

(경영전략부)

성과중심형 新 성장동력 창출

□ 사업개요

- 경영진단 및 중장기 경영전략 수립으로 新 성장전략 구축
- 지식경영을 기반으로 한 창의·실용적인 경영마인드 함양

□ 추진계획

- 핵심역량 분석을 통한 『新 성장전략』 수립 추진
 - 경영진단 및 중장기 경영전략 수립 : 2008. 11월 ~ 2009. 3월
 - 환경분석을 통한 핵심역량 전략 수립 및 新 성장 전략과제 도출
 - 공단 역량 분석으로 조직모델 및 인력운영 방안 도출
 - 경영진단 결과에 따른 『Action Plan』 수립 : 2009. 3월
 - 중장기 전략 목표설정에 따른 전략과제별 실행계획
 - BSC(성과관리)시스템 연계로 경영진단 실행력 확보 : 2009. 4월
- 창의·실용적 지식경영 고도화 추진
 - 문제 해결형 학습조직 『BEST Board』 운영 : 지속추진
 - 팀별 소그룹 편성 사업장별 현안문제 논의 및 개선방안 제시
 - 제안제도 활성화를 통한 지식 경쟁력 강화
 - 팀장 일하는 방식(개선)안 지속 추진 : 매월(팀별 1건)
 - 직무제안 및 고객제안 지속 추진 : 반기 1회
 - 창의적인 마인드 함양 및 지식공유를 위한 독서경영 추진
 - 이 달의 추천도서 메신저 되기 운동 추진 : 월 1회
 - 「Book Reading Day」(책 읽는 날)지정 및 운영 : 매주 수요일

□ 기대효과

- 전문 컨설팅을 통한 경영진단 및 중장기 경영전략 추진으로 공단의 역량분석 및 핵심사업 발굴 강화
- 지식을 통한 창의·실용·전문성을 확보하여, 능동적 문제 해결 능력을 향상시킴으로써 고품격 서비스 제공 및 경영효율성 제고

지속가능 (녹색1) · 윤리)경영 추진

□ 사업개요

- 친 환경 공단으로서 경쟁우위 선점 및 시설물 환경 디자인 개선
- 제도적 인프라 구축을 통한 지속가능 윤리경영 실현

□ 추진계획

- 친 환경 가치창조를 위한 『그린마케팅』²⁾ 추진 : 연중
 - 3R(Recycle, Reuse, Reduce)활동 내실화(환경써포터즈 운동과 연계)
 - 실효성 점검을 위한 환경경영시스템 외부 심사
 - ISO 14001(환경경영) 3차 사후 및 갱신심사 : 2009. 2월, 12월
 - 환경의식 제고를 위한 환경교육 실시 : 연 2회(2월, 8월)
 - 시설물 환경 디자인(간판, 조형물 등) 개선 사업 추진 : 연중
 - ※ 市 도시미관局 『간판이 아름다운 거리 조성사업』 과 연계 추진
- 지속가능경영을 위한 제도적 인프라 구축
 - 사례중심의 실무형 윤리(청렴)교육 실시 : 연 2회 (5월, 10월)
 - 『클린신고센터』 및 『부패영향평가』 지속 추진 : 연중
 - 불편부당 민원에 대한 상시 모니터링 및 문제 해결형 감사 실시 : 연중
 - 윤리경영 실천 및 사회공헌활동 공단 홈페이지 반영 : 2009. 2월

□ 기대효과

- 고객과 함께하는 지속가능(녹색 · 윤리)경영 추진으로 공기업의 사회적 책임 기반 구축을 통한 고객으로부터 신뢰받는 공단 구현

1) **녹색경영** : 친환경, 윤리경영의 녹색화. 즉 지속가능경영(환경, 윤리경영)을 통해 모든 인적자원에서부터 기업의 비전 등 경영 프로세스를 환경친화적이며, 객관적인 신뢰제고 실현하는 경영체계를 말함.

2) **그린 마케팅 (Green Marketing)** : 환경 보존에 기여하고 생활의 질을 개선시킴으로써 회사의 이익을 추구하기 위한 마케팅으로, 경제개발과 산업화 과정에서 날로 악화되어 가는 자연 환경을 보존하고 인간 삶의 질의 개선을 통해 회사의 존속, 성장을 꾀하려는 마케팅 전략 중 하나의 개념

고객관계관리(CRM)¹⁾ 시스템 운영 활성화

□ 사업개요

- 고객만족경영 실현을 위한 新 고객서비스 발굴 및 제공
- 고객관점의 성과측정에 의한 고객만족도 최우수 공단 실현

□ 추진계획

- 경영환경에 부합하는 전사적 차원의 『고객만족경영』 실현
 - 고객만족경영 역량진단 및 워크샵 실시 : 연 2회 (2월, 9월)
 - 고객 체감형 CS 전략과제(1팀 2과제) 발굴 추진 : 2009. 3월
 - 고충처리센터 운영 (On-off 민원해결, 팀별친절교육 실시) : 연중
- 고객 요구(Needs)에 맞는 新 고객서비스 발굴
 - VOC(Voice of Customer)의 효과적·체계적 수집 및 분석 : 연중
 - 고객 유형별 「Timing Marketing」²⁾ 실시 : 연중
 - 고객서비스 수준 제고를 위한 장애요인 및 대응방안 탐색 : 연 2회
- 고객관점의 성과측정에 의한 고객만족도 최우수 공단 실현
 - 전문성·객관성 확보를 위한 고객만족도 평가 : 2009. 4월
 - 전화친절도 점검 (市 콜센터 활용) : 연 2회 (5월, 10월)
 - 고객서비스 현장 및 서비스 이행기준 개정 및 점검 : 연 2회
 - 고객접점부서 『BEST 컨설턴트』 운영 : 격월 1회

□ 기대효과

- 체계적인 고객관계관리(CRM) 시스템 운영 활성화를 통한 고객에 대한 정확한 이해로 고객요구에 걸 맞는 新 서비스 발굴 및 제공

1) CRM(Customer Relationship Management) : 고객의 불만·의견 및 각종 성향에 관련된 정보를 기관 내로 피드백하며 업무에 반영, 의사결정 및 제반 기관 활동에 연계하는 일련의 고객관계관리 체계

2) 타이밍마케팅(Timing Marketing) : 고객, 협력사 등에게 필요한 정보를 제때(On time, Just in time)에 서비스를 제공하는 것을 의미

전략적 통합마케팅(Total Marketing) 전개

□ 사업개요

- 치밀한 수익성 사전 분석에 기초한 신규 사업 인수 및 개발 추진
- 창의적이고 다양한 기법을 활용한 개척주도형 마케팅 전개

□ 추진계획

- 수익창출을 위한 「공격적 신규사업 인수 및 발굴」
 - 쓰레기종량제봉투 판매사업 등 인수 총력 : 2009. 하반기
 - 수익 증대를 위한 다양한 프로그램 개발 및 특화사업 유치 : 연중
 - 하절기 : 물놀이시설, 동절기 : 눈썰매장, 스케이트장 유치
 - 유희공간을 활용한 전시·체험 프로그램 유치 : 반기 1회
 - 전략적 레저·문화·교육 네트워크 구축을 통한 수익 창출 : 2009. 7월
 - 공단·기업간 MOU(양해 각서) 체결 등을 통한 공동 수익상품 개발 모색
- BEST 공동브랜드마케팅 활성화
 - 협약사간 교류협력체계 구축을 통한 경쟁력 강화 지원 : 분기 1회
 - BEST 브랜드 가치 향상을 위한 지역사회 공헌활동 전개 : 연 2회 (6월, 12월)
- 수요자 중심의 전략적 Target 홍보 추진
 - 고객친화적 홍보 방법 모색을 위한 자체 홍보협의회 운영 : 월 1회
 - 다양한 매체 활용, 대행사업 수입 증대를 위한 홍보 지원 : 연중
 - 고객참여 프로그램 개최를 통한 의견 수렴(아이디어 공모전) : 2009. 4월

□ 기대효과

- 차별화된 통합 마케팅을 통한 수익창출 및 브랜드 가치 제고
- 고객의 Needs를 고려한 사업 개발로 신규 수익기반 마련
- 적극적 대외 홍보로 공단 이미지 개선 및 대행사업 활성화 간접 지원