



**고객 경험 분석을 통해
수익을 늘리고 충성도를 향상시킨 10개의 리더 기업:
성공 비결을 알아보십시오**

마케팅, 전자상거래 및 서비스 부문의 리더 기업이 고객 분석을 통해 어떻게 앞서가는지 자세히 알아보십시오

고객의 요구사항은 점점 늘어나고, 경쟁은 극심해지고 있습니다. 기업들은 총매출을 달성해야 한다는 전례 없는 압박을 받고 있습니다. 모두가 수많은 마케팅, 상거래 및 서비스 전문가와 마찬가지로 노력하고 있지만 고객의 행동을 이해하고 고객의 요구사항을 예측하는 데 어려움을 겪습니다. 온라인, 모바일, 상점 내부 및 콜 센터 채널에서 이루어지는 상호 작용은 유동성이 높아 그 어느 때보다 고객을 이해하기가 어렵지만, 효과적인 고객 관계 형성에 없어서는 안 될 부분입니다.

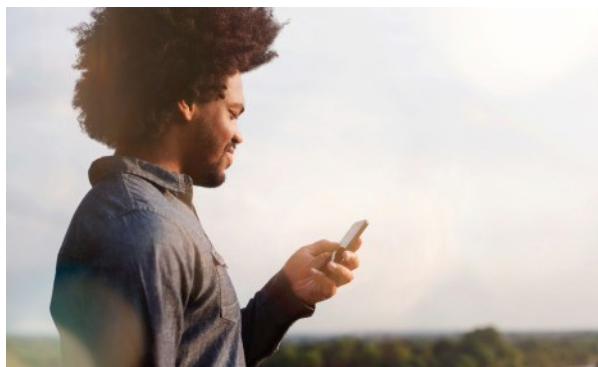
B2C 및 B2B 시장에서 고객이 선택할 수 있는 채널 및 기기의 범위가 급증함에 따라, 앞서가는 기업과 뒤처진 기업의 격차가 점점 더 벌어지고 있습니다. 강력한 고객 관계 형성은 기업의 수익을 증가시킵니다. IBM의 Global Survey of Marketers에 따르면, 가장 우수한 마케팅 팀을 보유한 기업은 다른 기업들보다 수익이 18배 빠르게 증가합니다.¹

어떻게 하면 비즈니스 성과를 향상시킬 수 있을까요? 이 eBook에서 리더 기업이 어떻게 고객 통찰력을 이용하여 여러 채널의 고객과 관계를 형성하고, 전환율을 높이고 수익을 창출하는 개인화된 실시간 브랜드 경험을 제공하는지 자세히 알아보십시오.

이러한 기업 고객들이 사용하는 기술 및 솔루션은 이제 고객에 대한 이해를 혁신하여 더 나은 비즈니스 성과를 달성하고자 하는 마케팅, 전자상거래 및 서비스 팀에서도 사용할 수 있게 되었습니다. 이들이 어떻게 IBM Customer Experience Analytics 솔루션을 사용하여, 단절되고 임시 방편적인 방식에서 벗어나 고객과 전면적으로 관계를 형성하는지 알아보십시오.

세 가지 영역의 고객 사례 연구 10건

마케팅.....	3페이지
전자 상거래.....	5페이지
서비스.....	10페이지



Ernsting's family, 완벽한 다채널 구매 경험 제공

Ernsting's family는 여성복/아동복, 액세서리 및 가정용 직물을 전문으로 취급하는 독일의 가치 소매업체입니다. 1967년에 설립된 이 회사는 전 세계에서 제조 시설을 운영하고 있으며 독일과 오스트리아에 1,700개의 지점으로 구성된 네트워크를 보유하고 있습니다. 이 회사는 경쟁력을 유지하기 위해, 구매자 행동을 더 심도 있게 이해하여 다채널 간의 교차 판매 기회를 식별해야 했습니다.

데이터 통찰력을 교차 판매 기회로 전환

Ernsting's family는 IBM Digital Analytics 소프트웨어를 이용하여 사용자들이 이 회사의 온라인 매장을 어떻게 탐색하는지에 대한 데이터를 수집했습니다. 이 소매업체는 이러한 데이터를 사용하여 구매자가 매장에서 상품을 직접 받아갈 경우 온라인 할인 쿠폰을 제공하기 시작했으며, 그 결과 수익성 있는 교차 판매의 기회가 생겼습니다.

Ernsting's family는 온라인에서 구매한 고객 중 80%가 구매품을 직접 받으러 오는 옵션을 선택하고, 이러한 고객 중 31%가 매장에서 추가로 제품을 구매한다는 사실을 확인했습니다. 고객들은 온라인 주문 100건마다 약 45건을 매장에서 추가로 구매했으며, 이는 온라인에서 지출한 100유로마다 약 23유로의 추가 구매가 이루어진 것과 같습니다.

재고를 지능적으로 이동하여 구매를 최적화

또한 Ernsting's family는 IBM WebSphere Commerce 소프트웨어의 이용을 확대하여 전체 지점의 제품 판매를 집계했습니다. 이 정보를 바탕으로 지역의 수요에 따라 재고를 이동하는 것이 적절한지 판단하고, 잠재적으로 매출 및 수익을 향상시킬 수 있었습니다.



23%의 수익 증가

판매 채널의 효과에 대한
심도 있는 통찰력

가장 빨리 판매되는 곳으로
재고를 지능적으로 이동

"IBM 솔루션은 완벽한 다채널 구매 경험을 구현할 수 있게 해주었습니다. 우리는 고객들이 우리 회사의 다양한 판매 채널을 이용하여 구매 결정을 내리는 방식을 분석하고, 이러한 통찰력에 기반하여 운영 방식을 조정하고 구매자의 추가 구매를 유도했습니다."

—Ernsting's family

wehkamp.nl, 디지털 연관성을 새로운 수준으로 향상

네덜란드 최대의 온라인 소매업체인 wehkamp.nl에서는 매년 1억 명 이상의 방문자가 거의 1,600만 개에 달하는 제품을 검색하고 구매합니다. 구매 옵션과 채널이 급증하는 가운데 wehkamp.nl은 마케팅 수행 범위에서 고객과 관계를 형성하는 방식과 시기의 정확도를 높이고 최적화된 사이트 경험을 제공해야 할 필요성을 인식했습니다.

분석을 이용하여 마케팅 수행 최적화

wehkamp.nl의 마케터들은 더 향상된 분석을 통해 이메일에서 디스플레이 광고, 온사이트 추천에 이르기까지 디지털 마케팅 프로그램의 모든 측면에 고도의 검색 기능과 개인화를 적용했습니다. 이메일의 경우, wehkamp.nl은 IBM Digital Analytics를 LIVEmail 옵션과 함께 이용하여 이메일 서비스 제공업체에 데이터를 신디케이트함으로써 구매 세션을 포기한 사용자를 리타겟팅했습니다. 이때 동적 템플릿으로 개인화된 메시지를 구현하는 데 통찰력을 이용하여 수천 개의 변형을 관리하는 비용 및 노력을 절감했습니다.

고객 중심성으로 실질적인 비즈니스 영향 생성

wehkamp.nl의 이메일 리타겟팅에 심도 있는 고객 통찰력을 적용한 이후 놀라운 성과를 거두었습니다. 일반 프로모션에 비해 23% 높은 이메일 확인율, 68% 높은 클릭률, 그리고 67% 낮은 수신 거부율 및 271% 높은 메일 발송당 매출을 달성했습니다. 이 회사의 IBM Customer Experience Analytics 솔루션 활용 방식에는 불만족스러운 웹사이트 경험을 야기하는 문제를 신속하게 진단하고 수정하는 IBM Tealeaf® 솔루션의 고유한 재생 기능과 개인화된 디스플레이 광고 리타겟팅을 위한 IBM AdTarget이 포함되었으며, 그 결과 일반적인 디스플레이 광고보다 15배 높은 ROI를 달성했습니다.

"IBM 솔루션을 통해 우리는 아웃바운드 이메일 고객에게서 98%의 개인화를 달성하였습니다. 고객과 일대일로 커뮤니케이션할 수 있는 능력은 비즈니스에 엄청난 가치를 선사합니다."

—wehkamp.nl

메일 발송 건당 매출

271% 향상

클릭률

68% 증가

웹 분석 보고의 정확성

99% 증가

비디오: West Marine 고객 사례



West Marine이 IBM을 통해 어떻게 고객에 대한 통찰력을 얻고 개인화된 경험을 제공하는지 알아보십시오

Virgin Atlantic, 분석을 통해 전자상거래 매출 급증

영국에 본사를 둔 항공 서비스 회사로서 한 해 500만 명의 승객을 수송하는 Virgin Atlantic은 시장 점유율을 확대하고, 가장 큰 판매 채널 중 하나인 자체 전자상거래 사이트의 수익을 높이고자 했습니다. 이전의 웹 분석 솔루션은 고객의 이용 패턴에 대하여 심도 있는 통찰력을 제공하지 않았으며, 장애 지점을 식별하기 어렵고 3,000페이지에 달하는 웹사이트를 최적화할 수 없었습니다.

실행 가능한 고객 통찰력으로 고객 여정 향상

Virgin Atlantic은 IBM Customer Experience Analytics 솔루션과 IBM Digital Analytics 소프트웨어를 함께 구현하여 승객의 클릭 패턴에 대한 심도 있고 실행 가능한 통찰력을 얻었습니다. 이러한 통찰력은 사이트 향상을 위한 명확한 로드맵을 제공하여 사이트에서 예약되는 항공권의 수와 금액이 크게 증가했습니다. IBM Digital Analytics는 Virgin Atlantic에 고객의 여정에 대한 완벽한 가시성을 제공하여 웹사이트 전반의 문제를 신속하게 감지하고 수정할 수 있게 해주었습니다.

최적화를 통해 예약 금액 및 전환율 증가

Virgin Atlantic이 IBM Digital Analytics를 이용하여 사이트 최적화를 위한 변경을 구현한 결과, 항공권 예약 금액이 평균 7% 증가하고, 항공편 검색 기능 사용이 10% 증가하고, 전환율도 증가했습니다. 또한 솔루션의 클라우드 모델은 Virgin Atlantic이 가치 창출 시간을 가속화하게 해주었으며, 위험성이 높은 "빅뱅" 방식 대신 신규 페이지의 반복적인 채택을 지원합니다.

항공편을 검색하는 방문자 수

10% 증가

평균 항공편 예약 금액

7% 증가

문제를 감지하고 수정하는 역량

향상

"IBM Digital Analytics는 고객 여정의 모든 측면에 대하여 완벽한 가시성을 제공합니다. 이를 통해 모든 고객 상호 작용이 추적 및 집계되므로 얼마나 다양한 유형의 고객이 웹사이트를 이용하는지, 그리고 일부 사용자가 불편을 겪는 페이지가 어디인지 명확하게 파악할 수 있습니다."

—Virgin Atlantic

비디오: Confused.com 고객 사례



영국의 보험 비교 사이트 Confused.com이 전자상거래, 마케팅, 고객 지원 및 개발을 향상시키는 데 IBM이 어떤 도움을 주었는지 알아보십시오

Kotipizza, 고객 경험을 간소화하여 온라인 주문 증가

Kotipizza Group Oyj는 북유럽 최대의 피자 레스토랑 체인으로, 핀란드에 300개에 가까운 레스토랑이 있습니다. 하지만 공유 디지털 주문 플랫폼은 이 레스토랑 체인이 경쟁업체보다 앞서는데 걸림돌이 되었습니다. 웹사이트에는 레스토랑의 이름, 위치 및 가격이 명시되었지만 실제 음식에 대한 정보가 없었습니다. 이는 Kotipizza가 해결해야 할 과제였으며, 품질을 위해 투입한 노력은 종종 경쟁업체보다 높은 가격을 초래했습니다. 기존의 플랫폼은 Kotipizza가 제품의 가치를 전달할 수 있게 지원하지 못했으며 Kotipizza는 오직 근접성과 가격만을 기반으로 획득한 비즈니스를 상실했습니다. Kotipizza는 간소화된 고객 경험을 제공하면서 음식의 품질과 가치를 제대로 전달하는 새로운 방법이 필요했습니다.

고객 경험에 집중 후 첫해에 온라인 주문 50% 증가

이 회사는 IBM 솔루션을 기반으로 새로운 전자상거래 채널을 마련했으며, 가격과 근접성만을 내세워 경쟁하는 대신 고품질 음식이라는 가치 의미를 전달하여 경쟁에서 앞서가게 되었습니다. 먹음직스러운 음식 이미지를 게시한 새로운 사이트는 보다 직관적인 고객 경험을 제공하며 검색, 선택 및 주문 프로세스를 간소화했으며, 고객에게 배달에 소요되는 예상 시간도 알려줍니다.

구현 첫해에 온라인 주문이 50% 증가했으며, 온라인 주문의 87%가 1분 이내에 완료되었습니다. 일부 주문은 불과 9초만에 완료되었습니다. 또한 이 회사는 처음으로 온라인 사용자로부터 데이터를 파악할 수 있게 되어, 추후 마케팅 방식을 개선하고 메뉴를 조정할 수 있게 되었습니다.

데이터를 이용하여 고객 경험을 지속적으로 평가하고 개선

Kotipizza는 성공에도 불구하고 고객 경험을 향상시키는 새로운 기회를 찾는 노력을 중단하지 않았습니다. 이들은 IBM Tealeaf를 이용하여 사이트에서 방문자 상호 작용을 파악하여 관리하고 장애 지점을 개선할 영역으로 식별했습니다. 소프트웨어에 통합된 히트 맵(heat map)은 웹 페이지의 어떤 영역이 고객들에게 가장 많이 이용되는지를 강조하여 보여줍니다. 이를 통해 Kotipizza는 특정 오픈링에 대하여 높은 가시성을 제공할 수 있고 어떤 기능이 무시되는지 또는 문제를 일으키는 지 식별할 수 있습니다. Kotipizza는 솔루션을 간소화한 덕분에 핀란드의 피자 레스토랑 가운데 디지털 주문에 있어서 선도적인 위치에 서게 되었습니다.

구현 첫해의 디지털 주문의 수익
50% 증가

온라인
주문의 87%가
1분 내에 완료(전화 주문보다 빠름)

"우리는 자체 전자상거래 사이트가 우리의 정체성을 보다 잘 전달하고, 브랜드를 효과적으로 강화해 주기를 원했습니다. 채널에 관계없이 최고 품질의 고객 경험을 제공해야 합니다."

—Kotipizza

Homebase, 온라인 구매 경험을 재창조

1954년에 설립된 Homebase는 영국의 주요 주택 개조 소매업체 중 하나로 영국 전역에 296개 이상의 매장이 있습니다. 고객의 40% 가량이 소매 구입을 온라인으로 이용하기 시작하자, Homebase는 주택 개조 구매 경향의 변화를 감지하고 디지털 채널의 수익을 증가시킬 수 있는 귀중한 기회를 발견했습니다.

이 회사는 38,000종 이상의 제품이 수록된 카탈로그에 고객이 헤매지 않고 원하는 물품을 찾을 수 있도록 도움을 제공하고자 했습니다. 이와 함께 고객의 선호 사항을 보다 심도 있게 파악하고 개인화된 경험을 구현하여 고객이 다시 방문하도록 만들고자 했습니다.

디지털 경험을 간소화하고 전환을 유도

Homebase는 IBM Commerce 솔루션을 기반으로 데스크톱 및 모바일 상호 작용을 위한 새로운 온라인 상점을 구현하고, 정적인 카테고리 및 제품 페이지를 검색 제안 및 제품 추천을 제공하는 동적인 전자상거래 플랫폼으로 교체했습니다.

Homebase는 IBM Digital Analytics를 통해 고객의 구매 동기가 무엇인지 더 자세히 파악할 수 있게 되었습니다. 이러한 통찰력은 더 높은 전환율을 달성하도록 설계되는, 보다 맞춤형 마케팅 전략을 개발하는 데 중요한 요소입니다. 또한 Homebase는 IBM Tealeaf의 고급 분석을 이용하여 고객의 여정에서 장애 지점을 식별할 수 있게 되었으며, 이러한 장애 지점은 방문자가 사이트 내에서 손쉽게 이동하는 데 필요한 변경 사항을 제시합니다. 이러한 혁신은 Homebase와 고객의 관계를 더욱 긴밀하게 만들었습니다.

온라인 방문자 30% 증가

Homebase는 전자상거래 전략을 추진하는 IBM Commerce 솔루션을 이용한 결과 온라인 방문자가 30% 증가했습니다. 이와 함께 전체 디지털 판매 채널에서 두 자릿수의 성장률을 달성했습니다.

온라인 방문자
30% 증가

두 자릿수의
매출 성장률

주요 검색 및 카테고리 페이지의 이탈률
10% 감소

“IBM Commerce 솔루션은 진정한 일대일 수준으로 고객을 파악할 수 있는 기회를 제공하며, 마케팅 방식을 혁신하는 데 도움이 되고 있습니다.”

—Homebase

Orvis, 타겟팅된 제품 추천으로 수익 향상

1856년 설립된 아웃도어 물품 및 의류 소매업체 Orvis는 미국 최초의 우편 주문 회사로서의 기반을 바탕으로 혁신과 성장을 지속하여 광범위한 온라인 매장, 미국 내 60개 이상의 매장, 영국 내 거의 20개에 가까운 매장, 그리고 전 세계 500여 판매자와의 제휴 관계를 확보하고 있습니다. Orvis는 교차 판매 수익을 확대하고, 자동화된 제품 추천을 통해 고객 관계 형성을 심화할 수 있는 기회를 발견했습니다.

디지털 데이터 개인화로 성과 향상

Orvis는 IBM Digital Analytics를 통해 귀중한 데이터가 수집되었음을 알았으며, 이 데이터가 유용하게 사용되기를 원했습니다. Orvis는 개인화를 자동화하는 IBM 제품(예: IBM Product Recommendations)의 이용을 확대했으며, 웹사이트에 게시된 4400개 이상의 제품 때문에 제품 추천을 최신 상태로 유지하기가 어려운 시간 소모적인 수동 프로세스를 교체했습니다. 그동안 Orvis는 높은 워크로드에 시달렸을 뿐만 아니라 수동 방식에서 표준 이하의 결과를 얻고 있었습니다. Orvis는 IBM Product Recommendations를 이용하여 생산성, 정확도 및 성과를 크게 향상시켰습니다.

제품 추천을 통해 전환율 및 수익 증가

Orvis는 IBM 솔루션을 이용한 제품 추천을 통해 70%의 수익 증가를 달성했으며, 전체 사이트 매출 중에서 제품 상세정보 페이지를 통해 이루어지는 매출의 비율이 3%에서 6%로 두 배 증가했습니다. 한편 이 회사는 이전에 사용한 수동 방식과 비교하여 주당 10시간을 절감하고 있으며, 따라서 온라인 머천다이즈들이 더 많은 부가 가치 활동에 집중하게 되었습니다.

비디오: Farmers Insurance 고객 사례



IBM 솔루션이 미국 최대의 보험 회사에 제공한 이점에 대해 알아보십시오.

제품 추천에서 얻은 수익

70% 증가

제품 상세 정보 페이지의 총 사이트 매출

2배 증가

매주 수동 작업을

8 ~ 10시간 절감

"IBM Product Recommendations가 수익을 높여줄 것이라고 예상했지만, 이렇게 많이 높여줄 것이라고는 생각하지 못했습니다. 초기 설정 이후에는 자동으로 실행되며, 신제품 소개 및 계속 변화하는 고객의 관심사를 기반으로 사이트에서 끊임 없이 추천 제품을 업데이트합니다."

—Orvis

J. J. Keller & Associates, 두 자릿수의 수익 증가

위험 및 규제 관리 솔루션 분야의 리더 기업인 J.J. Keller & Associates는 Fortune 1000대 기업의 90% 이상을 포함하여 420,000개의 기업에 서비스를 제공합니다. 이 회사는 B2B 고객에게 보다 개인화된 온라인 경험을 제공하기 위해 웹사이트에 혁신적인 방식을 적용해야 했으며 이와 동시에 기존 사이트의 제한적인 가시성과 수동 작업을 없애야 했습니다.

개인화로 정밀 마케팅을 추진

J.J. Keller는 IBM에 업그레이드를 의뢰한 결과, 개인화 및 정밀 마케팅을 위한 혁신적인 기능을 도입하게 되었습니다. 이 회사는 현재 IBM 솔루션 - IBM Digital Analytics, IBM WebSphere® Commerce 및 관련 기술 - 을 사용하여 구매 내역과 검색 이력, 지리적 위치 및 참조 URL을 포함한 개인별 특성에 따라 제품 추천, 프로모션 및 규제 정보를 제공합니다. 또한 고객이 처음 방문자인지 반복 이용하는 방문자인지에 따라 고객 행동에 맞게 사이트가 조정됩니다.

고객 경험 향상으로 고객 만족도 향상

디지털 분석, 마케팅 및 전자상거래 웹사이트를 업그레이드한 이후 사용자들이 특별히 자신에게 맞춤형 콘텐츠와 추천 사항의 진가를 인지함에 따라 J.J. Keller의 고객 만족도가 7% 상승했습니다. 온라인 전환율은 19% 상승했으며, 수익도 19% 증가했습니다. 교차 판매 추천과 보다 만족스러운 온라인 경험을 바탕으로 J.J. Keller에서는 평균 주문 규모가 75% 증가하여 전체 매출이 크게 증가했습니다.

수익
19% 증가

전환율
19% 상승

평균 주문 규모
5.7% 증가

"새로운 전자상거래 솔루션은 고객들의 변화하는 요구사항을 충족하고, 보다 개인화되고 생산적인 경험을 구현하는 데 필요한 도구와 분석을 제공하며, 그 결과 전환율, 평균 주문 규모, 고객 만족도 및 수익이 증가했습니다."

—J. J. Keller and Associates

비디오: David's Bridal 고객 사례



David's Bridal이 두 자릿수의 연간 성장률을 달성하는 데 IBM이 어떤 도움을 주었는지 확인해 보십시오.

LV=, 금융 서비스에서의 온라인 고객 경험 최적화

LV=는 영국의 주요 금융 서비스 및 보험 제공업체로 1843년에 설립되어 550만 명의 고객에게 서비스를 제공합니다. 이 회사에는 전체 신규 일반 보험 계약의 80%가 발생하는 웹사이트에서 온라인 회원의 행동을 보다 잘 파악하고 표준에 미달하는 고객 경험을 정확히 식별하는 방법이 필요했습니다. 완벽하게 최적화된 온라인 경험을 제공할 역량이 없었던 LV=는 잠재적인 비즈니스 기회를 놓치고 있었습니다.

고객 경험 문제의 이면에 있는 "이유"를 이해

LV=는 질적 관점에서 각각의 온라인 고객 경험을 포착하는 IBM Tealeaf에 초점을 맞추고 IBM Customer Experience Analytics 솔루션을 배포했습니다. 고객이 문제를 경험하는 이유에 대한 통찰력을 갖추게 되자 LV=는 사전 예방적으로 수익 손실을 방지하는 조치를 취하고, 콜센터 문의를 줄이고 고객 만족도를 향상시킬 수 있게 되었습니다. 또한 이 솔루션은 라이브 채팅 에이전트가 고객 세션을 재생하고 최초 통화 시 문제 해결률을 향상시키는 데도 사용됩니다.

비즈니스에 고객 통찰력 부여

IBM 솔루션은 LV=가 영구 게이트웨이, 새로운 브라우저 버전 및 집계 웹사이트의 트래픽 정보를 이용하여 문제를 감지하고 해결할 수 있게 해줌으로써 수익과 고객 만족도를 향상시키고 비용을 절감하며 비용이 많이 드는 콜센터 문의를 줄일 수 있게 해주었습니다. IBM Customer Experience Analytics 솔루션이 제공하는 통찰력은 전자상거래, 고객 경험 팀, 콜센터 및 사기 방지 팀을 비롯한 여러 비즈니스 단위에서 공유되어 전면적인 성과를 향상시킵니다.

비디오: Dollar Bank 고객 사례



Dollar Bank가 IBM을 통해 어떻게 고객 관계 형성을 향상시키고 서비스를 제공하는지 들어보십시오.

고객 만족도, 사이트 이용 및 전환

증가

수익 손실 및 콜 센터 문의

감소

웹사이트 문제를 신속하게 감지하고 해결하는 능력

향상

"이제 IBM Tealeaf 솔루션 덕분에 고객의 온라인 경험을 컨택 센터와 동일한 수준으로 파악할 수 있게 되었으며, 따라서 채널에 관계없이 최고의 고객 서비스 경험을 제공할 수 있게 되었습니다."

—LV=

온라인 여행업체, 120%의 ROI 달성

영국의 한 주요 온라인 여행업체는 웹사이트 트래픽의 양적 분석을 위해 웹 분석을 이용했지만, 고객들이 세션을 포기하는 이유를 확인하는 데 필요한 질적 통찰력이 부족함을 깨달았습니다. 이 회사는 온라인 고객 경험 이면의 "이유"를 파악하는 것이 전환 유지 및 수익 향상에 중요한 사이트 최적화를 위한 전략적 차별 요소가 될 것이라고 판단했습니다.

고객 행동에 대한 질적 통찰력으로 신속하게 수정
이 온라인 여행업체는 고객 행동의 질적 측면을 상세히 분석하기 위해 IBM Tealeaf를 활용하는 IBM Customer Experience Analytics 솔루션을 이용하는 동시에 온사이트 활동의 전통적인 보고 기능을 이용했습니다. 이 회사는 IBM Tealeaf의 고유한 재생 기능을 사용하여 문제를 신속하게 진단 및 수정하고 사이트 내의 고객 행동을 보다 잘 파악하여 전반적인 온라인 경험을 최적화할 수 있게 되었습니다.

향상된 전환율 및 개인 후속 조치를 통해 세 자릿수의 ROI 달성
이 회사는 거래를 포기하게 만드는 신용카드 청구액 표시 문제를 파악하고 수정하여 전환율을 25% 향상시켰습니다. 또한 IBM Tealeaf를 사용하여 아웃바운드 콜센터에 고객의 포기된 세션을 알림으로써 개인 후속 조치를 수행하여 아웃바운드 마케팅에서 340%의 수익 증가를 달성했습니다. 이 회사의 계산에 따르면 IBM Tealeaf를 사용한 결과 마케팅 ROI가 8개월만에 120% 향상되었습니다.

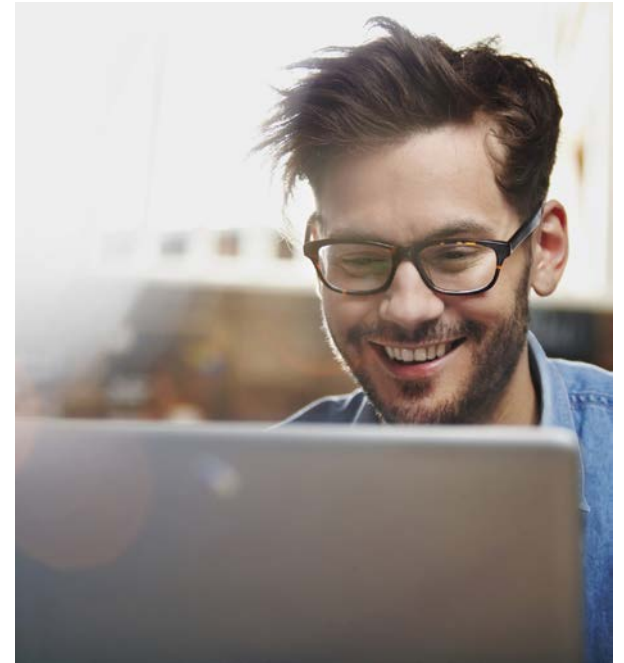
아웃바운드 마케팅을 통해
340% 수익 증가

8개월 간 ROI
120% 증가

사이트 내 전환율
25% 향상

"IBM Tealeaf 솔루션은 우리가 온라인 고객을 대하는 방식을 혁신했습니다. 우리에게 없었던 가시성을 제공했을 뿐만 아니라, 고객 전환율과 재구매율을 극적으로 향상시킬 수 있게 해주었습니다."

—영국 온라인 여행업체



Airlines Reporting Corporation, 규정 준수를 달성하는 동시에 고객 여정에 대한 심도 있는 통찰력 획득

Airlines Reporting Corporation(ARC)은 미국의 여행 업계에 프리미어 비즈니스 솔루션, 여행사 승인 서비스, 프로세스와 금융 관리 도구 및 강력한 데이터 분석을 제공합니다. ARC는 단일 페이지 웹 애플리케이션으로 전환을 준비하면서 엄격한 보고 요건의 준수를 지원하고 자사의 서비스를 이용하는 9400개의 여행사에 고품질의 고객 경험을 제공하고자 했습니다. ARC는 클라이언트 측 페이지 렌더링 부문의 최신 고급 기술과 호환되는 솔루션이 필요했습니다.

행동을 취하는 데 필요한 통찰력 향상

ARC는 동적이고 클라이언트 측에서 처리의 대부분을 수행하는 차세대 단일 페이지 애플리케이션에 가시성과 행동 가능한 통찰력을 확보하기 위해 IBM Tealeaf 솔루션을 업그레이드했습니다. ARC는 비즈니스 운영 중단 없이 최신 버전의 IBM 솔루션으로 신속하고 간편하게 업그레이드했습니다.

사전 예방적 고객 서비스가 고객 경험 향상

ARC는 IBM Tealeaf를 고객 경험 관리 전략의 중심에 두고 보안을 강화하고 규정 준수를 촉진하고 있습니다. 이와 동시에 사후대응적인 고객 서비스에서 사전 예방적인 고객 서비스로 이동하기 위해 IBM Tealeaf를 사용한 결과 사용자의 약 25%가 신규 사이트의 주요 기능과 호환되지 않는 레거시 시스템을 사용하고 있다는 사실을 발견했습니다. 이러한 정보를 바탕으로 ARC는 고객을 위한 일관성 있는 경험을 보장하는 변경사항을 적용할 수 있었습니다.

3개월 안에 최초 통화 시 해결률

50% 증가

25%에 달하는 고객의 사이트 방문을 방해하는

문제 식별

비즈니스 전반에서

50명 이상의 사람이
IBM 플랫폼을 사용

"IBM Tealeaf를 이용하여 고객 경험 문제를 식별하고 근본 원인을 추적하여 그 어느 때보다 빠르게 해결할 수 있게 되었으며, 따라서 규정 준수를 충실히 수행하는 동시에 서비스를 향상시키는 데 도움이 되었습니다."

—Airlines Reporting Corporation

리더 기업의 교훈

고객 수명 주기를 이해하십시오

단일 세션에서 발생하는 일에 대한 통찰도 유용하지만, 가장 중요한 순간에 적절하게 대응하려면 시간과 기기를 초월하여 고객 행동을 이해할 필요가 있습니다. 고객의 전체 여정을 파악하면 고객이 취하는 모든 행동 - 고객이 브랜드와 관계를 형성하는 방식, 고객이 사이트를 탐색하고 경로를 따라 진행하는 방식, 그리고 궁극적으로 고객이 기업에서 구매하는 방식 - 을 알 수 있으며, 고객과 관계를 형성하여 수익과 충성도를 향상시킬 수 있습니다.

분석의 효과를 이용하여 개인화하십시오

고객 행동에 대한 완전한 통찰력을 확보한 후에는 과거의 행동 및 현재 컨텍스트를 바탕으로 관련성 있고 개인화된 콘텐츠를 이용하여 고객을 타겟팅할 수 있습니다. 예를 들어 스포츠 물품 소매업체의 경우, 고객이 최근에 매장에서 새 자전거를 구입했다면 이 고객이 다음에 사이트에 방문할 때 사이클링 블로그의 게시글이나 사이클링 슈즈 신상품 같이 관련성 있는 콘텐츠 및 제품을 제시할 수 있습니다. 분석을 사이트 개인화, 제품 추천, 이메일 및 모바일 개인화와 연결하여 시간을 절감하고 자동화를 통해 대규모의 개인화를 구현하십시오. 이렇게 하면 반응률, 전환율이 증가하고 전체 매출 수익이 향상됩니다.

개인화 관련 추가 정보:



IBM 옴니채널 관계 형성 솔루션이 데이터 기반 제품 추천을 작동시켜 수익을 증가시키고 더 높은 수명 주기 가치를 얻는 [방법을 알아보십시오.](#)

[여기를 클릭](#)



모바일 채널은 개인화를 위한 새로운 방식을 제공합니다. 모바일 채널에서 관계를 형성하는 방법을 알아보십시오. [여기를 클릭](#)

마케팅 비용을 현명하게 투자하십시오

John Wanamaker는 널리 알려진 대로 "내가 광고에 지출하는 비용의 절반이 낭비되지만, 어느 쪽 절반인지를 모른다는 것이 문제다."라고 말했습니다. 시간이 지남에 따라 고객 행동에 대한 이해를 얻고 여기에 강력한 효과 분석 기능이 결합되면 소중한 예산의 낭비를 방지할 수 있습니다. 비즈니스 목표가 고객 확보, 발달 또는 전환 등 무엇이든, 목표 달성을 위해 올바른 결정을 내릴 수 있도록 어떠한 마케팅 전술이 비즈니스 목표를 지원하는지 잘 알아 두십시오.


아래의 통찰력 있는 블로그 게시글 두 개를 통해 효과 분석의 우수 사례를 더 자세히 알아보십시오.

- *A More Complete Guide To Attribution*을 읽고 컨설팅 기업인 Stratigent로부터 통찰력을 얻으십시오. [여기를 클릭](#)

- *Accelerating Multichannel Marketing Performance With Statistical Attribution*을 읽고 통계 특성 모델의 가치를 알아보십시오. [여기를 클릭](#)

고객이 행동하는 방식을 이해하십시오


미국 성인의 절반 미만(49%)이 데스크톱/노트북에서의 웹사이트 사용 경험이 우수하다고 응답했습니다. 이 수치는 태블릿에서는 25% 스마트폰에서는 18%로 낮아집니다. 그리고 소매업 부문에서는 문제를 경험한 고객의 3분의 2가 웹사이트를 벗어나거나 경쟁자의 사이트로 이동했습니다.

 **IBM Customer Experience Analytics: The Digital Customer Experience(2014 조사).**
여기를 클릭

오늘날 같이 경쟁이 심한 환경에서는 고객이 디지털 영역에서 무엇을 하는지 아는 것만으로는 충분하지 않습니다. 중요한 것은 컨텍스트입니다. 상품을 장바구니에 담은 후에 고객이 구매하지 않기로 결정했는지, 아니면 구매를 시도했지만 페이지가 고객의 기기에서 제대로 렌더링되지 않아 구매할 수 없었는지를 알아야 합니다. 고객 경험에 대한 완전한 통찰력을 - 고객이 경험하는 그대로 - 확보하십시오. 문제를 사전 예방적으로 해결하면 전환율이 증가하며 손실된 수익을 회복하고 고객 만족도가 향상됩니다.

고객 통찰력을 이용하여 마케팅, 상거래 및 서비스를 강화하십시오

모든 고객 대면 팀은 고객 분석에서 이점을 얻을 수 있습니다. 마케팅에서는 고객 데이터를 기반으로 상호 작용을 개인화할 수 있으며, 따라서 반응률, 고객 획득 및 마케팅 ROI를 높일 수 있습니다. 상거래 팀은 사이트 경험을 맞춤화하고, 제품 추천을 제공하고, 가장 중요한 순간에 고객을 만족시키는 기타 전략을 이용하여 전환율과 수익을 높일 수 있습니다. 그리고 고객 서비스 팀은 보다 강력한 통찰력과 보다 나은 고객 경험을 기반으로 고객 문제를 보다 신속하게 해결할 수 있고 전반적인 전화 상담 건수가 감소하는 이점을 누릴 수 있습니다. 종합적으로 충성도와 수익성이 향상됩니다.

 **Leadership in the Age of Big Data**
Analytics를 읽고 데이터 기반 문화를 형성하는 **방법을 알아보십시오.**
여기를 클릭

자세한 정보

IBM Customer Experience Analytics 솔루션에 대한 자세한 내용을 보려면 ibm.com/customer-analytics를 방문하십시오.





© Copyright IBM Corporation 2015

IBM Corporation
Software Group
Route 100
Somers, NY 10589

Produced in the United States of America
September 2015

IBM, IBM 로고, ibm.com, Cognos, SPSS, Tealeaf 및 WebSphere는 전세계 여러 국가에서 등록된 International Business Machines Corp.의 상표입니다. 기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 타사의 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보"(www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

이 문서는 최초 발행일을 기준으로 하며, 통지 없이 언제든지 변경될 수 있습니다. IBM이 영업하는 모든 국가에서 모든 오퍼링이 제공되는 것은 아닙니다.

인용된 성능 데이터와 고객 예제는 예시 용도로만 제공됩니다. 실제 성능 결과는 특정 구성과 운영 조건에 따라 다를 수 있습니다.

이 문서의 정보는 상품성, 특정 목적에의 적합성에 대한 보증 및 타인의 권리 침해에 대한 보증이나 조건을 포함하여(단, 이에 한하지 않음) 명시적이든 묵시적이든 일체의 보증 없이 "현상태대로" 제공됩니다. IBM 제품에 대한 보증은 제품의 준거 계약 조항에 의거하여 제공됩니다.

1 IBM, "The State of Marketing 2013," 2013년 7월. The State of Marketing 2013: IBM's Global Survey of Marketers, IBM Center for Applied Insights



재활용하십시오