



기업 도전 과제

타겟 마케팅 및 개인화 마케팅에 대해 고민한 적이 있으신가요? MILVUS는 많은 수동적인 프로세스의 어려움과 고객의 빠른 변화에 대응하기 어려웠습니다.

변형

MILVUS는 디지털 마케팅에 자동화되고 클라우드를 기반으로 한 접근법을 도입하여 개별 고객의 소비자 행동 데이터를 수집, 분석 및 활용하도록 지원하여 신속하게 시장에 맞춤형 캠페인을 제공합니다.



Henry Kang
CRM 비즈니스 책임자

결과

클라우드에서

저비용으로 타겟 마케팅 캠페인 제공

캠페인

유효성을 개선하고 고객에게 부가 가치를 전달

MILVUS의

서비스 제공을 확장하고 시장에서의 포지션 강화

MILVUS

고객 개개인에 맞는 맞춤형 메시지를 활용하여 구매율 증대 기여

대한민국 서울에 본사를 둔 MILVUS는 고객 관계 관리(CRM)를 위한 최첨단의 데이터 기반 서비스를 제공합니다. 디지털 전략, 분석 도구 및 실행에 대한 전문 지식을 활용하여 MILVUS에서는 시장을 선도하는 브랜드가 효율적인 옴니채널 마케팅 캠페인을 추진하게끔 돕는 포괄적 범위의 CRM 서비스를 제공합니다.

“IBM 마케팅 클라우드를 도입하기 전에는 시시각각 변하는 고객 반응에 대응이 어려웠습니다. 지금은 고객의 반응에 따라 유연하게 캠페인을 운영할 수 있게 되어 보다 능동적인 마케팅이 가능해졌고 이는 실제 매출로 연결되고 있어 고객사들도 큰 만족감을 보이고 있습니다.”

Henry Kang
CRM 비즈니스 책임자
MILVUS

공유하기



모든 채널에 걸쳐 고객과 연결하기

오늘날 채널과 연결된 고객들은 어느 때보다도 많은 채널을 통해 검색, 쇼핑 및 구매합니다. B2C 소매업체들의 문제는 어떻게 하면 적재적소에 타겟된 메시지를 고객에게 전달하여 고객의 구매율을 높일 수 있는가에 있습니다.

개별 마케팅 목적을 달성하기 위해 시장을 선도하는 다수의 소매업체는 MILVUS와 같은 디지털 마케팅 전문가 단체를 고용하여 개별 고객 참여 전략을 실행합니다.

MILVUS에서 CRM 비즈니스 책임을 맡고 있는 Henry Kang은 다음과 같이 설명합니다. “오늘날처럼 경쟁이 심화된 시장에서 성공하려면 소매업체들은 고객 개개인의 특성을 잘 이해하고 인지하여 제품을 선보여야 합니다. MILVUS에서는 고객의 행동 데이터를 수집하여 활용하는 마케팅을 기획하고 실행하고 있습니다.

“저희 회사는 잘 알려진 글로벌 브랜드의 고객들에게 서비스 하고 있으며 매출, 웹 브라우징 및 소셜 미디어 상에서의 브랜드와의 상호작용과 같은 고객 데이터 이력을 분석하여 개인에게 초점이 맞춰진 마케팅 캠페인을 위한 기회를 추구합니다.”

Henry는 이어, “최근 몇 년 간 온라인, 모바일 및 소셜 플랫폼의 폭발적인 인기는 다양하고 복잡한 채널의 혼합체를 창조했습니다. 과거에 저희는 타겟화된 캠페인을 기획하기 위해 고객의 데이터를 처리, 분석 및 활용하는 수동 프로세스 및 시스템에 크게 의존했습니다.

“과거에 저희는 타겟화된 캠페인을 기획하기 위해 고객에 대한 다양한 데이터를 수집하는 기존 접근방법이 서비스에 대한 고비용과 복잡성을 높였다는 것을 알게 되었습니다. 그래서 이를 정면으로 개선하고자 더욱 자동화되고 효율적인 업무 방식을 찾아보기로 결정했습니다.” 라고 밝혔습니다.

클라우드 마케팅 도입

맞춤형 옴니채널 마케팅을 최대한의 속도와 규모로 제공하기 위한 비전을 현실화하기 위해 MILVUS는 수동 프로세스를 클라우드에 기반한 상당히 자동화되고 통합된 접근법으로 대체하기로 결정했습니다.

“저희 고객들은 대규모의 고객 행동 데이터로부터 실행 가능한 인사이트를 추출하는데 저희의 서비스를 필요로 합니다. 그리고 이에 따라 많은 시간이 소비되었습니다.” 라고 Henry Kang은 이야기합니다.

“클라우드 서비스를 도입함으로써 고객들의 데이터를 연결하고 활용하는 것이 더욱 신속해지고 더욱 쉬워집니다. 오늘날 클라우드를 통해 안전하게 고객들의 데이터베이스를 연결시키고, 그 후에는 즉시 패턴 및 경향에 대한 정보를 자세히 살펴보기 시작할 수 있습니다.”

주도형 관리, 이메일 마케팅 및 단일, 클라우드 기반 플랫폼을 활용한 모바일 참여를 위해 다수의 사내 시스템을 교체함으로써 MILVUS는 더욱 훌륭한 분석 속도 및 정확도를 달성하고 있습니다.

“고객의 입장에서 가장 매력적인 디지털 캠페인을 기획하고 실행하는데에는 다양한 접점에서 진행되는 브랜드와의 상호작용에 기반한 다양한 시각이 필요합니다. 그리고 여기서 나오는 인사이트를 최적의 채널에서 맞춤형 메시지를 공유하는데 사용하는거죠.” 라고 Henry Kang은 말합니다.

“저희는 이제 버튼 터치 한 번으로 각 고객의 개별적인 선호사항을 알아낼 수 있고 이는 저희 고객들의 자체적인 고객 세그먼트를 개선하는 것을 더욱 쉽게 만들어줍니다. 그 결과로, 더 높은 정확도를 갖춘 마케팅 기회에 대한 독자성과 자신감을 구축하고 모든 캠페인에 대해 적합한 입장을 내놓는다는 것을 보장할 수 있습니다.

Henry는 이에 덧붙여, “다양한 사내 마케팅 시스템을 중앙 집중형 클라우드 플랫폼으로 교체함으로써 이러한 부가가치 서비스를 고객들에게 더욱 빠르게 제공할과 동시에 운영 비용을 낮게 유지합니다.”라고 말합니다.

타겟 마케팅 캠페인은 고객 맞춤화를 지원

강력한 분석 도구 및 자동화를 활용하여
처음부터 끝까지 마케팅 절차를
지원하는 MILVUS는 고객들이 맞춤화된
마케팅 캠페인을 활용하여 자신들을
차별화할 수 있게끔 지원합니다.

“과거에 저희는 고객의 분석용 데이터를
준비하는 데 많은 시간을 소비해야
했습니다. 이는 캠페인 발표 속도와
대응성을 제한했습니다.”라고 Henry
Kang은 설명합니다. “지금은 많은 것이
바뀌었습니다 왜냐하면 저희는 전략을
새롭게 구축하여 메시지 개발 및 캠페인

기획 그리고 그 결과를 모두 추적하는 등
캠페인 전체 수명 주기를 줄일 수 있도록
단일 플랫폼을 도입했기 때문입니다.
그동안 프로세스에 소요된 수동업무를
대폭 줄였습니다.

Henry는 이어, “그 결과로 많은 것이
바뀌었습니다. 왜냐하면 저희는 전략을
새롭게 구축하여 메시지 개발 및 캠페인
기획 그리고 그 결과를 모두 추적하는 등
캠페인 전체 수명 주기를 줄일 수 있도록
단일 플랫폼을 도입했기 때문입니다.
그동안 프로세스에 소요된 수동업무를
대폭 줄였습니다. 목표에 대한 각
캠페인의 성과가 어떠한지를 표시하는
직관적인 대시보드를 통해 실시간으로
결과를 분석할 수 있습니다. 저희는 특정
캠페인이 예상치에 밀도는 결과가 나올
경우, 바로 조치를 취해 근본 원인을
파악하고 이를 해결하여 고객들에게
항상 더 나은 서비스를 제공하고
있습니다.”

MILVUS에서는 이미 디지털 마케팅에
대한 새로운 접근법을 활용하여 세계를
선도하는 브랜드를 위한 혁신적인
캠페인을 개발하고 있습니다. 예를 들어
한 소비자 제품 제조업체의 Facebook
팬들의 정보를 최근 매출 데이터와
비교함으로써 MILVUS는 브랜드 참여를
높이고 디지털 매출을 향상시키며
고객의 충성도를 크게 향상시키는 것을
목표를 캠페인을 기획했습니다.

“온라인 및 모바일은 저희 회사가
작업하는 것들 중에서 가장 빠르게
진화하는 채널의 두 가지 유형입니다.
그리고 서비스에 대한 고객의 만족도가
이러한 두 가지 유형의 분야에서
전달하는 능력과 직접적으로 관련이
되어 있음을 알고 있습니다.”라고 Henry
Kang은 말합니다.

“저희 디지털 마케팅에 대한 새로운
통합적 접근법 덕분에 광범위한 접점과
장치에 걸쳐 고객과 효율적으로

의사소통하는 동시에 발생하는 인적
오류의 위험성을 피할 수 있습니다.
미래를 바라보며 인지 컴퓨팅 솔루션이
고객들의 의사 결정 프로세스를 늘리고
향후에 저희가 제공하는 서비스에 대한
비즈니스 가치를 향상시키는 데 도움이
될 가능성이 크다는 것을 알고 있습니다.

Henry는 이렇게 마무리를 짓습니다.
“클라우드 디지털 마케팅에 대한
자동화된 통합 접근방법을 도입함으로써
고객의 구매율을 높이고 세그먼트화된
맞춤형 메시지를 전달하도록 하고
있습니다.”

솔루션 구성 요소

- IBM® Watson® Campaign Automation

다음 단계 실행

IBM 마케팅 클라우드에 대한 추가 정보는 IBM 담당자 또는 IBM 비즈니스 파트너에 문의하거나 다음 웹사이트를 방문하십시오 ibm.com/marketplace/digital-marketing-and-lead-management



© Copyright IBM Corporation 2018, IBM Corporation, 1 New Orchard Road, Armonk, NY 10504 U.S.A. Produced in the United States of America, February 2018.

IBM, the IBM logo, ibm.com, and IBM Watson are trademarks of International Business Machines Corp., registered in many jurisdictions worldwide. Other product and service names might be trademarks of IBM or other companies. A current list of IBM trademarks is available on the Web at "Copyright and trademark information" at ibm.com/legal/copytrade.shtml.

This document is current as of the initial date of publication and may be changed by IBM at any time. Not all offerings are available in every country in which IBM operates.

The performance data and client examples cited are presented for illustrative purposes only. Actual performance results may vary depending on specific configurations and operating conditions. THE INFORMATION IN THIS DOCUMENT IS PROVIDED "AS IS" WITHOUT ANY WARRANTY, EXPRESS OR IMPLIED, INCLUDING WITHOUT ANY WARRANTIES OF MERCHANTABILITY, FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE AND ANY WARRANTY OR CONDITION OF NON-INFRINGEMENT. IBM products are warranted according to the terms and conditions of the agreements under which they are provided.



UVC12528-KRKO-00

