



롯데 그룹은 백화점, 마트, 편의점, 면세점 등의 계열사를 보유한 명실상부 국내 최대 유통 그룹입니다. 최근 롯데 백화점을 시작으로 인공지능을 적용한 쇼핑 및 의사결정 도우미 플랫폼 도입 등을 추진하며 국내 유통 산업의 혁신을 주도하고 있습니다.

롯데백화점은 1979년 본점을 개점한 이래, 현재 국내 64개 점포 외에 해외 9개 점포를 운영하는 대한민국 대표 유통 기업으로 성장하였습니다. 백화점, 영플라자, 에비뉴엘의 꾸준한 성공에 이어 복합 쇼핑몰, 아울렛, 영스트리트 패션숍 '엘큐브' 등의 새로운 공간들도 최신 트렌드를 선도하고 있습니다. 또한 스마트 모바일과 옴니채널 서비스를 강화하고 있습니다.



롯데백화점 LOTTE DEPARTMENT STORE

인공 지능 기술을 활용하여 온·오프라인 고객 경험 시너지와 개인화 서비스 증대

롯데백화점은 기존 매장의 매출이 감소해가는 상황에서, 온라인과 오프라인 쇼핑의 이점을 모두 활용하는 고객 증가 추세에 주목하였습니다. 특히 **2030 및 Z세대를 겨냥하여 차별화된 온라인 경험과 오프라인 문의에 즉각 대응하면서 적극적인 개인화된 마케팅 기회**를 가지고자 하였습니다.

또한 다양한 산업에서 인공지능 기술을 적용하여 고객 편의를 높이는 부분에도 관심을 가지게 되었습니다. 롯데백화점은 신규 디지털 기술을 유통 비즈니스에 접목하는 혁신가로서의 변화를 적극적으로 수용하기로 하였습니다. 이러한 전략적 방향 하에 롯데백화점은 **인공 지능 기술을 활용해서 온라인과 오프라인 서비스를 하나의 챗봇으로 통합**하기로 하였습니다.



Client Needs

- | | | |
|--------------|---|-----------------------|
| IBM Solution | • IBM GBS Cognitive Consulting (Watson AI & Data Platform Practice) | |
| | • IBM Watson API (Conversation) | • IBM Watson Explorer |



Why IBM?

롯데백화점은 온·오프라인 채널을 통합하고 인공지능을 상용화 한다는 측면에서 글로벌 유통/소비재 산업에 시 및 코그너티브 기술을 적용한 사례와 경험이 필요하였습니다. IBM은 글로벌 유통/소비재 산업 전문가 및 프로젝트 경험 등을 보유하고 있을 뿐 아

니라 코그너티브 분야에 장기적인 투자와 연구, 코그너티브 컨설팅부터 구축과 구현까지 이어질 수 있는 총체적인 역량을 가지고 있어서 롯데백화점의 비즈니스 트랜스포메이션을 위한 체계적인 접근 방안을 제공할 수 있었습니다.

자연어 기반의 대화형 커머스

2017년 12월 엘롯데에 AI 챗봇 '로사(LOSA: Lotte Shopping Advisor)'가 오픈된 이후, 1주일 안에 웹사이트 방문객이 21% 증가하였고, 상품 이미지 인식 및 음성-텍스트 변환 서비스의 사용도 점진적으로 증가하고 있습니다. 지금도 로사는 매일 10,000건 이상의 대화를 통해 24시간 어떠한 상황에서도 고객의 인공지능 쇼핑을 돕고 있습니다.

특성을 분석 및 추출하고, 이를 제품 DNA에 반영하는 프로세스가 자동화 되었기 때문입니다. 로사는 고객이 상품 추천 요청 시, 고객의 구매 이력 및 선호도에 기반한 롯데백화점 특화 추천 엔진을 호출하여, 치수뿐만 아니라 색상, 트렌드, 가격, 구매 목적을 고려한 최적의 제품을 추천합니다. 구매 이력 데이터가 늘어날수록 발전하는 고객의 맞춤형 라이프 스타일 가이드이자 채팅 친구로 거듭날 것입니다.



Solution Effect

개인화 상품 추천

로사는 이제 매장에서 판매되는 150만 개 제품의 주요 구매 요인 21 개를 정의하고, 소셜 네트워크 플랫폼에서 언급된 400개 이상의 유행 제품 및 스타일을 분류할 수 있습니다. 비정형 제품 데이터에서 핵심

향후 발전방향

현재 로사는 엘롯데에서 운영되지만, 앞으로 오프라인 백화점 매장 고객 체험 서비스로의 확장도 계획 중입니다. 또한, 롯데그룹 내의 다른 유통 계열사로도 확장 가능해 로사는 롯데그룹의 첫 인공지능 솔루션으로 자리매김하였습니다.