



급변하는 정치 경제 환경이 소비자의 지출에도 영향을 미치는 가운데 소비자 기업들은 수익을 늘리고 주주 가치를 보장하기 위해 글로벌 시장 진출, 인수 합병, 제품 라인 확장 등 새로운 방법을 모색하고 있습니다. 디지털 시대를 살아가고 있는 만큼, 혁신을 위한 기술 활용에도 관심이 집중되고 있습니다. 여기에는 신제품 개발뿐만 아니라 새로운 시장 진출 경로를 마련하고 고객의 참여를 활성화하며 공급망의 효율성을 높이는 것이 포함됩니다. 소비자는 인터넷 덕분에 다양한 상품 중에서 각자의 필요 및 욕구에 부합하는 것을 선택할 수 있습니다. 따라서 소비자 회사는 트렌드를 예측하고 신속하게 대응하며 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 제품을 배치해야 합니다.

성공한 소비자 기업은 다음과 같은 새로운 전략과 프로세스를 받아들이고 있습니다.

- **구매 경로:** 이제 소비자 기업은 중간 상인의 역할을 하는 오프라인 매장에만 의존하지 않고 인터넷을 통해 고객과 직접 소통하며 관계를 맺을 수 있습니다. 우수 회원 프로그램, 소셜 미디어, 타겟 프로모션을 활용하여 소비자가 자사 제품을 가장 먼저 떠올리게 할 뿐만 아니라 귀중한 피드백도 수집합니다. 식품점에서 취급하던 품목을 Amazon 및 기타 웹 사이트에서 구입하는 소비자가 늘고 있으므로 소비자 기업은 자사 제품이 반드시 “디지털 쇼핑 리스트”에 포함되게 해야 합니다.
- **제품 맞춤 제작:** 다양성을 추구하는 소비자의 기호에 발맞춰 Warby Parker 안경, Nissan 자동차, Nike 및 Adidas 스포츠화, M&M 캔디 등 구매자가 온라인 주문에서 지정한 대로 맞춤 제작할 수 있는 제품이 늘고 있습니다. 그러기 위해서는 트렌드를 정확히 예측하는 기술과 주문을 처리할 애자일 제조 공정이 필요합니다.
- **스마트 제품:** 소비자 기업은 제품 및 레이블에 센서를 추가하여 더 효과적으로 제품 보관 및 진열 상태를 관리할 수 있습니다. 이러한 센서를 통해 온도 및 배치를 모니터링함으로써 제품의 품질을 보장할 수 있습니다.

## 소비재 산업의 당면 과제

디지털 시대에 혁신을 통해 경쟁력을 확보하려는 소비자 기업의 IT 리더는 다음을 비롯하여 점점 더 많은 시급한 비즈니스 과제를 해결해야 합니다.

### 신속한 출시



소비재 기업이 빠르게 바뀌는 소비자의 기호(최근 돌풍을 일으킨 글루텐 프리, 호박맛 향신료, “천연” 제품 등)를 유리하게 활용하려면 개발 및 테스트부터 소싱 및 제조, 유통에 이르기까지 제품 라이프사이클 전반에 소요되는 시간을 당장 단축할 수 있어야 합니다.

### 성장 시장 진출



소비재 기업은 새로운 고객을 확보하고 수익을 늘리기 위해 아시아, 남미, 아프리카 등 국내외 신규 시장을 공략하고 있습니다. 그러나 신규 시장에 진출하려면 대개 유연한 공급망, 현지 인프라/생산/유통을 위한 새로운 파트너십, 현지 인력/정부 규제 요건/비즈니스 프랙티스 관련 사항을 다룰 새로운 프로세스가 필요합니다. 소비자 기업은 현지 고객의 취향에 따라 제품을 변경하고, 다양한 현지 규정에 따라 레이블도 변경할 준비를 해야 합니다.

### 고객 만족



신세대 구매자는 기존 세대보다 브랜드 충성도가 낮은 편이고, 구매에서 다양성을 추구하지만 좀처럼 만족하지 못하는 듯합니다. 소셜 미디어 인플루언서는 소비자가 어떤 제품을 구입하거나 피하는 데 지대한 영향을 미칩니다. 또 소비자 역시 좋았거나 나빴던 경험을 온라인 제품 후기를 통해 기꺼이 공유하려 합니다. 따라서, 소비자 기업은 우수한 품질의 고객 경험을 꾸준히 제공해야 합니다.

## 사회적 책임



행동하는 지식층 고객은 환경 보호 및 인도주의와 관련된 다양한 대의명분에 따라 합당한 제품을 찾아 소비합니다. 이들은 친환경 자재, 유전자가 변형되지 않은 곡물, 공정 무역 제품, 안전한 노동 환경, 동물 실험 금지를 보장하는 기업을 선택할 수 있습니다. 어떤 제품이 특정 조건에 부합하지 않다는 증거가 있으면, 미디어 및 소셜에서 조직적인 저항 운동이 일어나 해당 기업의 이미지가 실추될 수도 있습니다. 기업이 사회적 책임을 다하려면, 엄격하고 투명한 공급망 프로세스를 통해 원료 공급, 테스트, 제조, 유통을 철저히 관리할 수 있어야 합니다.

## 비용 관리



주주는 성장을 원하지만, 가격에 민감한 소비자는 계속 다양한 제품이 공급되기를 바랍니다. 계속 저렴한 가격을 유지해야 하는 유통업체는 수익성 및 주주 이익 보호를 위해 운영 비용을 줄일 방법을 강구해야 합니다.

## 매니지드 클라우드 서비스가 해결책일까요?

여느 업종과 마찬가지로 소비재 기업들도 클라우드를 기반으로 디지털 전략을 마련하고 있습니다. DIY(do-it-yourself) 호스팅 방식의 클라우드는 “클라우드 네이티브” 애플리케이션을 위해 확장성, 인프라 효율성, 저렴한 공공요금 책정 모델(utility pricing model)을 제공합니다. 그러나 리소스 제약이 있는 IT 리더의 입장에서는 모든 요구사항에 부합하는 효과적인 클라우드 전략을 이행하기가 쉽지 않을 수 있습니다. 위험 부담이 큰 소비재 산업에서는 더욱 그렇습니다.

많은 소비재 기업이 매니지드 클라우드 서비스, 즉 서드파티 전문 업체가 고객을 대신하여 클라우드 인프라 및/또는 애플리케이션을 호스팅하고 관리하는 구독 기반 서비스에서 해결책을 찾습니다. 매니지드 클라우드 서비스는 IT 아웃소싱과 달리 사용자 기업과 서비스 제공업체의 파트너십이 형성됩니다. 제공업체가 클라우드 기술, 인프라, 전문성을 맡고, 사용자 기업은 계속 관리 감독 기능을 수행하면서 비즈니스 목표를 달성합니다. Frost & Sullivan의 연구 조사에 따르면, 미국 기업의 61%가 안전한 환경에서 최적의 비즈니스 애플리케이션 기능을 보장할 필요성 때문에 매니지드 클라우드 서비스를 도입했습니다. 소비재 업계는 상대적으로 일찍 매니지드 클라우드 서비스를 도입한 편인데, 현재 미국 소비재 기업의 68%가 이 서비스를 이용하고 있습니다.

## 소비재 기업의 IT 리더가 주목하는 매니지드 클라우드 서비스의 가치

매니지드 클라우드 서비스를 이용하는 소비재 기업 중에서 이 서비스를 IT 전략의 필수 요소로 간주하는 곳이 3/4 가까이 됩니다(72%). 그 이유는 분명합니다. 매니지드 클라우드 서비스를 통해 (특히 핵심 SAP 및 Oracle 워크로드에서) 최우선 비즈니스 과제를 해결할 뿐만 아니라 경쟁력을 유지할 수 있기 때문입니다. 소비재 기업의 IT 리더들은 매니지드 클라우드 서비스 덕분에 다음과 같은 효과를 거뒀다고 밝힙니다.

- **SAP 및 Oracle을 위해 보안/규정 준수 보고 개선**—소비재 기업의 IT 리더들은 매니지드 클라우드 서비스로 누리는 가장 큰 이점으로 보안 및 규정 준수를 꼽습니다. 전 세계에 사업장 및 공급망 파트너를 둔 소비재 기업이라면, 일관성 있게 서비스를 제공하면서 탄력적으로 데이터 주권 요건을 이행해야 합니다. 글로벌 데이터센터가 있고 보안 네트워크를 통해 각 센터를 연결하는 매니지드 서비스 제공업체라면 가장 유리한 입장에서 그러한 요구사항을 해결할 수 있습니다. 소비재 기업의 IT 리더 중 68%는 각자의 매니지드 서비스 제공업체가 ERP 애플리케이션의 보안, 가시성 및 규정 준수를 강화한다고 말합니다.

- 비즈니스 생산성 및 가용성 증대**—소비재 기업에서는 안정적인 공급망이 필수 조건입니다. 그리고 SAP, Oracle 등과 같은 ERP 플랫폼은 소비자 기업에서 운영 엔진의 역할을 합니다. 소비자 기업의 IT 리더 중 61%가 매니지드 클라우드 서비스를 통해 직원과 파트너에게 효율적으로 각종 서비스 및 애플리케이션(차세대 기술 포함)을 제공할 수 있다고 이야기합니다. 매니지드 클라우드 서비스 덕분에 SAP 및 Oracle 애플리케이션의 성능이 향상되었다는 응답도 61%에 달했습니다. 그리고 64%는 SAP 및 Oracle 워크로드에 대해 더 효과적으로 BC/DR(business continuity/disaster recovery)을 수행한 결과, 애플리케이션 및 데이터 가용성을 높일 수 있었다고 밝혔습니다.
- 애질리티 지원 및 출시 시간 단축**—소비재 기업은 시장 조건, 고객 기호, 확장 전략에 따라 언제라도 공급망 및 프로세스를 조정할 수 있어야 합니다. 올바른 매니지드 서비스 파트너라면 소비자 기업에 핵심적인 복잡한 SAP 또는 Oracle 워크로드(공급망, 재고, 재무 애플리케이션 포함)를 클라우드에서 최적화하고 현대화할 수 있습니다. 아울러 각 고객이 원하는 속도로 애플리케이션을 리팩토링(refactoring)하도록 지원합니다. 뛰어난 SAP/Oracle 파트너인 매니지드 서비스 제공업체는 클라우드 자동화 및 자체 전문성을 바탕으로 애플리케이션 업그레이드 소요 시간을 단축하고(소비재 기업 IT 리더의 57%가 중요한 이점으로 평가), 신제품 및 GTM(go-to-market) 아이디어를 더 빨리 상용화할 수 있습니다(역시 소비자 기업 응답자의 57%가 중요한 이점으로 평가).
- 비용 관리, 예산 부담 경감**—소비재 기업 IT 리더의 68%는 예측 가능한 구독 기반 가격 모델 덕분에 SAP 및 Oracle 워크로드에 드는 비용을 더 효과적으로 관리할 수 있다고 말합니다. 게다가 46%는 설비 투자(CapEx) 감축을 매니지드 클라우드 서비스의 대표적인 이점으로 꼽습니다.
- 고객 유치 및 유지**—소비재 업계 IT 리더의 입장에서 빠르게 바뀌는 고객의 요구사항에 대처하는 것이 무엇보다 중요합니다. 소비자 기업 IT 리더의 57%는 매니지드 클라우드 서비스 덕분에 고객에게 우수한 서비스를 제공하는 역량이 향상되었다고 평가했습니다.
- IT 혁신 지원**—유통업계 IT 리더의 39%가 계속 새로운 제품 및 차별화된 고객 경험을 도입할 필요성을 강조하면서 매니지드 서비스를 통해 직원들이 IT 유지보수 작업에서 벗어나 더 중요한 업무에 집중할 수 있게 되었다고 말했습니다.

## 소비재 기업에서 본격적으로 매니지드 클라우드 서비스를 도입해야 할 시점

소비재 업계의 판도가 빠르게 바뀌고 있습니다. 소비자 기업은 신규 시장 및 제품 범주로 확장하고 상호 유익한 파트너십을 활용하기 위해 서둘러 차세대 기술을 도입하는 중입니다. IT 팀은 애자일 조직이 되어야 합니다. 계속 신제품을 선보이고 개인별, 지역별 취향에 따라 맞춤 제작할 뿐만 아니라 핵심 업무에서 효율성을 높이고 비용을 절감하도록 지원해야 합니다. 올바른 매니지드 클라우드 서비스 파트너라면 이러한 부분에서 큰 도움을 줄 수 있습니다.

한 글로벌 소비자 기업의 CIO는 매니지드 클라우드 서비스의 가치에 관한 질문을 받고 전략 및 전술 차원에서 여러 이점을 언급했습니다. “매니지드 클라우드 서비스 덕분에 조직의 성장 속도에 따라 확장하고, 정보를 보호하며, 워크로드를 균형적으로 관리할 수 있습니다.”

이 업계에서 가장 큰 성공을 거둔 기업들의 모범 사례에 따라 전문적인 매니지드 클라우드 서비스 제공업체와 함께 일할 때입니다. 고객, 직원, 파트너, 주주 모두 만족할 것입니다.

**Lynda Stadtmueller**

Stratecast | Frost & Sullivan

클라우드 컴퓨팅 부문 부사장

[lstadtmueller@stratecast.com](mailto:lstadtmueller@stratecast.com)

## 추가 정보

# 매니지드 클라우드 서비스로 누릴 수 있는 비즈니스상의 이점

Frost & Sullivan 백서에서 확인하세요.



### 전략 파트너 찾기:

디지털 트랜스포메이션에서 매니지드 클라우드 서비스의 역할




ERP 구축의 혁신을 지원하는 매니지드 클라우드 서비스: 사용자의 경험에서 얻은 6가지 교훈



## Stratecast 소개

Stratecast는 빠르게 진화하고 치열한 경쟁이 벌어지는 정보 통신 기술 시장에서 고객과 긴밀하게 공조하면서 현명한 비즈니스 의사결정을 지원합니다. 행동에 주안점을 둔 구독형 리서치와 맞춤형 컨설팅 프로젝트를 복합적으로 활용하면서 특별한 지식과 통찰력을 제공합니다. 이러한 지식과 통찰력은 고객과의 협업이 중요하고, 현재의 파트너가 미래의 경쟁자가 되며, 애질리티와 혁신이 성공의 핵심 요소인 산업 현장에서 오랫동안 축적한 경험을 통해서만 얻을 수 있습니다. 귀사의 성장 목표를 달성하기 위해 Stratecast의 경험을 활용하려면 Stratecast 고객 담당자에게 문의하세요.

다음 단계 



자세한 내용은 아래 사이트에서 확인하세요.  
**IBM Cloud Managed Services** 웹 페이지



본 보고서 시리즈에서 다른 주제를 더 자세히 살펴보고 싶으신가요?  
 전화 **877- 463-7678** 또는 이메일 **inquiries@strategcast.com**으로  
 연락하여 관심 있는 주제를 알려주세요.



**Strategcast** 웹 페이지를 방문하세요.



**GIL(Growth Innovation & Leadership)**  
 이벤트에 참석하여 숨어 있는 성장의 기회를 찾으세요.

**실리콘밸리**

3211 Scott  
 Santa Clara, CA 95054  
 Tel 650.475.4500  
 Fax 650.475.1571

**샌안토니오**

7550 West Interstate 10,  
 Suite 400  
 San Antonio, TX 78229  
 Tel 210.348.1000  
 Fax 210.348.1003

**런던**

Floor 3 - Building 5,  
 Chiswick Business Park,  
 566 Chiswick High Road,  
 London W4 5YF  
 Tel +44 (0)20 8996 8500  
 Fax +44 (0)20 8994 1389

877.GoFrost  
 myfrost@frost.com  
 www.frost.com

동반 성장을 목표로 하는 기업인 Frost & Sullivan은 고객과 긴밀하게 공조하면서 미래지향적인 혁신을 통해 오늘날 시장 주자의 성패를 결정할 글로벌 과제와 성장 기회를 검토하고 그에 대한 대응책을 제시합니다. 글로벌 1000대 기업, 신생 기업, 공공 기관 및 투자 커뮤니티를 위한 성장 전략을 개발해 온 지는 50년이 넘습니다. 귀사는 산업 융합, 혁신 기술, 더욱 치열해지는 경쟁, 메가 트렌드, 획기적인 우수 사례, 변화하는 고객과의 역학 관계, 그리고 신흥 경제국의 부상으로 인해 요동치는 미래를 어떻게 준비하고 계신가요?

*사용 허가에 대해서는 아래의 주소로 문의해주세요.*

Frost & Sullivan  
 3211 Scott Blvd  
 Santa Clara, CA 95054