



AI를 도입하여 쇼핑 경험을 새롭게 정의하고 있는 롯데

1979년에 설립된 롯데는 국내 최대 규모의 유통 기업입니다. 아시아 태평양 지역에서 세 번째로 큰 유통 시장인 한국은 온/오프라인 쇼핑 경험을 통합하는 데 앞장서고 있습니다. 전국에 66개 매장을 두고 있는 롯데는 고객의 전 생애주기에 걸쳐 최고의 가치를 선사하겠다는 의미가 담긴 "Lifetime Value Creator"라는 비전 아래 유통 분야에서 디지털 재창조(Digital Reinvention™)에 매진하는 중입니다.

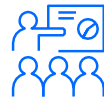
비즈니스 이점

최대 규모의 AI 쇼핑 어드바이저
글로벌 차원으로 구축

새롭고 섬세한 쇼핑 경험을
고객에게 제공

고객과의 소통 확대

소셜 채널 및 스마트 스피커에
LOSA서비스를 제공하여 **고객 도달**
범위 확대



비즈니스 과제

고속 성장 중인 한국 전자 상거래 시장의 규모가 2021년에 860억 달러에 이를 것으로 예상되는 가운데 쇼핑객들은 모든 접점을 망라하여 브랜드와의 원활한 상호 작용이 이루어지기를 기대합니다. 밀레니얼 세대와 효과적으로 소통할 필요성을 느낀 롯데는 AI를 도입하여 고객들에게 특별한 맞춤형 쇼핑 경험을 제공하기로 했습니다.



혁신

롯데백화점에서 첫선을 보인 롯데 쇼핑 어드바이저 LOSA는 Watson 기반 솔루션으로 자연어 처리 및 머신 러닝 기능을 활용합니다. 이 지능형 쇼핑 어드바이저는 각 고객의 니즈에 맞춰 일관성 있는 제품 정보 및 전문적인 조언을 제공합니다. 롯데 그룹은 IBM Services가 개발한 엔터프라이즈 AI 플랫폼을 전 계열사 대상으로 확대 도입할 예정입니다.

