발맞춰 확장할 수 있는가?
5. 최신 기술을 받아들이고 적용할 수 있는가?

Workday는 모두 "예"라고 답할 수 있습니다. Power of One이라고 부르는 단일 통합 기술 플랫폼에서 공통의 고객 경험을 통해 고객에게 다음과 같은 이점을 제공합니다.

단일 데이터 소스 - 계획, 실행, 분석을 바탕으로 전사적 범위에서 협업과 의사 결정을 간소화하고 활성화합니다.

단일 보안 모델 - 회사의 데이터를 확실히 보호합니다. 서로 다른 여러 앱에 로그인하고 로그아웃할 필요가 없으며, 변경 사항은 보안 및 권한에 어떤 영향도 주지 않고 시스템의 모든 영역에 즉시 적용됩니다.

단일 경험 - 모든 Workday 고객이 매력적이고 편리한 경험을 누릴 수 있습니다.

단일 커뮤니티 - 각종 지식, 모범 사례 및 Workday 제품 개발 아이디어를 공유합니다.

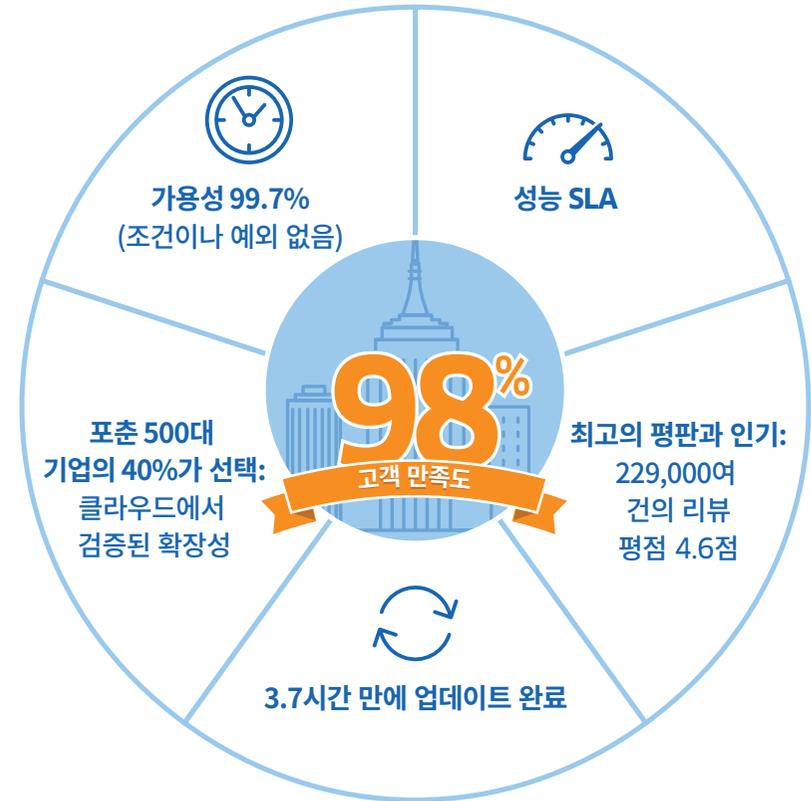
Power of One은 서비스를 제공하는 방식에서도 차별화됩니다. 모든 고객이 같은 버전의 소프트웨어를 사용하며, 모두 동시에 동일한 업데이트를 받습니다. Workday는 연 2회 릴리스를 발표하며, 이때 다운타임은 약 3시간입니다. 새로운 기능은 발표되는 즉시 모든 고객에게 제공됩니다. 하지만 고객의 재량에 따라 어떤 비정기 기능을 사용할 준비가 될 때까지 기다릴 수도 있습니다.

Workday 서비스는 새로운 기능을 원하는 고객의 욕구와 새로운 기능 도입에 따른 잠재적 혼란의 문제를 균형적으로 해결합니다. 또한 이 서비스를 통해 규제 환경 및 컴플라이언스의 변화에 신속하게 대응할 수 있습니다.

Workday는 고객에게 중단 없는 액세스를 제공할 책임을 인식하고 최선을 다합니다. 실제로 Workday 서비스 수준 협정(SLA)에는 가용성 항목이 있으며, 2019년 2월에는 99.5%에서 99.7%로 상승했습니다. 또한 Workday는 성능 SLA를 마련한 유일한 클라우드 ERP 벤더인 만큼 고객이 기대하는 가치 및 성능을 제공하고자 최선을 다합니다.

Workday 모바일 어플리케이션 덕분에 고객의 조직 전반에서 더 광범위하게 Workday를 사용할 수 있습니다. Workday는 Apple App Store에서 비즈니스 어플리케이션 톱20에 포함되어 있습니다. 즉 Workday는 사용하기 편리할 뿐만 아니라 단 하나의 어플리케이션만 있으면 되므로 사용이 편리하고 특별한 가치를 제공합니다.

“ 포춘 500대 기업의 40% 이상이 Workday에서 매월 190억여 건의 거래 및 2,600만여 개의 분개 라인을 처리합니다. ”



고객을 위한 완전히 새로운 소유 경험

고객이 전반적으로 누리는 소유 경험은 벤더에 따라 크게 달라집니다. Workday는 고객이 일상에서 Workday 시스템을 활용하면서 늘 전략적인 비즈니스 우위를 확보할 수 있도록 완전하고 효과적인 경험을 제공할 방법을 항상 모색합니다. Workday 서비스는 고객의 비즈니스 성장에 맞춰 필요한 배포, 교육, 지원 및 지속적인 업데이트를 제공하도록 설계되었습니다.

“Workday의 방식은 검증되었고 신뢰할 수 있으며 우리의 협업 문화를 토대로 합니다.”

이러한 고객 경험은 바로 Workday의 배포 방법론 덕분에 가능합니다. 파트너가 주도하던 Workday가 주도하던 모든 배포에서는 여러 단계로 구성된 동일한 방법론을 따릅니다. 이를 통해 Workday는 주어진 일정과 예산내에 배포되면서 항상 더 우수한 고객 경험을 제공합니다.

또한 Workday 에코시스템은 어떤 경쟁사의 에코시스템과도 다릅니다. 고객과의 첫 상담부터 판매, 이전, 서비스에 이르기까지 각 단계가 긴밀하게 연결되면서 파트너 프로그램, 각 배포에 참여하는 Workday의 활동 범위, Workday의 특별한 전문 서비스 체계가 구체화됩니다. 이와 같이 수준 높은 지원이 이루어지는 것은 고객 만족을 최우선에 두고 있기 때문입니다. Workday 배포에 참여하는 모든 관계자는 동일한 도구와 리소스를 이용하며, 동일하게 요구되는 관리 감독을 받습니다. 따라서 보다 우수한 품질과 전문성을 발휘하면서 더 효율적으로 배포할 수 있습니다. 그리고 Workday는 파트너에게 투자하고 파트너 역시 Workday에 투자할 것을 기대하므로, 성장하는 고객의 글로벌 요구 사항을 문제없이 해결할 수 있습니다.

“Workday 커뮤니티는 사용자들만 모여 있는 곳이 아니라 벤더가 유익한 정보를 제공하는 공간입니다. Workday 커뮤니티는 이러한 유형의 협업 및 그룹 지원을 엔터프라이즈 어플리케이션에 제공합니다. 이와 같은 협업은 Workday가 다른 벤더와 분명히 차별화되는 점입니다.”

- Floyd Walterhouse, 맥키 푸드(McKee Foods)



견고한 관계 형성

Workday는 프로덕션 환경으로 이전한 고객이 제대로 Workday를 사용하고 즐기면서 Workday의 참된 가치를 누릴 수 있도록 최선을 다해 지원합니다. 교육, 학습, 인에이블먼트 옵션부터 협업 기반의 Workday 커뮤니티 포털 및 지원 모델에 이르는 모든 고객 경험은 오래 지속되는 관계를 염두에 두고 설계되었습니다.

Workday 교육 - 고객과 파트너가 Workday를 배포하고 가장 효과적으로 활용하는 데 필요한 교육을 제공합니다. 고객은 각자의 속도, 기호, 예산에 따라 대면 학습, 원격 학습, 온라인 학습, 자기 주도형 학습 등 다양한 옵션 중에서 선택할 수 있습니다.

- **Workday Pro** - Workday 공인 컨설턴트 인증과 유사한 수준 높은 전문 지식을 제공합니다.
- **도입 키트** - 여러 가이드 및 교육 자료를 통해 고객이 더 빨리 셀프서비스 기능을 사용하도록 지원합니다.
- **접점 키트** - Workday 제품군을 이루는 모든 제품 영역의 연계 지점을 보여줍니다.

고객 인에이블먼트 - 기능 롤아웃에 관한 지침을 제공하고 새로운 기능 도입을 지원하면서 고객의 성공을 앞당깁니다.

고객 성공 - CSM(Customer Success Manager)을 배정하여 다음을 지원합니다.

- 도입 로드맵 업데이트 및 Workday 제품 로드맵과 연계
- Workday 교육 및 인에이블먼트 옵션 추천
- 지원 사례 분석



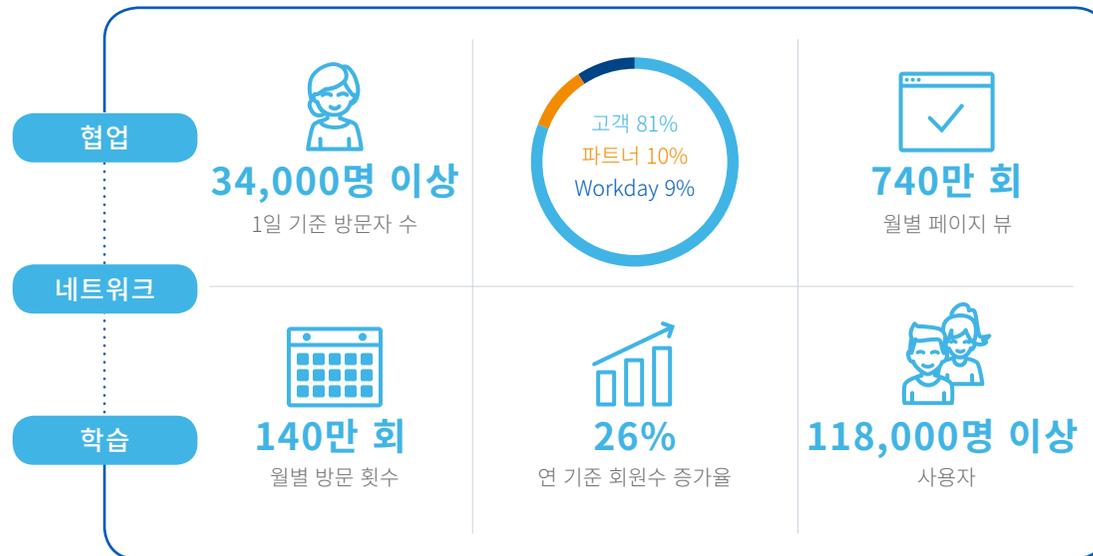
협업의 시너지 효과

Workday는 Workday 커뮤니티를 통해 고객, 파트너, Workday 직원이 Workday 배포 및 관리의 모범 사례에 관한 아이디어를 주고받으면서 학습할 수 있는 협업 포털을 구축했습니다. 118,000여 명의 사용자가 궁금한 점을 묻고 교류하면서 제품 및 서비스에 관한 정보를 얻는 유익한 공간입니다. 고객은 브레인스토밍에 참여하여 새로운 기능을 제안하고 마음에 드는 아이디어에 투표할 수도 있습니다. 지금까지 3,000여 개에 달하는 Workday 기능이 Workday 커뮤니티의 브레인스토밍을 거쳐 탄생했습니다.

“버그 수정을 하려면 기약 없이 기다려야 했던 다른 벤더와 달리 Workday는 즉시 고객의 지원 요청에 응답하고 신속하게 문제를 해결합니다. 정말 멋진 경험입니다.”

- 유넘(Unum) 그룹

Workday 커뮤니티



Workday 지원 모델

ERP 벤더의 지원 관리 방식은 고객의 소유 경험에 큰 영향을 미칩니다. 업데이트를 한 후에 대시보드에 문제가 생겼다면 어떻게 될까요? 지원팀에 문의를 했지만 원인을 찾느라 여러 팀을 전전긍긍한다면 무척 실망스러울 것입니다. 데이터 문제인지, 아니면 리포트 또는 통합 문제일까요? 단순화된 시스템은 지원팀이 신속한 대응으로 고객 문제를 해결하는 데 어려움을 주곤 합니다.

Workday는 빠르고 빈틈없으며 만족스러운 고객 지원 경험을 제공하는 데 집중했습니다. Workday는 Power of One 원칙에 따라 단일 통합 글로벌 고객 지원 팀이 중앙에서 모든 요청을 제출하고 추적합니다. 고객은 문제가 생기면 연중무휴 24시간 언제든지 Workday 지원팀에 연락할 수 있습니다. 상시 대기 중인 Workday 전문가와 연결되며 고객은 1~5의 범위에서 중요도를 선택할 수 있습니다. 중요도가 1인 사례는 60분 이내에 해결되지 않으면 자동으로 에스컬레이션됩니다.

간편해진 Workday 클라우드 ERP

글로벌 원장	재무 관리	현금 관리
고정 자산	외상매입금	비즈니스 자산
공급업체 계정	외상매출금	프로젝트 청구
고객 계정	뱅킹	
	경비	

HCM(Human Capital Management)

코어 HCM	보상
인재	복리후생
성과	채용

계획 및 분석

프리즘 애널리틱스


 비즈니스 프로세스 프레임워크	 보안	 통합 클라우드	 보고 및 분석
--	---	--	--

Workday는 종결 건수가 아니라 고객 만족도를 성공의 척도로 삼습니다.

어떤 고객이 Workday 지원을 통해 문제를 해결하면, 모든 고객이 그 혜택을 누리게 됩니다. 모두 같은 버전을 사용하기 때문에 가능한 일입니다. 따라서 모든 고객은 더 빠르고 편리하게 문제를 해결하면서 소유에 대한 공감대가 형성됩니다.

단일 통합 지원 모델이 성공의 동력



신뢰 관계: 고객이 중요도를 선택하고 에스컬레이션한 다음 만족스러운 결과를 얻으면 종결합니다.



단일 통합 지원팀
 단일 솔루션이므로 어플리케이션 간에 원인 파악 불필요



10분
 중요도가 1인 사례의 평균 응답 시간



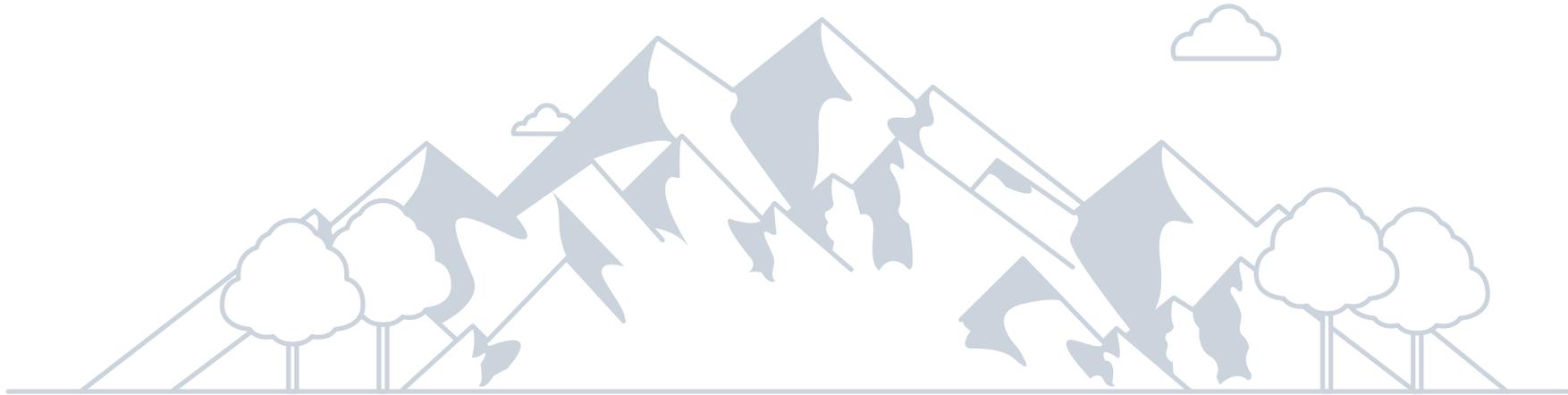
일대다
 한 번 해결하면 모든 고객에게 적용



98%
 종결 건수가 아니라 고객 만족도가 보상 기준

미래 보장: 신뢰를 바탕으로 오래 지속되는 관계에 투자

Workday 제품 및 서비스는 소비자 환경과 유사한 경험을 클라우드 모델을 통해 제공하므로 직원의 기대와 현실의 차이를 해소할 수 있습니다. Workday의 기술, 서비스, 지원은 고객이 Workday만의 특별한 소유 경험을 누릴 수 있도록 면밀하게 설계되었습니다. 누구나 클라우드 서비스의 인기에 편승할 수는 있습니다. 하지만 언제나 고객 만족을 위해 최선을 다하고 해를 거듭할수록 경쟁에서 더 앞서나가는 Workday의 가치와 방법론은 그 누구도 흉내 내지 못합니다.





수신자 부담 전화번호 080 822 1409 | www.workday.com/ko-kr

©2019. Workday, Inc. All rights reserved. Workday와 Workday 로고는 Workday, Inc.의 등록 상표입니다.
기타 모든 브랜드 및 제품 이름은 해당 소유자의 상표 또는 등록 상표입니다.
workday-customer-ownership-experience-ebook-kokr