

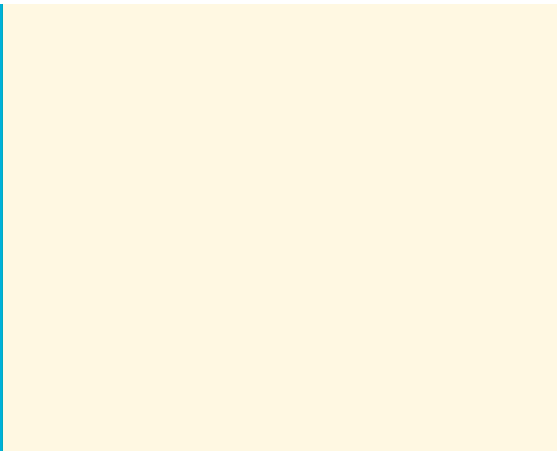
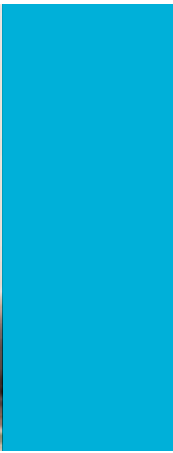
2017

유통 산업을
위한 IBM
솔루션 가이드



IBM





목차

서문	4
유통 산업의 과제	6
쇼핑 및 고객 경험	8
고객에 대한 단일 통합 뷰	10
마케팅과 소통	12
커머스	14
머천다이징 및 공급 네트워크	16
머천다이징 및 상품 구색	18
공급 네트워크 및 물류 실행	20
운영 및 혁신	22
백오피스 혁신	24
매장 및 보안	26
성과 인사이트 및 계획	28
IBM의 유통 산업 지원	30



서문

새로운 기술이 등장하면서 소비자가 교감하고 소통하고 탐색하는 방식 및 소비자가 상품과 서비스를 선택하고 구매하는 방식을 변화시키고 있습니다. 발 빠른 혁신 주자들은 이미 기술을 활용하여 새로운 비즈니스 모델, 서비스, 솔루션을 개발하기 시작했고, 이는 유통 산업에 파괴적 변화를 일으키며 소비자의 기대를 바꿔 놓고 있습니다. 이에 대응하여 유통 기업은 잠시의 중단도 허용하지 않는 Always-On 환경에서 소비자를 이해하고 서비스하며 소비자와 소통하는 새로운 방식을 모색해야 합니다.

온/오프라인 세상이 융합되고 있는 오늘날 유통 업계에서는 통합된 쇼핑, 즉 진정한 옴니채널 리테일링이 성패의 관건입니다. 모바일 및 소셜에서의 고객의 참여가 사물 인터넷(Internet of Things, IoT), 즉 각종 시스템과 웨어러블 기술이 커넥티드 디바이스로부터 데이터를 생성하는 공간과 만나 기업이 인사이트와 혁신을 통해 경쟁력을 확보할 수 있는 새로운 기회를 제공합니다. 그와 더불어 새로운 소스로부터 확보된 방대한 데이터를 코그니티브 컴퓨팅을 통하여 다양한 차원으로 분석을 함에 따라 고객의 경험을 향상시키고 비즈니스의 효율화가 가능해졌습니다. 유통 업계에서는 이를 통해 더 깊이 빠르게 이해함으로써 소비자에게 더욱 유익한 정보와 오퍼를 제공하고 기업을 보다 전략적이고 효율적으로 운영할 수 있는 기회를 의미합니다.

추가적으로, 몇가지 산업의 근간은 시간이 지나도 변치않는 중요한 가치가 있습니다. 유통 업계의 경우 모든 기업은 다음 3가지 영역에 주력해야 합니다.

- 쇼핑 및 고객 경험: 고객 개개인과 모든 접점에서 완벽하게 소통합니다.
- 머천다이징 및 공급 네트워크: 더 우수한 오퍼링, 탄력적인 공급망, 파트너 협업을 통해 차별화합니다.
- 운영 및 혁신: 혁신을 통해 운영의 민첩성을 높이고 수익성 있는 비즈니스 모델을 갖추고 직원의 역량을 강화합니다.

유통 기업은 이러한 과제를 해결함으로써 소비자와 소통하고 효율적으로 운영하고 충성도를 바탕으로 시장 점유율을 높이고 수익성 있는 성장을 구가할 수 있습니다.



유통 기업은 기술을 활용하여 이 3대 공통 과제를 성공적으로 수행할 수 있습니다. 모바일 및 소셜 소통 기술은 상황에 적합하고 유익한 형태로 소비자, 직원, 공급업체와 연결하는 것을 가능하게 합니다.

블록체인과 같은 새로운 기술과 날씨 예보와 같은 하이퍼로컬라이징 데이터 포인트를 통해 유통 기업의 운영 효율성, 투명한 프로세스, 민첩성을 강화하여 소비자가 기대하는 제품 및 서비스를 공급할 수 있습니다. 빅데이터 및 분석으로 패턴, 선호도, 트렌드를 밝혀내 더 효과적이고 신속한 마케팅, 머천다이징, 공급망, 서비스 결정을 지원할 수 있습니다.

클라우드 컴퓨팅 및 기타 혁신적인 접근 방식은 소비자가 요구하는 새로운 기능을 더 빠르고 효율적이고 확실한 방법으로 제공합니다. 그리고 엔터프라이즈 보안은 기업의 가장 중요한 정보, 특히 고객 데이터를 안전하게 보호합니다.

IBM은 유통 기업이 소비자의 요구에 발맞춰 변화하는 데 필요한 모든 것, 즉 로드맵 개발, 솔루션, 인프라, 과학적 리서치 기술, 컨설팅, 대화형 사용자 경험 디자인 등을 제공합니다. 유통 기업이 고객 관계를 심화하고 차별화된 상품 구색을 내놓으면서 전사적 범위에서 운영 우수성을 실현하여 수익성 있는 성장을 위한 추진력을 얻도록 지원합니다.

본 가이드에서는 유통 기업을 위한 IBM 솔루션을 소개합니다. 유통 기업이 각 영역에서 해결해야 할 과제 및 이를 돕는 IBM 솔루션을 간략하게 살펴볼 것입니다.

본 솔루션 가이드에서 다루는 IBM 솔루션에 대해 더 자세히 알아보려면 IBM 담당자에게 문의하십시오.

감사합니다.
IBM 글로벌 유통 산업 팀

코그니티브 컴퓨팅

“코그니티브 컴퓨팅”이란 데이터(정형 및 비정형)를 이해하고 목적에 따라 추론하고 대규모로 학습하고 자연어를 통해 사람과 소통하는 시스템을 의미합니다. 코그니티브 시스템은 사전에 프로그래밍된 것이 아니라, 고객과 상호작용을 하고 고객 경험을 제공하는 환경에서 학습하고 추론합니다.

기업은 코그니티브 시스템을 통해 오늘날 전 세계의 고객, 시스템, 커넥티드 디바이스에 의해 생성되는, 더욱 방대해지고 빨라지며 복잡해지는 정보를 활용할 수 있습니다. 이는 기업의 경쟁력 및 수익성을 지키는 데 필수 조건입니다.

사물 인터넷

사물 인터넷(IoT)은 매일 방대한 양의 정보를 수집하거나 생성하는, 더욱 다양해지는 인터넷 연결 디바이스를 가리킵니다. 고객에게는 휴대폰, 스포츠 웨어러블, 가정용 냉난방 시스템 등이 모두 해당됩니다. 산업 환경에서는 생산 설비, 공급망, 차량 내 부품 등에 이러한 디바이스와 센서가 쓰이고 있습니다. 유통 산업에서의 IoT는 최상의 디지털 기술을 오프라인 매장에 접목하여 새로운 쇼퍼 인사이트와 고객 경험을 제공하고, 효율적인 매장 운영 및 지능적인 머천다이징 및 공급 네트워크를 구축하는데 활용됩니다.

블록체인(Blockchain)

블록체인으로 단일 공유 원장(ledger)을 생성하여 어떤 자산과 관련된 모든 거래에 대해 단일하고, 완전하며, 보안이 보장된 기록을 관리할 수 있습니다. 블록체인은 개별 회사나 조직이 소유하던 정보를 거래의 전체 라이프사이클에 걸쳐 모든 관계자와 참여자간에 완벽한 기록 및 공유하는 패러다임으로 변화시킵니다. 그러면 다자간 비즈니스 네트워크의 전반에서 신뢰, 책임, 투명성을 강화할 수 있습니다.

코그니티브, IoT, 블록체인은 각자 또한 서로 연계하면서 운영 효율, 고객 경험, 추적 가능성, 조직 차원의 민첩성을 높여 유통 기업에 거대한 변화를 가져올 수 있습니다.

서론: IBM의 관점에서 본 유통 기업의 과제



유통 기업은 저마다 고유한 비즈니스 상황에 놓여 있고 고유한 자원 및 자산, 강점, 우위를 시장에 선보입니다.

그러나 IBM은 모든 유통 기업이 경쟁하고 성공을 거두기 위해 제대로 이행해야 할 공통 과제가 있다고 확신합니다.

본 가이드에서는 IBM이 규정한 유통 기업의 3대 과제 및 이를 지원하는 IBM 솔루션을 소개하고 IBM이 세계 유수의 유통 기업으로 하여금 어떻게 비즈니스 목표를 달성할 수 있도록 지원하는지 설명합니다.



다음 페이지부터는 이 유통 기업의 3대 과제 및 각각을 위한 IBM 솔루션을 살펴봅니다.



더 만족스러운 쇼핑 경험을 제공하는 유통 기업은 소비자 개개인에게 시의적절하고 유익한 개별 맞춤형 경험을 제공하면서 소통합니다.



소비자가 개인으로 인정받으며 서비스를 누리고자 하는 세상에서 경쟁하는 기업은 고객을 개인적으로 알고 그 라이프스타일 니즈(needs), 요구, 열망을 이해하고 고객의 현재 관심사, 니즈, 요구를 염두에 두고 있다는 확신을 심어 줘야 합니다. 이러한 수준의 친밀도를 통해 기업과 고객 모두에게 지속적이고 값진 관계를 구축할 수 있습니다.

또한 만족스러운 쇼핑 경험을 제공하려면 개별 "채널"의 개념에 머물러서는 안 됩니다. 고객은 매장, 웹, 모바일 디바이스에서 또는 콜 센터를 이용하여 어떠한 불편도 없이 기업과 소통할 수 있어야 하며, 각자 원하는 대로 연결하고 제품을 탐색, 구매, 수령, 반품할 수 있는 유연성도 필요합니다.

이와 같은 쇼핑 경험을 제공하려면 무엇이 필요할까요? 모든 터치포인트를 포괄하는 단일 고객 통합 뷰, 단일 커머스, 고객 소통과 참여를 위한 마케팅 플랫폼입니다.

IBM은 유통 기업이 모바일, 소셜, 사물 인터넷에서 생성된 빅데이터를 수집, 보호, 분석하여 각 고객을 개개인으로 인식하고 상황과 연계하여 이해할 수 있도록 지원합니다. 사내외의 새로운 정형 및 비정형 데이터 소스로부터 제공되는 모든 데이터를 활용하면 개인의 이력을 알아낼 뿐 아니라 각자의 관심사, 현재 라이프스타일 니즈 및 요구까지 파악할 수 있습니다.

이러한 작업이 실시간으로 이루어진다면 각 소비자에게 정확히 어떤 정보, 메시지, 상품을 제공할지 즉각 결정할 수 있습니다. 이러한 프로세스가 일관성 있게 진행되면 소비자와 더 깊은 관계로 발전하고 소비자가 가장 먼저 떠올리는 브랜드가 될 수 있습니다.

더 만족스러운 쇼핑 경험을 제공하기 위한 조건



먼저 모든 터치포인트를 포괄하는 하나의 통합적인 뷰에서 개별 고객을 바라봐야 합니다.



**고객에 대한 단일
통합 뷰**

그런 다음 어떤 시점에서든 고객을 개인적으로, 직접적으로 이해하고 있음을 나타내는 적절한 메시지 및 오피를 사용하여 고객과 소통해야 합니다.



마케팅과 소통

마지막 단계로, 고객과 소통하는 모든 시점에 마치 시계태엽같이 정확하게 공급되어야 합니다.



커머스



다음 페이지에서는 더 유익한 고객 경험을 지원하는 IBM 솔루션 포트폴리오에 대해 알아봅니다.



고객에 대한 단일 통합 뷰

IBM의 정의

고객을 집단 및 개인 차원에서, 라이프스타일 변화에 발 맞춰 이해하고 그 정보를 활용하여 견고한 관계를 구축하는 것은 경쟁을 좌우하는 핵심 조건입니다. 그러나 대부분의 유통 기업은 그 실현 방법의 측면에서 고전하고 있습니다.

이제는 물리적 세상과 디지털 세상을 연결하고 이 정보에 예측 기술을 적용함으로써 해결 가능한 과제가 되었습니다. 유통 기업은 매장 내에서 고객의 행동, 이를테면 이동 경로, 각 구역에서 보내는 시간, 실제 구매 주기를 면밀하게 관찰할 수 있습니다.

이러한 데이터를 수집하여 고객 관계 이력, 온라인 행동 및 외부 데이터와 연계하고 분석을 적용함으로써 어떤 시점에서든 각 소비자의 현재 활동, 요구, 니즈를 밝히는 것을 고객에 대한 단일 통합 뷰라고 합니다. 이러한 인사이트를 실행함으로써 경쟁이 치열한 시장에서 구매자의 관심과 선택을 받을 수 있습니다.

하지만 이는 단일 시스템이나 프로세스만으로는 가능하지 않습니다. 사내외에서 최대한 많은 정보를 수집한 다음 이를 활용하여 더 통찰력 있고 강력한 고객 관계로 발전시켜야 합니다.

필요 사항

각 고객을 개인으로 이해하기 위한 인사이트 -고객 마스터 허브

여기에는 고객의 정보, 거주지, 인구 통계 속성, 관심사, 활동, 특성, 선호도 등에 대한 정보가 포함되며 모두 한곳에 저장됩니다.

각 고객과 유통 업체간의 거래 및 상호작용에 대한 가시성 - 고객 거래 리포지토리

여기에는 채널 및 활동에 대한 가시성, 즉 고객이 무엇을 구매했고 언제 어디서 어떻게 쇼핑했으며 누구와 접촉했고 어떤 마케팅에 응답했고 어떤 상품을 선호하는지에 대한 정보가 포함됩니다.

각 고객과 다른 사람들과의 활동 및 상호작용 정보 -고객 활동 리포지토리

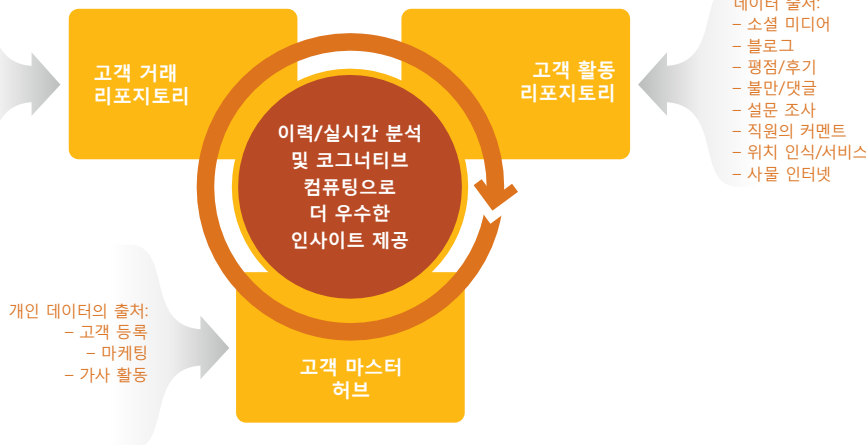
고객과 다른 사람, 즉 친구, 가족, 다른 유통 기업, 브랜드 등과의 상호 관계에 대해, 이를테면 댓글, 후기, 호불호, 호평, 불만 사항 등을 조사합니다.

새로운 정보 출처로부터 인사이트를 얻기 위한 빅데이터 및 분석

사내외에서 새로운 데이터 소스를 수집하여 보호하고 분석을 적용하고 코그니티브 컴퓨팅을 활용하여 행동 동인에 대한 인사이트를 확보하여 더 개인화된 쇼핑 경험으로 충성도, 매출, 이윤을 높입니다.

비즈니스 컨텍스트의 예

- 거래 데이터의 출처:
- 매장
 - 온라인
 - 모바일
 - 콜 센터
 - 키오스크
- 외부 데이터:
- 인구 통계
 - 날씨
 - 인구 조사
 - 사물 인터넷



잠재적 이점

매출 상승

이윤 증가

만족도 및 충성도 향상

IBM의 제공 방식

고객에 대한 단일 통합 뷰로 분류되는 기능은 다양한 아키텍처로 구현할 수 있으나 사람, 프로세스, 기술의 긴밀한 통합이 요구됩니다.

첫 번째는 IBM® InfoSphere® Master Data Management를 사용하는 첨단 **고객 마스터 허브**를 구축하여 모든 프로필, 선호도, 기타 속성을 포괄하면서 각 고객에 대한 정보를 일관성 있게 통합적으로 모니터링하는 것입니다. 이와 관련된 핵심 목표 중 하나는 속성을 관리하고 가장 중요한 정보를 식별하고 중요 정보를 필요로 하는 모든 시스템 및 프로세스에 실시간으로 정보를 제공할 방법을 정의할 수 있도록 프로세스를 마련하는 것입니다. 그 다음은 첨단 **고객 거래 리포지토리**입니다. 그 목적은 모든 채널에서 매출 관련 데이터를 취합한 다음 그 데이터를 다른 고객 활동 관련 정보와 연계하는 것입니다.

여기에는 매장 방문, 매장 직원 및 콜 센터와의 접촉, 온라인 쇼핑 및 모바일 마케팅을 통해 개인의 구매 습관 및 상호 관계를 종합적으로 모니터링하는 것이 포함됩니다.

이를 위해 **IBM Big Data & Analytics** 솔루션은 방대한 고객 거래 데이터를 기록적인 속도로 관리하고 분석하며 이 정보를 전사적 범위에 배포할 수 있도록 경이로운 성능을 제공합니다. **IBM SPSS®** 소프트웨어는 강력한 통계 모델링 기능으로 고객의 행동을 더 정확하게 예측하고 인사이트를 개발할 수 있도록 지원합니다. **IBM Watson®**은 코그니티브 컴퓨팅 플랫폼으로 자연어 처리를 통해 몇 초 만에 새로운 패턴과 인사이트를 발견합니다. 뿐만 아니라 Watson은 소셜 정서 및 블로그를 바탕으로 고객의 심리 프로파일을 생성하여 새로운 패턴이나 습관, 개성 인사이트, 쇼핑 선호도를 더 정확히 이해하게 해줍니다.

IBM의 소셜 미디어 분석 솔루션을 사용하는 첨단 **고객 활동 리포지토리**를 구축하여 고객의 서드파티 관계 및 활동, 즉 블로그 항목, 이메일, 소셜 미디어 게시물 및 댓글, 평점, 후기, 불만, 웹 사이트 분석 등을 수집하는 것으로 모든 것이 완성됩니다. 이 고객 활동 리포지토리를 활용하여 고객의 정서를 이해하고 영향력을 찾아내고 고객 만족 기회를 정확히 발견할 뿐 아니라 소비자의 브랜드 평판 및 신뢰도까지 모니터링함으로써 고객에게 꼭 필요한 존재가 될 수 있습니다.

IBM은 이러한 기능을 지원하는 다양한 플랫폼 및 이 플랫폼을 활용하는 각종 사전 구현 형태의 유통 전문 솔루션을 제공합니다.

엄선된 IBM 솔루션

소프트웨어 및 클라우드 솔루션	프로세스 개선 및 구현 서비스	매니지드 서비스	기술 플랫폼
<ul style="list-style-type: none"> IBM InfoSphere MDM for customers and products IBM InfoSphere BigInsights® IBM Initiate® MDS IBM SPSS IBM Predictive Customer Intelligence IBM Cognos® Analytics IBM Social Collaboration and Digital Experience IBM Predictive Customer Analytics IBM Watson Personality Insights IBM Watson Engagement Advisor IBM Watson Explorer IBM Watson Discovery Advisor® IBM Watson Analytics IBM Watson Customer Experience Analytics IBM Watson Analytics for Social Media 	<ul style="list-style-type: none"> 고객 및 제품 라이프사이클 관리 고객 세그멘테이션 첨단 분석 및 차선책/고객 인텔리전스 소퍼 행동 분석 생애 이벤트 감지 영향 분석 고객 엔티티 해석 고객 대화 소셜 분석 소비자 네트워크 경험 	<ul style="list-style-type: none"> 마케팅 및 소비자 분석 분석 답변 매니지드 마케팅 서비스 IBM Social Media Analytics The Weather Company® 마케팅 서비스 및 인사이트 	<ul style="list-style-type: none"> Advanced Analytics on IBM Power Systems™ and IBM z Systems® IBM PureData® System for Analytics, powered by IBM Netezza® Systems of Engagement on IBM SoftLayer®

각 솔루션에 대한 자세한 내용은 ibm.com® 웹 사이트에서 확인하십시오. 브리핑을 원하실 경우 IBM 담당자에게 문의하십시오.

사례 연구

<h3>HONEST CAFÉ</h3> <p>이 영국의 셀프 서비스 커피 전문점 체인은 고객의 행동을 더 정확히 파악하여 충성도를 높이고 상향 판매(upsell)를 활성화하고자 IBM Watson Analytics를 도입했습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 고객의 브랜드 구매 방식에 대한 확장된 학습 지원 개점하는 각 카페의 고유한 특성을 파악하여 지능적인 성장 촉진 최고 가치 고객을 파악하여 충성도 강화 오퍼의 타겟으로 설정 	<h3>ROSSMAN</h3> <p>이 폴란드의 약국 체인은 60만여 명에 달하는 고객의 쇼핑 습관 및 기대를 더 잘 이해하고 더 우수한 쇼핑 경험을 제공하고자 IBM Big Data & Analytics를 구현했습니다. Rossman은 IBM Big Data & Analytics를 통해 다음과 같은 성과를 거뒀습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 대부분의 고객 보고서 생성에 소요되는 시간을 1/60 수준으로 단축 애플리케이션을 위한 데이터 서비스 감소와 성능 최적화 단일 제품과 제품 그룹 간의 관계 설정 	<h3>LUXOTTICA</h3> <p>이 대표적인 다국적 안경류 유통 기업은 360도 전방위적으로 고객을 모니터링하고 마케팅 활동을 위한 실행 가능한 고객 인사이트를 개발하고자 IBM PureData Solution for Customer Insight를 선택했습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1억 명이 가까운 인구 집단에서 최고 가치 고객 선별 고유한 선호도 및 이력을 바탕으로 개별 고객 공략 마케팅 실효성 10% 향상 기대
--	---	---



마케팅과 소통

IBM의 정의

상황에 적합하고 유의미한 방식으로 고객과 소통하기 위해서는 광고, 마케팅, 머천다이징을 연계할 수 있는 방법을 모색해야 합니다. 그러려면 고객 개개인을 깊이 이해할 뿐 아니라 고도로 정밀하게 오퍼를 정의하고 적시에 적합한 매체(디지털, 푸시 알림, SMS, 이메일, 오프라인 매장, 인쇄물)를 통해 해당 오퍼에 응답할 만한, 공략할 가치가 있는 소비자를 대상으로 하여 커뮤니케이션의 타겟을 정해야 합니다. 이 모든 활동에서 새로운 형태의 하이퍼로컬(hyper-local) 데이터, 이를테면 정밀 날씨 예보, 교통 정보, 지역 뉴스 등을 활용할 필요가 있습니다.

여기서는 실시간으로 라이프스타일 니즈의 변화를 포착하여 고객의 행동에 영향을 미치고 마케팅 지출의 ROI를 크게 끌어올리고 매출을 늘리고 고객 만족도를 높일 수 있느냐가 성공의 척도입니다.

필요 사항

모든 캠페인 및 프로모션이 예정대로 진행되게 하는 마케팅 운영

확실한 프로세스를 통해 마케팅 전략으로부터 통합적이고 일관성 있는 마케팅 계획을 수립하고 계획 실행을 관리함으로써 소비자와의 모든 상호 관계 및 소통에서 일관된 브랜드 메시지를 전달합니다.

머천다이징과 밀접하게 상호 연결되는 캠페인 계획 프로세스

유통 기업이 상품 및 알맞은 오퍼를 선택하는 프로세스와 해당 상품을 위해 효과적인 마케팅 캠페인을 정의하는 프로세스의 통합이 필수적입니다.

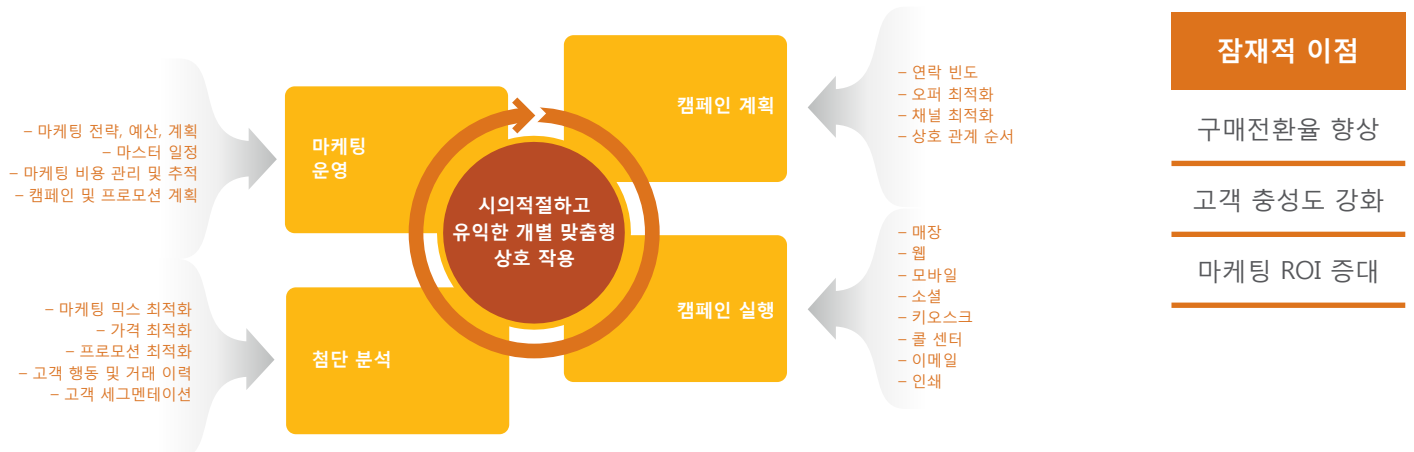
온/오프라인 경험 및 유의미한 상호 관계를 실현하고 잠재 고객을 충성도 높은 고객으로 전환하기 위한 캠페인 실행

더 이상 마케팅 캠페인이 방송 활동에 머물러서는 안 됩니다. 주도면밀한 타겟팅으로 개별 소비자를 공략해야 하며, 이를 위해 이력, 행동 동인, 현재 라이프스타일 니즈에 기반한 개인화된 오퍼를 통해 쇼퍼로부터 구체적인 행동을 이끌어내야 합니다.

고객 데이터를 광범위하게 활용하는 첨단 분석으로 관계 개발 및 확장

유통 기업은 사내외에 존재하는 방대하고 다양한 이력 및 실시간 데이터를 활용하여 각 고객을 개인으로, 상황과 연계하여 이해하고 어떤 시점과 위치에서든 최상의 조치를 결정해야 합니다.

비즈니스 컨텍스트의 예



IBM의 제공 방식

첫 번째는 **Journey Designer** 및 **Universal Behavior Exchange** 기능을 갖춘 **IBM Marketing Cloud** 기반 **마케팅 운영** 시스템입니다. 이 시스템은 중앙 허브의 역할을 하면서 모든 접점에서 수집된 고객 데이터를 사용하고 분석 솔루션을 통해 인사이트로 전환하도록 지원할 수 있습니다. 인사이트를 활용하여 효과 높은 마케팅 캠페인을 정의하고 내부 프로세스를 간소화하여 최적의 방식으로 캠페인을 실행함으로써 정확히 일정대로, 실시간 고객 요구 사항과 연계하여 광고 및 마케팅 활동을 수행할 수 있습니다.

다음 요구 사항은 **IBM Marketing** 및 **IBM Omnichannel Merchandising** 소프트웨어 기반의 **옴니채널 캠페인 계획**입니다. 이를 통해 개별 고객을 대상으로 한 개인화된 오퍼가 가능하고 각종 접점을 통해 고객과 소통하는 방식이 최적화될 수 있습니다. 이를테면 프로모션을 위한 이메일을 신속하게 작성하고 캠페인을 콜 센터 직원에게 전달하여 아웃바운드 마케팅 콜을 시작합니다.

모바일 쇼핑이 증가하는 만큼 유통 기업은 소비자화 소통하면서 온라인 매출 및 매장 방문 트래픽을 늘리고 개인화된 오퍼로 쇼퍼를 공략하는 데 각별한 노력을 기울여야 합니다.

캠페인 실행 측면에서 보면, 현재의 시장 환경에서는 고객과의 양방향 대화를 지속할 수 있어야 합니다. **IBM Marketing Cloud** 솔루션은 이전에 본 상품이나 추천 상품을 토대로 광고를 표시하는 등 다양한 방식으로 구매 경로에 영향을 미치면서 모든 채널에서 탁월한 경험을 제공할 수 있게 합니다. 뿐만 아니라 **IBM Watson Customer Experience Analytics** 솔루션으로 디지털 채널에서 또 다른 기회를 발견할 수 있습니다. 웹 사이트에서 겪은 문제 때문에 방치된 장바구니를 예로 들 수 있습니다. IBM의 고객 경험 관리 솔루션에서 온라인 구매전환율 및 고객 이탈 방지 목표를 달성하는 데 중요한 가시성, 인사이트, 해결책을 얻을 수 있습니다.

통합 마케팅 관리 환경에서는 캠페인 실행 단계에서 얻은 이러한 피드백을 캠페인 계획 단계로 역전달하여 학습 효과를 높이고 인텔리전스를 강화할 수 있습니다.

IBM SPSS 소프트웨어 기반 **첨단 분석** 기능이 이 모든 요소를 연결하는 핵심적 역할을 맡습니다. SPSS 소프트웨어를 통해 귀사의 현재 오퍼에 대한 반응을 토대로 고객의 호감, 관심사, 선호도에 대한 최신 인사이트를 수집하고 실시간 소통을 통해 쇼퍼 개개인에게 가장 유익하고 시의적절한 오퍼를 제공하는 것이 가능합니다. 또한 분석 소프트웨어는 계획되었거나 진행 중인 마케팅 활동에 대한 가시성과 함께 마케팅 예산 최적화를 위한 데이터를 제공하면서 마케팅 프로세스 주기를 완성할 수 있습니다.

오늘날 마케팅에서 두드러진 효과를 거두려면 연관성(relevance) 및 개인화(personalization)가 관건입니다. IBM은 이 요건을 실현하기 위한 종합적인 기능을 제공합니다.

엄선된 IBM 솔루션

소프트웨어 및 클라우드 솔루션	프로세스 개선 및 구현 서비스	매니지드 서비스	기술 플랫폼
<ul style="list-style-type: none"> IBM Campaign IBM Interact IBM Mobile Customer Engagement IBM Marketing Operations IBM Marketing Cloud IBM SPSS IBM Pay IBM Watson Customer Experience Analytics IBM Watson Analytics for Social Media IBM Watson Real-Time Personalization IBM Watson Content Hub 	<ul style="list-style-type: none"> 엔터프라이즈 마케팅 관리 최적화 마케팅을 위한 첨단 분석 고객 경험 디자인 및 관리 차선책/고객 인텔리전스 미디어 자산 배치 	<ul style="list-style-type: none"> 마케팅 및 소비자 분석 매니지드 마케팅 서비스 The Weather Company 마케팅 서비스 및 인사이트 	<ul style="list-style-type: none"> IBM Marketing on IBM Power Systems IBM SmartCloud® Enterprise+, SoftLayer IBM Bluemix® Watson Internet of Things

각 솔루션에 대한 자세한 내용은 ibm.com® 웹 사이트에서 확인하십시오. 브리핑을 원하실 경우 IBM 담당자에게 문의하십시오.

사례 연구

MACY'S	BOOTS UK	SEPHORA(SHANGHAI)
<p>이 미국의 유통 기업은 매장 방문 고객에게 온라인 쇼핑의 여러 핵심적인 이점을 제공하고자 IBM 기술 기반의 코그너티브 모바일 쇼핑 솔루션을 개발했습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 더 심도 있는 고객 인사이트로 개인 맞춤형 상품추천 지원 더 긴밀한 매장 내 고객 소통으로 고객의 재구매 활성화 고객 불만을 줄여 매장당 수익 증대 	<p>이 건강 뷰티 전문 유통 기업은 IBM Bluemix를 사용하여 내부 시스템의 데이터를 통합하는 새로운 판매 지원 앱을 구축했으며, 그 결과 매장 직원은 새로운 차원에서 고객을 지원하고 소통할 수 있게 되었습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 최신 제품 및 프로모션 정보 서비스 고객에게 최신 제품 정보, 평점, 후기 제공 더 신속한 서비스 및 개인 맞춤형 조언으로 매출 신장 지원 	<p>이 중국의 화장품 유통 기업은 온라인에서 장바구니 포기율의 주원인을 비롯하여 고객의 행동을 더 잘 이해하고자 IBM Tealeaf를 도입했습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 모든 채널의 전 범위에서 캠페인을 추적하면서 잘된 점과 그렇지 않은 점 파악 더 편리한 온라인 쇼핑 경험으로 매출 최대 3.5% 증가 새로운 코그너티브 추천 엔진을 도입하기 위한 준비 완료



커머스

IBM의 정의

상거래(Commerce)는 물리적 세상과 디지털 세상을 연결하여 고객 및 상품에 대한 하나의 통합적인 뷰를 제시하면서 어떤 터치포인트에서도 고객과의 원활한 상호 작용을 지원하는 기능을 포괄적으로 가리키는 용어입니다. 다양한 모바일, 소셜, 클라우드, 보안 기술을 활용하는 새로운 판매 공간을 개발하여 거래를 수행하고 유연하게 소싱하고 고객 주문을 처리하십시오. 그러면 고객은 언제 어디서나 어떤 식으로든 원하는 대로 탐색, 구매, 추적, 수령, 반품할 수 있게 됩니다.

그와 더불어 IBM의 상거래 솔루션은 더 우수한 재고 가시성 및 고급 분석 기능을 활용하여 유통 기업의 운영 효율성을 극대화할 수 있습니다. 즉 각 고객 주문이 비용 및 각종 조건의 측면에서 가장 효율적인 위치, 출처, 처리 경로에서 자동으로 실행되므로 귀사는 모든 판매에서 최고의 수익을 거두면서 고객의 기대에 부응할 수 있습니다.

필요 사항

세계 최고의 효율성 및 유연성으로 고객과의 모든 상호 관계를 지원하는 상거래 기능을 위한 단일 통합 디지털 엔진

고객은 완전하고 간단하며 매력적이고 확신을 주는 쇼핑 경험을 원합니다. 즉 어디서 쇼핑하더라도 동일한 매장을 이용할 수 있어야 합니다. 고객이 다른 채널 및 접점으로 이동할 때 그리고 인지, 탐색, 조사 단계에서 벗어나 실제로 구매하고 상호 관계를 지원하기 시작할 때 귀사가 모든 거래에서 일관성 있고 유능하며 믿을 만하다는 것을 매 순간 확신할 수 있어야 합니다. 또한 고객이 언제 어디서 귀사와 연결하더라도 그 이력 및 상호 관계가 수반되어야 합니다.

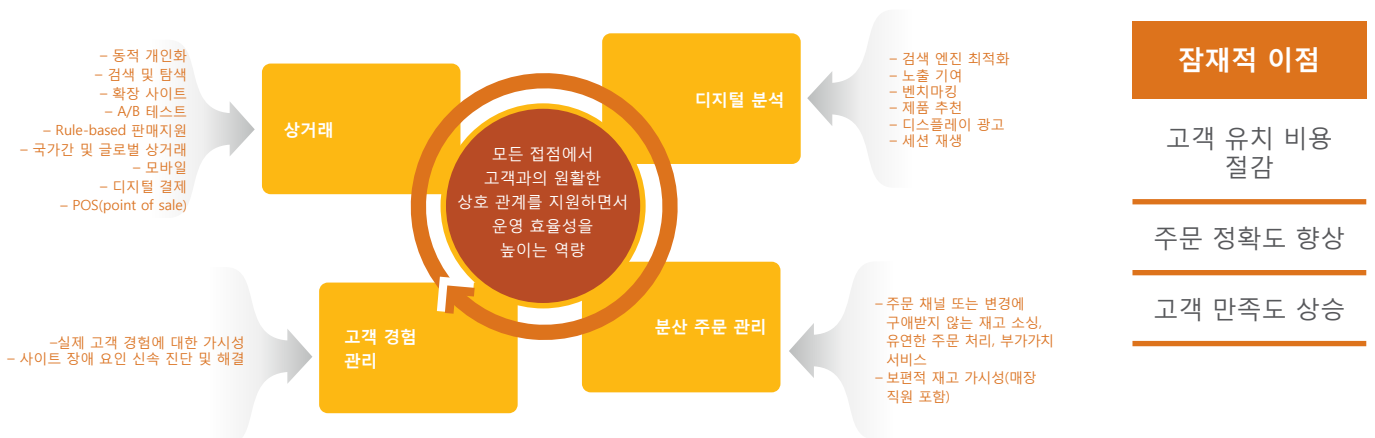
가장 효율적이고 경제적인 경로로 각 고객 주문을 처리할 수 있는 주문 관리 프로세스

최신 공급망의 복잡성 때문에 비용을 절약하고 주문 처리 속도를 높일 기회가 사라질 수도 있습니다. 주문 관리 프로세스에서 새로운 인사이트 및 기능을 활용하여 빠르고 비용 효율적인 실행을 지원함으로써 고객 만족도와 수익성을 높일 수 있습니다.

중단 없이 고객의 변화하는 활동 및 반응을 모니터링하면서 신속한 학습을 지원하고 성공을 위한 다음 경로를 제시하는 첨단 디지털 분석

여기서는 귀사가 경쟁사보다 한 발 앞서 트렌드를 파악하고 새로운 기회를 포착하고 온라인 문제를 해결하고 시의적절한 새로운 오퍼를 개발하여 효율적으로, 특히 더욱 강력해지는 모바일 디바이스에 제공할 수 있도록 학습 곡선을 활성화하는 것이 핵심입니다. 수익성 있는 성장의 비결은 귀사가 고객을 잘 알고 있으며 다른 어떤 유통 기업보다 훨씬 깊이 이해하고 있다는 인식을 고객에게 심어주는 것입니다.

비즈니스 컨텍스트의 예



IBM의 제공 방식

상거래란 사실상 모든 접점에서 재고 및 고객에 대한 보편적 가시성을 확보하는 것입니다. IBM의 옴니채널 커머스 방식은 쇼핑, 인사이트, 재고 관리, 주문 처리를 균형적으로 조정하면서 탁월한 개인 맞춤형 쇼핑 경험을 제공합니다.

그 첫 단계는 **IBM Commerce on Cloud** 소프트웨어 기반의 전자 상거래 및 모바일 기능을 위한 첨단 단일 통합 디지털 엔진입니다. IBM 솔루션은 B2C(business-to-consumer) 및 B2B(business-to-business) 모델 모두 효과적으로 지원한다는 점에서 특별합니다. **IBM Commerce on Cloud** 소프트웨어는 여러 국가에서 다양한 브랜드를 취급하며 다양한 모바일 디바이스에서 편리하게 액세스할 수 있는 일관성 있는 단일 통합 디자인을 사용하는 글로벌 유통 기업도 확실하게 지원합니다.

다음 핵심 요소는 **IBM Order Management 기반 분산형 주문 관리 시스템**에서 제공하는 세계 최고의 고객 주문 관리 및 주문 처리 기능입니다. 주문 관리 시스템에서 가장 유리한 재고 소싱 및 유연한 주문 처리 경로를 활용하면서 각 주문을 통합적으로 조정합니다. 채널에 구애받지 않고 어떤 주문 변경이 있더라도 중단 없이 모든 주문을 통합적으로

모니터링할 수 있습니다. 또한 Sterling은 벤더 직접 주문 처리 및 다양한 부가가치 서비스(조립, 서비스 제공, 설치 등)를 지원합니다. 그리고 Sterling은 모바일 디바이스 전용 애플리케이션을 통해 매장 직원이 모바일로 매장 내에서 주문을 처리하고 매장에 없는 상품의 재고를 확인할 수 있는 기능을 제공합니다.

IBM에서 제공하는 것과 같은 옴트인 지능형 위치 인식 기술로 매장에서 일어나는 고객 행동에 대한 새로운 인사이트를 얻을 수 있습니다. 이 새로운 인사이트 소스는 매장 방문, 체류 시간, 판매 및 트래픽 패턴 데이터와 온라인 활동을 접목하여 종합적인 뷰에서 쇼퍼를 조명합니다. 따라서 여러 채널의 활동을 연계함으로써 매장 수익과 고객 충성도를 높이고 브랜드를 차별화할 수 있습니다.

개인화된 타겟팅에 대한 고객의 반응을 감지하는 **IBM Watson Customer Experience Analytics suite** 소프트웨어 기반의 정교한 **첨단 디지털 분석 기능**으로 모든 것이 완성됩니다. 이러한 인사이트로 학습 피드백 루프가 형성되어 전자 상거래 및 주문 처리 프로세스가 지속적으로 개선됩니다.

모바일 매출이 증가함에 따라 고객의 개인용 디바이스와 효율적으로 연결하는 것이 중요해졌습니다. IBM의 MobileFirst 플랫폼에서는 한 번 구현하여 여러 모바일 플랫폼에 배포하는 것이 가능합니다. 이를테면 매장 직원 및 기타 직원을 위한 모바일 애플리케이션을 배포하되 보다 안전한 방식으로 관리하면서 고객에게 더 우수한 서비스를 제공합니다.

IBM의 옴니채널 커머스 솔루션은 다른 IBM 솔루션, 특히 고객에 대한 단일 통합 뷰를 제공하는 솔루션과 마케팅과 소통을 지원하는 솔루션과 원활하게 연동하면서 통합적으로 고객과의 상호 관계를 뒷받침할 수 있습니다. 고객이 웹, 모바일, 태블릿 등 원한다면 어디서든 주문하고 다양한 부가가치 서비스 중에 선택할 수 있게 하는 것이 목표입니다. 뿐만 아니라 모바일을 통해 매장 직원은 더 용이하게 재고를 확인하고 재고 및 고객 주문을 처리하며, 콜 센터 직원은 신속하게 주문 변경을 처리할 수 있습니다.

서로 긴밀하게 연동하는 IBM 기술에 힘입어 더 우수한 쇼핑 경험을 제공하여 고객 충성도를 높이고 경쟁에서 차별화할 수 있습니다.

엄선된 IBM 솔루션

소프트웨어 및 클라우드 솔루션	프로세스 개선 및 구현 서비스	매니지드 서비스	기술 플랫폼
<ul style="list-style-type: none"> IBM Commerce on Cloud IBM Order Management IBM Configure, Price, Quote IBM Pay IBM Store IBM MobileFirst IBM MobileFirst for iOS Store Associate and Manager Suite IBM Watson Order Optimizer IBM Watson Customer Experience Analytics IBM Watson Commerce Insights IBM Watson Content Hub 	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 플랫폼 혁신 B2B 및 B2C 커머스 고객 경험 고객 분석 연계 채널 주문 관리 및 처리 Commerce on Cloud CEI(Customer Experience Index) 고객 소통 플랫폼 POS(Point of Sale) 	<ul style="list-style-type: none"> Commerce-as-a-service(상거래 및 주문 관리) 결제 시스템 마케팅 및 소비자 분석 유통 고객 서비스 운영 웹 사이트 콘텐츠 관리 Commerce on Cloud 위치 인사이트 및 마케팅 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> IBM Commerce on Power Systems Commerce on Cloud on SoftLayer IBM Order Management on Power Systems IBM Bluemix Watson Internet of Things

각 솔루션에 대한 자세한 내용은 ibm.com® 웹 사이트에서 확인하십시오. 브리핑을 원하실 경우 IBM 담당자에게 문의하십시오.

사례 연구

STAPLES	PERFORMANCE BICYCLE	MARKS AND SPENCER
<p>이 영국의 사무용품 유통 기업은 IBM Cognitive Business Solutions를 도입하여 더 빠르고 편리한 재주문 프로세스를 구현함으로써 더 효과적으로 고객을 서비스하고 있습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 더 원활한 거래로 고객당 매출 증가 최고의 편의성으로 신규 고객을 유입하여 고객 기반 확대 보다 개인화되고 효율적인 거래로 만족도 및 충성도 증가 	<p>이 미국의 자전거 유통 기업은 IBM WebSphere Commerce를 도입하여 어떤 채널에서도 완벽한 쇼핑 경험을 제공합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 온라인 및 오프라인 고객을 뛰어난 전문성을 가진 직원과 연결 매장 배송 및 온라인 구매 후 매장 픽업 방식으로 매출 및 이익 증대 고객 경험 간소화로 장기적인 충성도 강화 	<p>이 영국의 유통 기업은 IBM 고객 경험 관리 솔루션을 구현하여 고객에게 더 우수한 온라인 경험을 제공할 수 있게 되었습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 온라인 채널의 구매전환율 증가 충성도 향상 및 재구매 증가 더 신속한 문제 해결 - 문제 확인 후 5분 이내



머천다이징은 대개 예술(art)로 간주되지만, 새로운 기술(및 코그너티브 기능)을 통해 보다 과학적인 프로세스로 발전시킬 수 있습니다. 구매자는 변화하는 트렌드, 소비자 정서 및 세일즈 기회를 신속하게 발견하여 재고의 ROI를 극대화하고 가격 인하를 피할 최상의 선택을 할 수 있습니다.



예전에는 성공적인 유통이란 적합한 시점에 적합한 상품을 적합한 매장에서 적합한 가격으로 판매하는 것을 의미했습니다. 많은 변화가 일어나고 더욱 복잡해진 오늘날에도 상품과 소비자를 만나게 한다는 이 핵심적인 역할은 여전히 중요합니다.

새로운 점은 효과적인 시즌 전 상품 구색 계획 및 시즌 중 관리로 코어 머천다이징 시스템을 보완하고 고객 차원을 추가한다는 것입니다. 타겟 소비자를 염두에 두고 지역별로 또는 채널별로 차별화된 맞춤 상품 구색을 내놓아 최고의 매출, 이윤, 고객 만족을 실현할 수 있습니다.

제품과 관련해서는 귀사가 정의하는 모든 오퍼링을 모니터링하는 것이 관건입니다. 즉 다년간의 가격 및 시점 요소와 연계하여 각 제품에 대해 특정 품목을 공급하는 위치, 수량, 배치, 정보, 상황적 요인을 조명해야 합니다.

그와 더불어 공급자로부터 매장 및 고객에게 상품을 전달하는 프로세스에 최신 공급망 최적화 및 고객 주문 처리 툴을 활용하여 효율성, 투명성, 책임성을 극대화해야 합니다.

그리고 소셜 미디어, 모바일, 빅데이터, 분석, 클라우드 기반의 최첨단 기술을 활용하여 소비자 영역(소비자가 서로 주고받는 의견, 매일 일어나는 행동의 변화 등)을 실시간으로 모니터링하고 이를 제품 관리에 지속적으로 반영해야 합니다.

더 성공적인 머천다이징 및 공급 네트워크를 위한 조건

첫째로 고객의 니즈를 정확히 예측하고 매력적인 제품, 가격, 프로모션의 오퍼링을 구성할 수 있어야 합니다. 그러기 위해서는 정확한 엔터프라이즈 제품 정보 및 소비자의 정서/행동에 대한 최신 인텔리전스를 갖추고 모든 채널에서 최적의 가격 및 프로모션 전략을 수립해야 합니다.

계획 및 주문 처리 프로세스를 최적화하려면 실시간으로 모든 재고를 종합적으로 모니터링하고, 이러한 가시성을 토대로 변화하는 수요에 대해 안정적으로 공급하면서 재고 생산성 및 수익성을 극대화할 공급 네트워크를 구축해야 합니다.



머천다이징 및
상품 구색



공급 네트워크 및
물류 실행



다음 페이지에서는 더 성공적인 머천다이징 및 공급 네트워크를 위한 IBM 솔루션 포트폴리오에 대해 알아봅니다.



머천다이징 및 상품 구색

IBM의 정의

상품 구색 및 가격 결정은 모든 유통 브랜드의 구심점입니다. 상품이 거의 차별화되지 않는 시장에서 유통 기업은 여러 지역 및 고객 접점의 전 범위에서 대개 라이프사이클 단축 및 지속적인 프로모션을 통해 특별한 상품 구색을 내놓기 위해 애쓰고 있습니다. 이 모든 것이 날로 강력해지고 까다로워지는 소비자를 만족시키기 위한 노력입니다.

그러나 오늘날 소비자 인사이트 기반의 계획 및 분석 솔루션이 코어 머천다이징 시스템을 더욱 발전시키면서 전문성, 즉 경험, 감각, 판단력을 과학과 접목하는 것이 가능해졌습니다. 첨단 분석으로 구매 성향 및 수요 동인을 더 면밀하게 파악하여 가장 효과적이고 수익성 좋은 제품, 접점, 위치, 이벤트, 프로모션을 결정할 수 있습니다. 코그니티브 기능으로 시스템을 한층 더 지능화하고 더 깊은 곳까지 들여다보면서 숨겨진 패턴을 찾아낼 수 있습니다. 또한 날씨, 교통, 뉴스, 행사, 현지화된 소셜 버즈(social buzz) 등 새로운 하이퍼로컬 데이터를 효율적으로 활용하면서 상품 구색 및 재고에 수요 변화를 정확히 반영할 수 있게 되었습니다.

필요 사항

경쟁 우위 강화에 활용할 엔터프라이즈 제품 정보

이를 위해 범기능적 워크플로에서 제품, 공급자, 위치 특성을 통합적으로 모니터링할 수 있습니다.

- 정확성 및 속도를 위해 검증된 사내외 데이터 소스 수용
- 분석, 운영, 고객 응대 애플리케이션에서 성공적으로 특성 데이터 통합

적합한 제품을 적합한 위치와 연결하여 고객이 구매하려는 제품을 제공하는 맞춤형 상품 구색

유연한 계획 및 분석 툴을 사용하여 타겟 고객의 구매 행동을 좌우하는 핵심 동인, 채널, 위치, 제품 카테고리에 대한 인사이트를 토대로 수요를 예측할 수 있습니다. 제품 라이프사이클을 조정하고 PL(private-label) 제품과 브랜드 제품을 균형적으로 구성하면서 카테고리별 실적, 이윤, 상품 구색을 향상시켜 공간 목표 및 재무 목표를 달성할 수 있습니다.

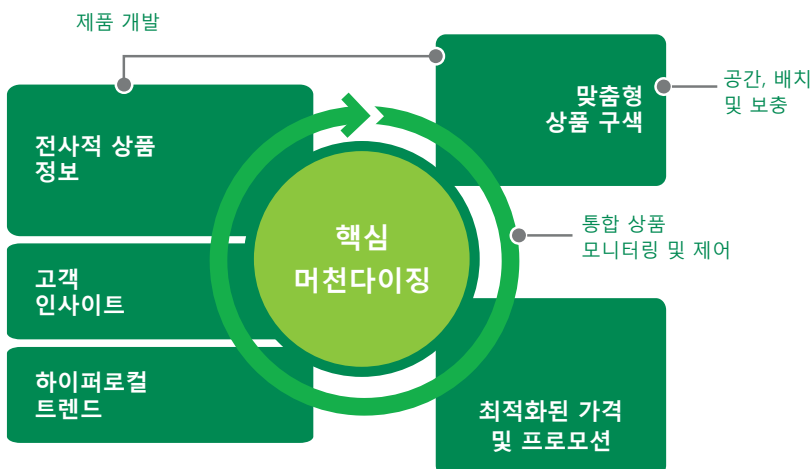
브랜드 메시징 및 재무 목표에 부합하는 최적화된 가격 및 프로모션

머천다이징 전략을 개인화된 마케팅 오퍼(경쟁사 포지셔닝 포함)와 연계하여 가격 변동이 카테고리, 채널, 전사적 범위에서 운영에 미치는 영향을 파악합니다.

더 정확하고 신속한 머천다이징 결정 및 조치를 위한 통합 상품 모니터링 및 제어

소셜 미디어를 통해 나타나는 트렌드를 포함하여 현재의 성과, 향후 소비자 수요, 비즈니스 목표를 좌우할 동인을 투명하게 규명해야 합니다. 역할 기반 그래픽, 예외 알림, what-if 시나리오와 같은 분석 기법으로 성과를 파악하고 생산성 증진 대책을 이행할 수 있습니다. 유통 기업은 계획 및 의사 결정 지원 분석을 실행 시스템과 통합하고 이를 시준 전 의사결정, 시준 중 조정, 현물 구매에 심분 활용하면서 더 빨리 유익한 결과를 얻을 수 있습니다.

비즈니스 컨텍스트의 예



잠재적 이점

매출 상승

충이윤 증가

재고회전을 향상

IBM의 제공 방식

각 유통 기업에서 새로운 머천다이징 기능을 구현하는 과정은 출발점, 목표, 자원에 따라 다를 것입니다. 이 영역의 IBM 오피링에서는 IBM의 전략 및 구현 서비스가 핵심 요소입니다. 목표는 IBM 솔루션 및 Oracle, SAP, JDA Software와 같은 타사 솔루션의 성공적인 구현을 보장하는 데 있습니다.

모든 것은 정확한 엔터프라이즈 제품 특성 정보에서 시작합니다. **IBM InfoSphere® Master Data Management** 소프트웨어를 사용하면 공급자 포털, 범기능 워크플로, 코어 머천다이징/고객 응대 시스템(예: WebSphere Commerce 소프트웨어) 통합을 통해 채널-엔터프라이즈 제품 특성을 점진적으로 배포할 수 있습니다.

IBM SPSS 소프트웨어의 첨단 고객 분석 기능으로 POS 데이터 외에도 구매 행동을 좌우하고 미래의 행동을 예고하는 동인을 SKU, 카테고리, 클러스터, 위치 레벨에서 밝혀내 맞춤형 상품 구색을 내놓을 수 있습니다. **IBM Cognos TM1®** 소프트웨어를 통해 모든 채널을 대상으로 전사적 차원부터 개별 SKU, 위치, 기간까지 모든 레벨에서 하향/상향 재무 계획 및 상품 구색 계획을 수립하고 관리할 수 있습니다.

IBM Omnichannel Merchandising 소프트웨어는 모든 채널을 대상으로 **효과적인 가격 전략**을 개발하고 가격 라이프사이클을 관리하며 프로모션 이벤트 및 개인화된 마케팅 오퍼를 조정할 수 있도록 지원합니다. 사용자가 정의한 목표에 따라 최적의 제품 가격 및 가격 하락이 결정됩니다.

그와 더불어 주요 경쟁사의 가격을 지속적으로 모니터링하면서 비즈니스 사용자가 가격 및 프로모션 변경을 계획하고 그 수치와 유형을 관리할 수 있습니다.

시즌 전반에서 **상품을 종합적으로 모니터링**하면서 재고 현황을 관리해야 합니다. IBM Big Data & Analytics 기능은 예외를 적용하면서 각종 계획, 예측, 이력에 대한 시각적인 단단계 비교를 지원하므로 유통 기업이 더 명확하게 성과를 점검하고 효율적으로 관리할 수 있습니다.

IBM은 최상의 통합 솔루션 및 소프트웨어를 활용하여 이러한 기능의 전 범위에서 복잡한 통합 요구 사항도 해결할 수 있습니다.

엄선된 IBM 솔루션

소프트웨어 및 클라우드 솔루션	프로세스 개선 및 구현 서비스	매니지드 서비스	기술 플랫폼
<ul style="list-style-type: none"> IBM Cognos(Business Intelligence & TM1) IBM InfoSphere Master Data Management IBM SPSS IBM Omni Channel Merchandising suite(Promotion Management, Markdown Optimization, Dynamic Pricing 포함) IBM Commerce on Cbud IBM Sterling Order Broker IBM MobileFirst for iOS Merchant Suite IBM Metro Pulse 	<ul style="list-style-type: none"> 상품 운영 전략 핵심 상품 관리 마스터 데이터 관리(제품 정보 관리) 가격 및 수익 전략 통합 상품 계획 머천다이징을 위한 첨단 분석 연계 채널 마켓플레이스 포털 가격 프로모션 및 상품 구색 최적화 프로모션 및 거래 분석 The Weather Company 날씨 및 위치 데이터 분석 	<ul style="list-style-type: none"> Oracle 및 SAP를 위한 애플리케이션 관리 서비스 프라이빗 클라우드 기반 코어 머천다이징 시스템 The Weather Company 날씨 데이터 및 인사이트 	<ul style="list-style-type: none"> Core merchandising on Power Systems & IBM PureApplication® System IBM PureData System for Analytics Watson Internet of Things

각 솔루션에 대한 자세한 내용은 ibm.com® 웹 사이트에서 확인하십시오. 브리핑을 원하실 경우 IBM 담당자에게 문의하십시오.

사례 연구

AZBUKA VKUSA LLP

이 러시아의 슈퍼마켓 체인은 가격 전략을 최적화하고 수익성을 높이기 위해 IBM과 손잡고 클라우드 기반 머천다이징 솔루션을 구축했습니다.

- 매출 데이터, 경쟁사 가격, 지역별 소비자 수요 추적
- 자동으로 가격을 결정하여 이상적인 결과를 얻기 위한 비즈니스 규칙 설정
- 최대 3% 이윤 증가

NEIMAN MARCUS

이 미국의 명품 유통 기업은 IBM InfoSphere Master Data Management 기반의 IBM 솔루션을 사용하여 고유 제품 식별 시스템을 구현하고 유통 사업부 전 범위에서 더 효과적으로 재고를 관리할 계획입니다.

- 여러 사업부가 단일 통합 머천다이징 시스템을 사용하여 협업
- 총 재고를 7% ~ 10% 줄여 수백만 달러 절감
- 상품 가격 인하의 필요성을 줄여 매출 증대

COMERCIAL DPORTENIS SA. DE C.V.

이 멕시코의 스포츠 의류 유통 기업은 더 현명하고 신속한 머천다이징 및 수요 관련 의사 결정을 지원하고자 IBM 기술 기반의 종합 보고 및 예측 수요 계획 솔루션을 구축했습니다.

- 품질로 인한 판매 기회 상실을 줄여 6개월 만에 100% ROI 달성
- 매장별 실적 보고서 작성에 걸리는 시간 90% 단축
- 데이터 기반의 위험 평가를 통해 손실 대폭 감소



공급 네트워크 및 물류 실행

IBM의 정의

이제 소비자들이 상품 구매, 수령, 변경, 반품 방법과 시점에 대한 완전한 유연성을 기대하는 만큼 기존의 채널별 창고, 배치, 보충 프로세스로는 더 이상 효율적으로 수요를 해결하지 못할 수도 있습니다. 현재의 옴니채널 환경에서는 공급망 관리자가 공급처에서 소비자에게 제품을 전달하는 데 있어 단순한 표준 주문 흐름 방식에 의존해서는 안 됩니다. 프론트오피스 및 백오피스 프로세스를 연결하여 진정한 "시간과 위치의 제약 없이(anytime, anywhere)" 상거래를 실현해야 합니다.

선두 유통 기업들은 수요를 해결하고자 유통 기업과 소비자에게 중대한 가치를 실현할 다양한 개선 방안에서 투자하면서 공급망 에코시스템의 전 범위에서 민첩성을 높이고 있습니다. 커넥티드 자동차, 어플라이언스, 디바이스로 이루어진 날로 확장되는 사물 인터넷부터 실시간 날씨, 교통, 뉴스, 소셜 버즈를 포함한 하이퍼로컬 데이터까지 전 범위에서 그 어느 때보다 뛰어난 공급망의 완전성 및 효율성을 실현할 수 있습니다. 그리고 다양한 관계자의 모든 상호 관계를 통합적으로 확실하게 조명하는 블록체인과 같은 새로운 톨을 활용하여 각종 오류, 오해, 갈등의 원인을 해결할 수 있습니다.

필요 사항

최적화된 재고 계획

각 채널, 위치, 제품 카테고리의 구매 행동 동인에 대한 인사이트를 바탕으로 새로운 수요 예측 기능을 제공하고 재고회전을 및 이윤을 높입니다. 지능적 알고리즘으로 다중 목표, 다단계 시나리오 모델링을 수행하여 공급망 및 유통망, 운송 경로, 제품 흐름, 서비스, 안전 재고 수준을 최적화합니다.

실시간에 가까운 재고 가시성

이제 옴니채널 유통 기업이라면 모든 채널을 대상으로 재고, 구매 및 고객 주문 상태, 약속 가능 재고를 모니터링할 수 있어야 합니다. 그러면 시의적절하게 공급과 수요를 일치시키고 계획, 실제, 예상 소비자 수요/재고 수준을 실시간에 가깝게 모니터링할 수 있습니다.

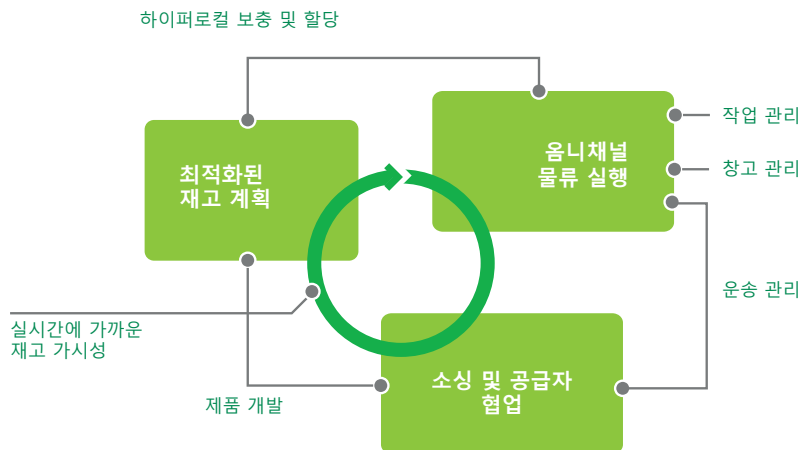
옴니채널 물류 실행

옴니채널 유통의 가능성을 실현하는지 여부가 다음 경쟁의 승부를 결정할 것입니다. 유통 기업이 고객 주문, 주문 처리, 반품 프로세스를 제대로 연계하고 조정하기 위해서는 효율적인 이종 용도의 매장 및 고객 주문 배포 시스템 그리고 인바운드/아웃바운드 물류 운영 네트워크를 관리하는 기능이 필요합니다.

소싱 및 공급자 협업

유통 기업은 공급 네트워크 최적화를 위해 입찰 소싱 및 다국적 인바운드 물류의 글로벌 통합을 관리하고 공급자 및 다른 공급 네트워크 파트너와의 정보 흐름을 자동화하고 계약 및 성과 협약을 관리해야 합니다.

비즈니스 컨텍스트의 예



잠재적 이점

운영 비용 절감

배송 시간 단축

제품 가용성 향상

IBM의 제공 방식

머천다이징 기능과 마찬가지로 각 유통 기업이 새로운 공급망 기능을 구현하는 과정은 저마다 다르며 출발점, 목표, 자원에 따라 결정됩니다. IBM의 전략 및 구현 서비스가 여기서도 중심이 됩니다. 목표 역시 IBM 솔루션 및 Oracle, SAP, Manhattan Associates, JDA Software와 같은 타사의 솔루션의 성공적인 구현을 보장하는 것입니다.

재고 계획을 최적화하려면 POS 데이터 외에도 구매 행동을 좌우하고 미래의 행동을 예고하는 요인을 SKU-위치 레벨에서 파악해야 합니다. **IBM SPSS** 소프트웨어가 이와 같은 첨단 고객 분석 기능을 제공합니다. 또한 **IBM Decision Optimization** 공급망 최적화 애플리케이션에서는 여러 변수, 사용자 정의 가중치, 시나리오 모델링, 최적화 분석을 활용하여 유통망, 소싱 전략, 운송 경로, 재고 수준, 공급처-소비자 흐름 활동에 대한 새로운 인사이트를 제공합니다.

이러한 인사이트를 바탕으로 변화하는 수요 패턴에 발맞춰 성과를 개선할 수 있습니다.

IBM Cognos Business Intelligence & IBM PureData Analytics powered by Netezza software는 예외를 적용하면서 각종 계획, 현황, 예측, 이력에 대한 시각적인 다단계 비교를 수행하므로 **실시간에 가까운 재고 가시성**으로 의사 결정을 지원할 수 있습니다.

IBM Supply Chain Visibility는 거래 파트너 및 엔터프라이즈 애플리케이션과의 "시간과 위치의 제약을 받지 않는" 연결을 통해 공급 네트워크 전반의 인바운드 공급 및 아웃바운드 주문 처리 활동을 종합적으로 모니터링합니다.

고객에게 진정한 옴니채널 물류 실행 경험을 제공하기 위해서는 엔터프라이즈 환경 및 공급자 네트워크 전반에서 고객 주문 처리 프로세스를 조정해야 합니다.

IBM Order Management는 어떤 채널을 거치거나 어떤 주문 변경이 있더라도 역할 기반 재고 소싱, 유연한 주문 처리 경로, 모든 주문에 대한 지속적인 통합 가시성을 지원합니다. **IBM Watson Order Optimizer**는 개별 고객 주문의 경로 지정을 포함하여 매장을 온라인 주문 처리의 노드로 최대한 활용할 수 있도록 설계되었습니다.

마지막 핵심 역량은 **소싱 및 공급자 협업**입니다. **IBM B2B Integration**은 데이터에 대한 가시성을 제공하고 거래 파트너, 즉 공급자, 은행, 외부 물류 업체 등과 각종 문서를 공유하는 전체 "구매-판매-배송-결제" 비즈니스 프로세스를 자동화합니다.

엄선된 IBM 솔루션

소프트웨어 및 클라우드 솔루션	프로세스 개선 및 구현 서비스	매니지드 서비스	기술 플랫폼
<ul style="list-style-type: none"> IBM Cognos Business Intelligence IBM SPSS IBM PureData Analytics powered by Netezza software IBM MobileFirst™ for iOSStore Associate Suite-Sales Assist and PckandPack IBM Metro Pulse IBM Supply Chain Visibility IBM Order Management IBM Cloud Brokerage Solutions IBM B2B Integration IBM Enterprise Source to Pay IBM Enterprise Contract Management IBM Watson Order Optimizer 	<ul style="list-style-type: none"> 공급망 계획 및 실행 소싱 및 조달 공급망 분석 The Weather Company 날씨 및 위치 데이터 분석 The Weather Company 	<ul style="list-style-type: none"> Oracle 및 SAP를 위한 애플리케이션 관리 서비스 프라이빗 클라우드 기반 코어 머천다이징 시스템 Weather Company 날씨 데이터 및 인사이트 	<ul style="list-style-type: none"> IBM Power Systems & Pure Application System 기반 참고 및 운송 애플리케이션 Watson Internet of Things

각 솔루션에 대한 자세한 내용은 ibm.com® 웹 사이트에서 확인하십시오. 브리핑을 원하실 경우 IBM 담당자에게 문의하십시오.

사례 연구

ELIE TAHARI	DUSKIN CO., LTD.	LA PERLA
<p>이 미국의 패션 브랜드는 제품의 수요를 몇 개월 미리 정확히 예측하기 위해 IBM 솔루션 기반의 예측 분석 플랫폼을 구현했습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 97% 이상의 정확도로 제품 수요 예측 수요에 따라 생산을 최적화하여 공급망 비용 최대 30% 절감 매장에 인기 제품의 재고를 확보하여 매출 및 이윤 증대 	<p>이 일본의 식품 서비스 유통 기업은 IBM 기술 기반의 예측 분석 솔루션을 사용하여 정보에 근거한 머천다이징 결정을 지원할 것입니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 재고 비축을 50% 줄여 비용 절감 품질 사태를 줄여 기존 제품의 매출 신장 고객의 선호도를 더 효과적으로 집중 공략하여 신제품 출시 지원 	<p>이 고급 의류 디자인 및 유통 기업은 물류 및 배송 업무를 조정, 동기화, 최적화하기 위해 IBM Decision Optimization을 구현했습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 재고 가용성 및 가동률에 대한 투명성 보장 고객 배송 요건 준수 강화 기록 효율성 향상



운영 및 혁신은 백오피스 프로세스 간소화, 비용 절감 배송 모델 활용, 각 매장과 전사적 차원의 사람/프로세스/시스템 기능 최적화, 빠르게 진화하는 위협에 대한 비즈니스 보호, 조직의 성과에 대한 가시성 강화 등 다양한 영역의 개선을 포함합니다.

효율성을 높이고 보안, 재무, 관리, HR, 채용, 상품 외 조달, 부동산 관리 등 각종 백오피스 프로세스의 비용을 절약할 방법을 모색하는 유통 기업을 위해 여러 새로운 옵션이 등장했습니다. 글로벌 배송 모델을 활용하고 매니지드 서비스를 통해 실행의 품질을 높이면 막대한 비용을 절약할 수 있습니다.

IT 역시 최근의 발전에 힘입어 예전에는 불가능했던 방식으로 효율성을 제고할 수 있게 된 분야 중 하나입니다. 클라우드 및 모바일과 같은 새로운 기술 플랫폼이 훨씬 더 빠르고 비용 효과적으로 직원, 매장, 파트너에게 새로운 애플리케이션 및 기능을 배포하는 것을 가능하게 했다면 첨단 분석은 애플리케이션 포트폴리오 관리의 효율성을 크게 높일 수 있습니다. 실제로 클라우드 기반 방식은 IT 비용을 줄이고 IT의 유연성 및 안정성을 강화하고 다른 방법으로는 실현 불가능했을 다양한 주요 비즈니스 혁신을 신속하게 지원하면서 유통 기업의 차별화에 큰 역할을 할 수 있습니다.

유통 기업의 경영진은 오늘날 환경의 여러 위험성을 염두에 두고 다층적 접근법 및 장기적이고 전략적인 방식을 구사하면서 디지털 보안의 과제를 해결해야 합니다. 보안 위협을 예측하고 심층 방어를 구축하여 공격 성공 가능성을 최소화하고, 첨단 자동화 감지 메커니즘으로 신속하게 패턴과 침투를 감지하고, 언제든지 신속하게 공격에 대응할 수 있도록 정보에 근거한 경계의 문화를 조성하는 것이 매우 중요합니다.

물론 성과 측정 및 보고를 지원하는 최신 솔루션을 활용하여 모든 기능 영역을 대상으로 투명성을 확보하고 시의적절한 보고 체계를 갖추고 평가 지표 및 인센티브와 연계하여 범조직적인 공조, 계획 평가, 책임성, 성과를 강화할 수 있습니다.



운영 혁신을 위한 조건

먼저 최첨단 옵션을 활용하여 더 저렴하고 생산성이 우수한 톨 및 자원을 활용하면서 각 지원 기능의 수행 방식을 재검토해야 합니다.

그런 다음 클라우드 컴퓨팅을 활용하고 모바일 및 기타 대화형 기능을 매장에서 지원하고 귀사와 고객을 위한 보안 및 개인 정보 보호를 보장하면서 비즈니스 프로세스 지원에 최고 품질, 최저 비용의 인프라를 사용하고 있음을 확인해야 합니다.

마지막으로, 고객에게 최고의 서비스를 제공하고 투자 및 운영에서 가치를 창출할 새로운 방법을 모색하기 위해 첨단 계획, 분석, 보고 기능을 구축해야 합니다.



백오피스 혁신



매장 및 보안



성과 인사이트 및 계획



다음 페이지에서는 더 우수한 운영을 지원하는 IBM 솔루션 포트폴리오에 대해 알아보니다.



백오피스 혁신

IBM의 정의

유통 기업은 항상 매장 및 전사적 차원에서 운영 효율을 높이고 비용을 줄이고 생산성을 높이는 과제를 안고 있습니다. 백오피스 프로세스는 최고의 절감 효과를 거둘 수 있는 영역 중 하나입니다.

IBM의 백오피스 혁신에 대한 비전은 발전된 클라우드, 소셜, 모바일 기술을 활용한 백오피스 운영 기능의 능률화 및 혁신을 통해 유통 기업이 더 효과적으로 고객, 직원, 공급자와의 관계를 관리하고 전사적 범위에서 조직의 성과에 대한 가시성을 높일 수 있도록 지원하는 것입니다.

필요 사항

아웃태스킹 대상 프로세스의 전략적 결정

운영에 필수적이지만 경쟁 차별화에 그다지 기여하지 않는 프로세스를 찾으십시오. 유통 업계의 경우 재무/회계 및 거래 외 조달을 비롯한 여러 예가 있습니다.

글로벌 차원의 규모 및 자원을 활용하여 안정성, 보안, 품질을 보장할 수 있는 비즈니스 파트너

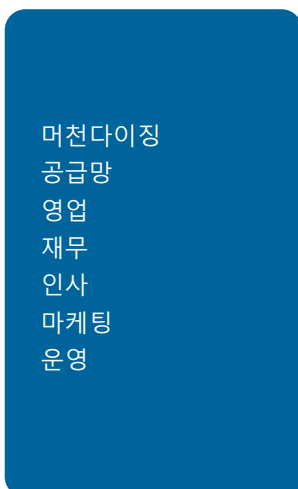
최상의 가치 창출 재능을 선택적으로 활용하려면 최첨단 품질 및 관리 기능 못지않게 광범위한 글로벌 역량을 갖춰야 합니다. 물론 더욱 중요해지는 데이터 보안 및 개인 정보 보호에 대한 관심도 필요합니다. 지리적으로 분산된 매장 직원에게 HR 서비스를 제공하는 등 유통 기업의 특별한 니즈가 제대로 해결되어야 합니다.

구체적인 비즈니스 요건 및 상황에 따라 매니지드 서비스를 맞춤 구성할 수 있는 잘 짜여진 방법론

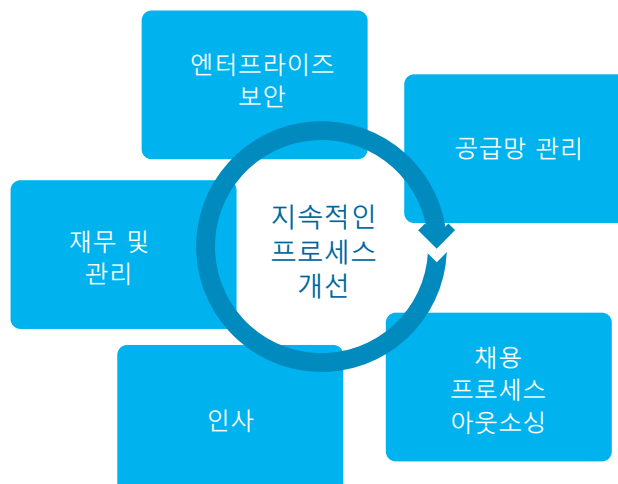
매니지드 서비스 제공업체라면 모든 프로세스에서 품질 관리 및 일관성을 확립하는 검증된 방법론 그리고 효율성 향상 및 점진적인 생산성 증진을 위해 프로세스에 학습을 통합하는 기능을 반드시 갖춰야 합니다.

비즈니스 컨텍스트의 예

유통 기업 프로세스



매니지드 서비스의 형태로 제공



잠재적 이점

일반 비용 및 관리 비용 절감

핵심 성과 지표 및 대시보드의 투명성으로 더 효과적인 성과 관리

데이터 도용 및 고객 개인 데이터 무단 유출 위험 감소

운영 비용 절감

IBM의 제공 방식

IBM은 다양한 실용적 비즈니스 전문성을 바탕으로 유통 기업이 구체적인 성장 기회를 발굴하여 백오피스 프로세스를 혁신하고 이를 통해 즉시 비용을 절감하면서 계속 장기적인 성과를 거둘 수 있도록 지원합니다.

일반적으로 유통 기업은 운영에 필수적이지만 경쟁 차별화와 무관한 기능에서 매니지드 서비스 도입을 검토합니다. IBM의 매니지드 서비스는 다음과 같은 이러한 서비스에 중점을 두고 있습니다.

재무 및 운영: IBM의 Procure-to-Pay 매니지드 서비스는 체계적인 지출 관리를 지원하고 지출에 대한 가시성을 높일 뿐 아니라 전사적 범위의 프로세스 및 데이터 표준을 활성화하여 비즈니스 인사이트 및 컴플라이언스 관리를 강화하고 더 우수한 재무 성과를 달성합니다.

- IBM은 60여 개국, 40개 언어를 지원합니다.
- IBM은 고객을 위해 O2C(order-to-cash) 프로세스에서 500억 달러 이상 규모의 수익을 관리하고 있습니다.

IBM은 유통 기업이 매장, 창고, 물류 센터, 기타 시설에 대한 설비 투자를 관리할 수 있도록 설비 및 부동산 관리 소프트웨어 솔루션도 제공합니다.

공급망 관리: IBM은 뛰어난 구매력을 활용하여 유통 기업의 지출 가치를 높일 수 있습니다. 이는 상품 외 조달 비용을 절약하고 위험을 줄이고 컴플라이언스를 강화하고 직접적으로 재무 성과를 개선하려는 유통 기업에 특히 효과적입니다.

- IBM은 연간 총 480억 달러 이상 규모의 지출을 관리합니다.
- 일반적으로 고객은 12개월 내에 투자를 회수하고 조달 아웃소싱 비용의 5배 ~ 10배에 달하는 ROI를 거둘 수 있습니다.

인사: IBM은 숙련된 HR, 채용, 학습 전문가와 검증된 기술을 접목하고 핵심 전략 HR 및 인재 관리 이니셔티브에 집중하면서 직원 및 관리자를 위한, 위험 부담이 적고 컴플라이언스를 보장하는 고품질의 경험을 개발합니다.

클라우드 기반 소프트웨어 및 **RPO(recruiting process outsourcing)**는 사람과 프로세스를 통합하여 주요 비즈니스 기능의 전반에서 더 현명하고 유능한 인재 기반을 확보하기 위한 솔루션을 제공합니다. IBM supports은 금융 서비스, 제약, 유통, CPG(consumer packaged goods) 등 다양한 업종에서 8,900여 곳의 고객을 지원하고 있습니다.

IBM은 귀하에 적합한 매니지드 서비스를 구성하기 위해 Six Sigma, Lean, 산업 공학, 벤치마킹, 첨단 분석, 모델링에 정통한 프로세스 혁신 전문가를 투입합니다. IBM의 독점적인 분석 기반 방법론인 EPIC(Enterprise Process Innovation Continuum)을 통해 프로세스 혁신을 가속화하고 비즈니스 성과를 획기적으로 향상시킬 수 있습니다.

IBM은 5대륙 50여 개 딜리버리 센터에서 표준화된 프로세스를 사용하므로 효율적으로 업무를 배분하고 일관성 있게 실행하고 필요에 따라 다른 사이트에 작업을 이전하면서 비즈니스 레질리언스를 보장할 수 있습니다. IBM의 대규모 기술 투자가 이 모든 활동을 뒷받침합니다.

엄선된 IBM 솔루션

IBM Global Process Services의 매니지드 서비스	IBM의 매니지드 서비스에서 활용하는 소프트웨어 및 클라우드 솔루션	프로세스 개선 및 구현 서비스	기술 플랫폼
<ul style="list-style-type: none"> • 재무 및 관리 • HR 및 급여 관리 • 비 상품(간접) 조달 및 공급망 관리 • 채용 • 글로벌 결제 • 매니지드 보안 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> • IBM Emptoris software for sourcing procurement contract management • IBM TRIRIGA™ software for store and facilities management • IBM Maximo® software integration assets • IBM Kenexa™ software for recruitment • IBM Watson Talent • 여러 부가 IBM 소프트웨어 및 클라우드 솔루션 	<ul style="list-style-type: none"> • IBM Finance Healthcheck • IBM Jumpstart for Risk, Finance, Fraud • IBM Application Portfolio Assessment • IBM Enterprise Architecture Assessment • IBM Enterprise Asset Management • IBM Smarter Workforce Accelerator • IBM Workforce and Talent Assessment • IBM Security Operations Optimization • IBM Security Consulting Services • IBM IT Security Consulting Services 	<ul style="list-style-type: none"> • IBM POWER7+™, IBM PureFlex™ System, System x • IBM SmartCloud Enterprise+ (POWER, Intel), SoftLayer(Intel)

각 솔루션에 대한 자세한 내용은 ibm.com® 웹 사이트에서 확인하십시오. 브리핑을 원하실 경우 IBM 담당자에게 문의하십시오.

사례 연구

BON TON

이 미국의 대형 백화점 체인은 IBM PowerLinux 서버에서 IBM WebSphere Commerce를 실행하면서 대규모로 성장 중인 고객 기반 및 시즌별 전자 상거래 급증을 지원하고 소프트웨어 라이선싱 비용도 관리하고 있습니다.

- 소프트웨어 라이선싱 비용 증가 없이 처리량 2.5배 증가
- Bon Ton는 그 어느 때보다 많은 고객에게 성수기에도 일관성 있는 강력한 전자상거래 경험을 제공할 수 있게 되었습니다.

YEALANDS

이 뉴질랜드의 와이너리는 직원 혁신을 위한 프로세스를 확장하고자 IBM Kenexa를 구현했습니다.

- Kenexa로 구축된 직원 피드백 프로세스 덕분에 직원 소통이 크게 활성화되어 참여율이 100%로 상승
- 그에 따라 Yealands는 직원의 의견 및 피드백을 반영하는 측면에서 직원들로부터 최고의 평가를 받는 기업 중 하나가 되었습니다.

IKEA

이 글로벌 가정용품 유통 기업은 자산을 모니터링하고 예방 관리를 자동화하고 장비 사용 및 보수 추이를 추적하기 위해 IBM 자산 및 설비 관리 솔루션을 구현했습니다.

- 에너지 효율 향상, 재생 가능 에너지 사용 활성화
- 최상의 컨디션으로 운영되는 가고 싶은 매장을 조성하여 고객 경험 향상
- 6년간 글로벌 FM 지출에서 5% 절감 기대



매장 및 보안

IBM의 정의

유통 IT는 비용 센터로 간주되던 시절에서 벗어나 잠재적 경쟁 차별화 요소 중 하나로 인정받기 시작했습니다. 그러나 일반적인 유통 기업은 새로운 부가가치 창출 기능을 제공하기보다는 레거시 시스템이 주를 이루는 기존 인프라의 "현상 유지"에 IT 예산의 상당 부분을 지출합니다. 따라서 기본 IT 비용을 절감하여 고객, 특히 매장을 방문한 고객을 이해하고 우수한 서비스를 제공하기 위한 새로운 디지털 기능 구현에 투자할 절호의 기회이기도 합니다.

고객이 기대하고 직원이 필요로 하는 새로운 대화형 기능 및 모바일 기능을 지원하려면 매장 인프라를 업그레이드해야 합니다. 고객은 무선 액세스를 제공하고 디지털 쇼핑의 대화성 및 활력을 매장에서도 재현하길 바라고 있습니다. 실시간으로 매장 직원에게 상황에 부합하는 정보를 제공하면 더 완벽하게 소비자를 서비스할 수 있게 됩니다.

사내외에 수많은 새로운 접점이 생겨남에 따라 보안은 유통 기업 경영진의 최우선 관심사가 되었습니다. 조직화된 해킹이 기승을 부리는 현재의 환경에서 공격이 더욱 빈번해지고 정교해짐에 따라 보안 운영 팀은 예측하고 감지하고 대처하라는 새로운 요구를 맞이하고 있습니다. 더 강력한 방어 체계를 구현하고 프로세스 제어를 재검토하고 법무 팀과 공조하면서 침투 시도를 조사하는 것은 디지털 보안 사고로부터 보호하기 위한 중요한 전략입니다.

필요 사항

조기 감지, 제거, 해결을 통해 미래의 보안 문제를 예상하는 엔터프라이즈 보안 전략

보안 위협을 예상하고, 자동화된 첨단 감지 메커니즘으로 패턴을 찾아내며, 신속하고 효과적인 대응으로 공격을 무력화할 수 있도록 대비합니다. 중요 데이터 및 시스템을 지키고 고객과 기업을 무단 액세스로부터 보호하려면 첨단 IT 보안 디자인이 꼭 필요합니다.

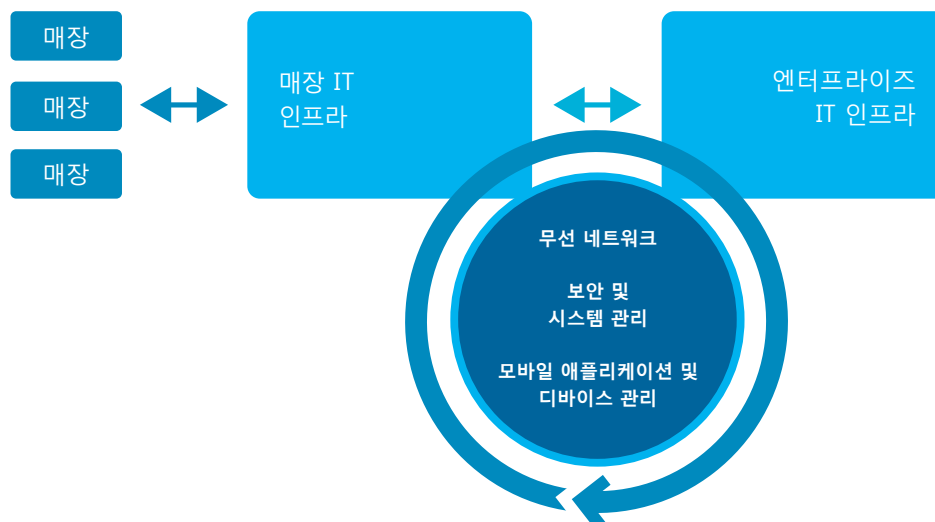
폐기물을 줄이고 빠르고 경제적인 애플리케이션 구축을 활성화하기 위한 첨단 기술

가상화 및 클라우드 컴퓨팅은 비용 및 미사용 용량을 줄이는 데 기여합니다. 최신 애플리케이션 구축 자동화 기술로 더 빨리, 비용 효과적으로 환경을 설정하고 모바일 애플리케이션 및 디지털 기술과 같은 새로운 기능을 더 빨리 구현할 수 있습니다. 앞선 애플리케이션 포트폴리오 관리로 테스트, 관리, 보안을 활성화하고, 추가적인 부가가치 창출 기능을 개발하여 고객이 기대하는 기능을 빨리 개발할 수 있습니다.

매장 IT 인프라 최적화

인프라를 업그레이드하고 새로운 디지털 기능을 개발하고 효과적으로 자원을 관리하면서 매장에서 모바일 엔터프라이즈 및 새로운 컴퓨팅 모델을 지원합니다. 매장 아키텍처를 업그레이드하고 매장 내 네트워크 및 엔드유저 애플리케이션을 구현하고 디바이스를 관리합니다.

비즈니스 컨텍스트의 예



잠재적 이점

- 전체 IT 지출 감축
- 새로운 기능의 구축 시간 단축
- 보안 위반 가능성 감소

IBM의 제공 방식

(특히 매장을 위한) 엔터프라이즈 환경을 업그레이드하고 보호하려면 대개 단일 솔루션 또는 소프트웨어 패키지만으로는 역부족입니다. 귀사의 니즈에 따라 맞춤 구성되고 IT 팀에 큰 비용 절감 효과를 선사할 기능이 필요합니다. 이는 IBM의 전문 분야로서 IBM이 오래 전부터 성공적으로 제공해온 기능입니다. IBM은 현재의 비효율적인 디자인 때문에 낭비되는 IT 예산을 줄입니다.

IBM PureSystems® 제품군, IBM PureApplication System 등 첨단 기술 플랫폼을 활용하면서 시스템 사용을 효율적으로 통합하고 최적화하여 머천다이징, 공급망, 매장, 전자상거래, 재무, HR, 분석과 같은 유통 애플리케이션용 시스템을 통합하고 최적화할 수 있습니다. 또한 클라우드 컴퓨팅을 위한 SoftLayer 글로벌 클라우드 인프라를 활용하여 새로운 워크로드 시스템 및 애플리케이션의 구축 속도를 높이고 사내, 완전 호스팅,

매니지드 등 다양한 모델에서 효율성 및 비용 절감을 실현할 수 있습니다.

물리적 세상과 디지털 세상이 만나는 가운데 IBM은 귀사가 온라인의 대화성 및 소통을 매장에서 재현하기에 적합한 무선 인프라를 구현할 수 있도록 지원합니다. 모바일 기술을 통해 고객과 계속 유익한 대화를 지속할 수 있습니다.

IBM Global Business Services와 함께 귀사의 비즈니스 목표에 부합하는 모바일 전략을 구사하면서 기술 프레임워크를 구축할 수 있습니다. 이를 Store-as-a-Service라고 합니다.

다음 요소는 애플리케이션 포트폴리오의 테스트, 유지 보수, 관리를 위한 효율적인 체계를 구축하는 것입니다. IBM은 전 세계에서 엔터프라이즈 애플리케이션을 관리하며 축적한 기술을 심층 활용하면서

효율적인 테스트 방식을 구현하여 기능의 품질을 높이고 새로운 기능을 비용 효과적으로 개발할 수 있습니다.

마지막으로, **IBM Tivoli** 소프트웨어 기반 IT 보안 및 시스템 관리 솔루션이 매장과 엔터프라이즈 환경을 보호하고 데이터 보안, 개인 정보 보호, 컴플라이언스를 지원합니다.

IBM은 유통 기업을 위해 가장 발전되고 포괄적인 보안 관련 서비스 및 솔루션 포트폴리오를 제공합니다. 또한 모든 네트워크의 액세스 포인트를 방어하는 첨단 시스템 보안, 지속적인 검사를 통해 침투의 징후가 될 만한 패턴을 찾아내는 첨단 분석, 정보에 근거한 경계의 문화를 조성하고 보안 하고 시 신속한 조치를 가능하게 하는 효과적인 프로세스 제어 및 신속한 대응 메커니즘을 포함한 엔터프라이즈 보안 전략을 구사합니다.

엄선된 IBM 솔루션

IBM Global Technology Services® 팀에서 제공하는 매니지드 서비스	IBM Global Business Services® 팀에서 제공하는 매니지드 서비스	소프트웨어 및 클라우드 솔루션	기술 플랫폼
<ul style="list-style-type: none"> IBM SmartCloud Enterprise+ (POWER, Intel), SoftLayer(Intel) IBM Fiberlink® mobile device management on cloud 매니지드 보안 서비스 IT 보안 서비스: 클라우드, 애플리케이션, 데이터, 비상 대응, ID 및 액세스 관리 IT 리스크, 보안 컨설팅, 거버넌스 및 컴플라이언스 IBM MobileFirst Infrastructure Consulting 모바일 엔터프라이즈 관리 서비스 모바일 인프라 통합 및 최적화 서비스 PCI(Payment Card Industry) 컴플라이언스 평가 및 서비스 Mobile Device-as-a-Service 	<ul style="list-style-type: none"> 애플리케이션 테스트 및 관리 Store-as-a-Service 리스크 및 사기 분석 <p>프로세스 개선 및 구현 서비스</p> <ul style="list-style-type: none"> 엔터프라이즈 아키텍처 평가 보안 컨설팅 서비스 IBM Cybersecurity Executive Awareness Briefing IBM Security Maturity Benchmark Assessment 	<ul style="list-style-type: none"> IBM Tivoli IBM Cognos Business Intelligence IBM Maximo integration assets IBM QRadar® Security Intelligence Platform IBM Trusteer® Apex IBM Security Key Lifecycle IBM Security SiteProtector System IBM Network IPS IBM Guardium® Database Activity Monitoring & Encryption Expert IBM Endpoint Manager IBM Security AppScan® IBM X-Force® IBM Watson Internet of Things-Connected Store solutions 	<ul style="list-style-type: none"> 선호 플랫폼: System x, POWER7+, PureFlex System IBM Retail Data Warehouse on IBM Power Systems IBM InfoSphere Master Data Management Collaborative Edition on IBM Power Systems IBM PureSystems 기반 유통 전문 ERP(enterprise resource planning)(SAP, Oracle) Watson Internet of Things

각 솔루션에 대한 자세한 내용은 ibm.com® 웹 사이트에서 확인하십시오. 브리핑을 원하실 경우 IBM 담당자에게 문의하십시오.

사례 연구

HOME SHOPPING NETWORK, INC.

이 미국의 멀티채널 유통 기업은 데이터를 위협하게 하지 않으면서 고객 데이터로부터 더 우수한 수익성을 실현하고자 IBM API Management 기반 보안 위험 관리 솔루션을 구현했습니다.

- 더 적은 수의 서버를 사용하여 보안 감사 비용 최대 50% 감축
- 개발자가 더 용이하게 고객 데이터를 사용할 수 있게 되어 새로운 수익원 발굴
- 데이터 유출 위험 감소

GAMESTOP

이 게임 유통 기업은 IBM 기술 기반의 클라우드 통합 및 개발 환경을 구축했습니다. 그 덕분에 고객과의 소통을 향상시킬 애플리케이션을 개발할 수 있었습니다.

- 직원들이 항상 고급 정보를 활용하면서 더 우수한 고객 서비스 제공
- 고객에게 매력적인 경험을 제공하여 재구매 촉진
- 급변하는 업계 상황에 성공적으로 적응할 준비 완료

AN INT'L RETAILING GROUP

이 다국적 유통 그룹은 사용자 액세스를 보호하고 효율성을 높이고자 보안 액세스 관리 환경을 업그레이드했습니다.

- 연간 비용 30% ~ 40% 절감
- 새로운 보안 위협에 대한 보호 기능 구현
- 유연성 향상



성과 인사이트 및 계획

IBM의 정의

복잡한 조직에서 성장을 촉진하고 수익성을 높이려면 모든 구성원이 통합적이고 시각적인 하나의 정보, 비즈니스 계획, 재무 목표를 공유하면서 일관성 있게 일해야 합니다. 그러나 사실 대부분의 유통 기업에서는 핵심 기능이 여전히 단절된 사일로에서 수행되고 있으며 운영, 채널, 마케팅, 머천다이징, 공급망이 서로 연계되지 않습니다. 의사 결정 방식을 뒷받침하는 재무 평가와 개개인의 실제 성과가 괴리될 때가 많습니다. 조기에 효과적으로 트렌드와 문제점을 포착하여 신속하게 대처하는 방법이 없어 상황은 더욱 심각해집니다.

해결책은 소위 성과 인사이트 및 계획 기능을 구현하고 이를 활용하여 조직 전반에서 성과에 대한 가시성을 높이고 각종 성과 인센티브를 연계하는 것입니다. 또한 회사 전략과 운영 실무도 연계해야 합니다. 이 분야에서 뛰어난 유통 기업은 경쟁사보다 한 발 앞서 다음 수행 단계를 예측하며, 이러한 인텔리전스를 바탕으로 수익성을 크게 향상시킬 수 있습니다.

필요 사항

종합적인 비즈니스 전략에 발맞춰 조직 내 각 역할의 평가 지표 및 목표를 정의하기 위한 전사적 범위의 재무 계획, 예측, 보고

상향식 및 하향식 계획을 연계하고 모든 구성원이 공통의 목표 및 프로젝트를 위해 일하기 위해서는 범부서 차원의 일관성 있는 평가 지표를 개발해야 합니다. What-if 시나리오 및 시나리오 모델링을 활용하여 비즈니스 결정이 재무에 미칠 영향을 평가하고 최상의 조치를 적용할 수 있습니다. 보고 및 분석 기능은 알림 및 트렌드 추적을 통해 실행 문제를 시의적절하게 파악하게 해주고, 유연한 계획 틀은 비즈니스 조건의 변화에 따라 신속하게 계획을 수정할 수 있게 합니다.

비용에 대한 가시성을 높이고 다양한 보상 플랜 유형을 지원하기 위한 영업 성과 관리

변동 급여를 계산하고 보고하는 프로세스를 자동화함으로써 기업의 최대 변동 비용 항목인 인건비에 대한 가시성 및 책임성을 강화할 수 있습니다. 강력한 틀을 사용하여 소기의 영업 활동을 촉진하면서 커미션 주기 시간을 단축하고 과지급 오류를 방지하는 새로운 유형의 보상 플랜을 적용할 수 있습니다.

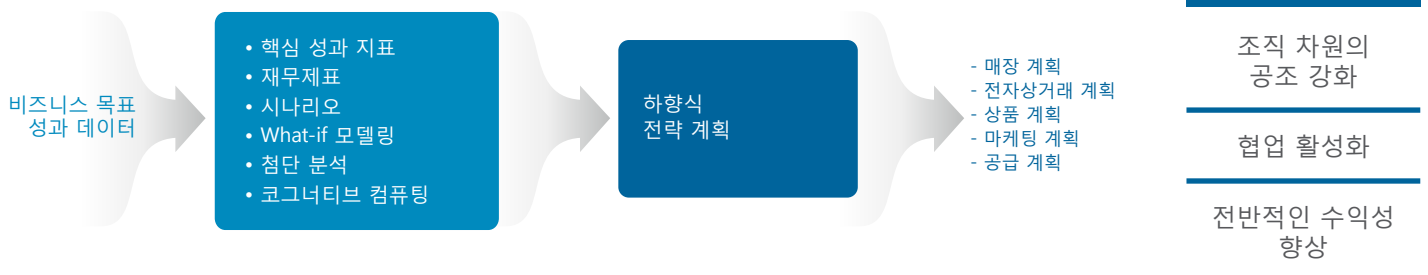
근본 원인 및 새로운 성과 간극을 규명하고 마켓플레이스의 변화를 예측하기 위한 첨단 분석

목표는 누구보다 먼저 근본 원인을 규명하고 성과 간극을 예측하고 소비자 수요, 경쟁사, 공급자, 경제 환경의 변화를 감지하는 것입니다. 예측 분석을 통해 신속하게 재예측을 수행하여 변화에 따라 조정하고 대안을 평가할 수 있습니다.

지금까지 누구도 생각조차 하지 않았을 주제 및 인사이트를 심층 탐구하기 위한 코그니티브 컴퓨팅

새로운 시대의 코그니티브 기술은 자연어를 이해하고 증거에 기초한 가설을 만들고 모든 데이터 유형에서 패턴을 찾아내 질문에 대한 정확하고 정밀한 답을 구하면서 조사 및 탐색 속도를 높인다는 점에서 컴퓨터보다는 사람처럼 정보를 처리합니다.

비즈니스 컨텍스트의 예



IBM의 제공 방식

성과 계획, 보고, 분석의 관선은 사람, 프로세스, 시스템을 긴밀하게 통합하여 전사적 차원에서 계획 및 평가의 공조를 뒷받침하는 것입니다. 그 첫번째 요소인 **효과적인 전사적 재무 계획**, 예산 편성 및 측정 프로세스 지원은 **IBM Planning Analytics** 엔터프라이즈 계획 소프트웨어가 담당합니다.

Planning Analytics 소프트웨어는 성과 데이터 및 가정을 사용하여 what-if 분석을 수행하고 비즈니스 결정의 효과를 모델링할 수 있습니다. 이를 바탕으로 전사적 범위의 재무 계획을 수립하여 기능 영역별 운영 목표 및 계획을 수립하고 관리할 수 있습니다. 이러한 방법으로 각 구매자, 상품 기획자, 공급망 전문가, 마케터 또는 프로모션 기획자, 매장 직원, 매장 관리자, HR 전문가에게 정의된 평가 지표 및 인센티브가 회사의 전반적인 목표와 직접 연결될 수 있습니다. 조직의 모든 구성원이 일심동체가 되어 성장 및 수익성 향상에 주력할 수 있습니다.

영업 성과 관리는 직원의 판매 실적을 회사의 전략과 연계합니다. 자동화 및 새로운 계획을 통해 정확도를 높이고 비용을 줄이고 적합한 인센티브로 소기의 활동 및 영업 실적을 촉진하여 조직 차원에서 구체적인 개선 효과를 거둘 수 있습니다.

다음 구성 요소인 종합적인 **성과 측정 및 보고 시스템**은 Cognos Analytics 소프트웨어가 지원합니다. **Cognos Analytics 소프트웨어**는 보고서를 작성하고 대시보드를 제공하고 스코어카드 및 분석 기능을 지원하면서 핵심 지표를 추적하므로 관리자와 경영진이 운영 및 재무 성과를 모니터링하고 추적할 수 있습니다.

IBM SPSS 첨단 분석 솔루션은 근본 원인을 규명하고 성과 간극을 예상하고 대안을 평가하여 다음 단계에 대한 신뢰도 높은 예측으로 더 현명한 결정을 내리고 문제를 해결하고 더 우수한 결과를 얻도록

지원합니다.

유통 기업 경영진은 내부 데이터에서 얻은 인사이트 외에도 외부 데이터 소스, 즉 소셜 미디어 소스, 언론 매체, 현지 행사, 날씨 예보 등 각종 정형 및 비정형 데이터 소스를 활용하면서 더 우수한 가시성 및 인사이트를 바탕으로 결정을 내릴 수 있습니다.

마지막으로, 코그너티브 컴퓨팅은 매우 흥미로운 요소입니다. 코그너티브 기술인 **IBM Watson**은 자연어를 이해하면서 컴퓨터보다는 사람처럼 정보를 처리합니다. 이는 기업에서 더 신속하게 비즈니스 환경의 변화를 분석, 파악, 대응할 수 있게 되었다는 점에서 중대한 의미를 갖습니다. 유통 업계에서 가장 중요하고 복잡한 문제를 비롯하여 복잡한 질문에도 빠르고 정확하게 확실한 답을 내놓는 Watson의 능력은 다양한 산업 분야에서 의사결정의 근본적인 변화를 가져오고 있습니다.

엄선된 IBM 솔루션

소프트웨어 및 클라우드 솔루션	프로세스 개선 및 구현 서비스	매니지드 서비스	기술 플랫폼
<ul style="list-style-type: none"> IBM Cognos Planning Analytics IBM Cognos Analytics IBM SPSS IBM Sales Performance Management IBM Watson Engagement Advisor IBM Watson Explorer IBM Watson Discovery Advisor IBM Watson Analytics IBM Insights Solutions 	<ul style="list-style-type: none"> CEO 대시보드 CFO 성과 인사이트 비즈니스 분석 점프스타트 분석 웨어하우스 매장 성과 관리 인력 성과 관리 코그너티브 이그제큐티브 인사이트 분석 혁신 및 비용 절감 서비스 The Weather Company 데이터 및 인사이트 	<ul style="list-style-type: none"> BPO Record-to-Report Services 	<ul style="list-style-type: none"> IBM PureSystems IBM PureData System for Analytics Cloud for Varicent IBM Watson Data Platform

각 솔루션에 대한 자세한 내용은 ibm.com® 웹 사이트에서 확인하십시오. 브리핑을 원하실 경우 IBM 담당자에게 문의하십시오.

사례 연구

DFS	YOUNGOR GROUP CO., LTD.	DESTINATION XL GROUP, INC.
<p>이 영국의 가구 유통 기업은 보고 및 분석의 속도를 높이기 위해 IBM 비즈니스 분석 소프트웨어 기반의 분석 플랫폼을 구축하고 SoftLayer 클라우드 인프라에서 운영하고 있습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 보고 속도를 99% 높여 생산성 향상 및 더 효과적으로 자원 배치 몇 초 내에 데이터 기반 인사이트를 제공하면서 성장 이니셔티브 지원 확장 가능한 클라우드 호스팅 플랫폼으로 설비 투자 비용 대폭 감축 	<p>이 중국의 의류 및 섬유 제조업체는 비즈니스에 대한 이해와 지식을 획기적으로 강화하기 위해 IBM 소프트웨어 기반의 새로운 비즈니스 분석 플랫폼을 구현했습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 보고 시간을 86% 단축하여 더 빠르고 현명한 의사 결정 수행 10여 개 사업부의 데이터를 통합하여 완벽한 가시성 보장 193가지 KPI에 기반하여 능동적으로 새로운 비즈니스 기회 발굴 	<p>IBM Sales Performance Management로 정교한 클라우드 기반 보상 모델링 솔루션을 개발한 결과, DXL 판매 직원들은 체형이나 사이즈가 아닌 고객의 선호도 및 스타일에 집중할 수 있게 되었습니다. DXL은 영업 성과 관리 솔루션을 도입하여 다음과 같은 성과를 거뒀습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 더 우수한 경험 및 서비스로 고객 충성도 향상 판매 사원의 실적 평가 지표에 대한 가시성 강화 신뢰할 수 있는 솔루션으로 HR 워크로드, 감사, 컴플라이언스 문제 해소

IBM의 유통 산업 지원

IBM은 전 세계 4,000여 명의 유통 산업 전문가들 및 최대 규모의 글로벌 네트워크를 가동하고 약 2천여 곳의 비즈니스 파트너와 제휴하면서 유통 기업을 지원하고 있습니다.

IBM은 연구 개발에 대한 적극적인 투자를 통해 최고의 산업 전문 솔루션을 개발하는 데 앞장서고 있습니다. 매년 50억 달러 이상을 연구 개발에 투자하며, 23년 연속 미국 최대 특허 취득 기업의 자리를 지켜 왔습니다. IBM은 2015년에만 7,355개의 특허를 취득했습니다.

IBM ANALYTICS

IBM Analytics는 누구나 데이터를 다루면서 가장 까다로운 비즈니스 문제도 해결하고 패턴을 발견하고 혁신적인 아이디어를 발굴하여 실현할 수 있도록 지원합니다. 산업 전문 첨단 분석 솔루션으로 인사이트를 개발하고 실행에 옮길 수 있습니다.

IBM WATSON

사람과 컴퓨터 간의 새로운 파트너십을 실현하는 코그너티브 시스템인 IBM Watson은 사람의 경험을 발전시키고 확장하며 가속화합니다. IBM Watson Analytics는 직관적인 시각화 및 예측 분석을 모든 비즈니스 사용자에게 제공합니다. IBM Watson Ecosystem 개발자 및 파트너는 각자의 클라우드 기반 애플리케이션에 코그너티브 컴퓨팅 API(애플리케이션 프로그램 인터페이스)를 임베드하여 혁신적인 Watson 기반 소비자 산업 솔루션을 제공할 수 있습니다.

WATSON MARKETING

사내외에서 고객 행동, 패턴, 감성에 의해 드러나는 새로운 인사이트를 활용하여 새로운 비즈니스 기회를 실현하십시오.

WATSON SUPPLY CHAIN

내장된 전문가 기능으로 유익한 조언을 얻고 팀 차원에서 문제가 일어나기 전에 대비함으로써 능동적으로 문제를 해결할 수 있습니다.

WATSON COMMERCE

더 정확하게 고객의 선호도, 행동, 시장 영향을 파악하여 각종 기회와 트렌드를 유리하게 이용하고 개인화된 고객 경험을 제공하십시오.

IBM MOBILEFIRST

엔터프라이즈 데이터 및 분석에 고급 사용자 경험을 접목하여 기업이 더 효과적으로 소통, 학습, 연결하고 성과를 낼 수 있는 방식을 새롭게 정의합니다.

IBM SECURITY

IBM 보안 소프트웨어 및 서비스를 통해 지능적 위협에 대비하고 사기를 차단하고 ID 및 액세스를 관리하고 주요 애플리케이션, 데이터, 인프라스트럭처의 보안 기능을 지원할 수 있습니다.

IBM CLOUD

IBM 클라우드 솔루션은 IaaS(infrastructure as a service), SaaS(software as a service), PaaS(platform as a service)를 퍼블릭, 프라이빗, 하이브리드 클라우드 모델을 통해 제공합니다. 민첩한 클라우드 구축의 이점, 완전한 가시성 및 제어 기능을 활용하면서 더 빠르고 현명하게 비즈니스 결정을 수행할 수 있습니다.

추가 정보

본 솔루션 가이드에서 다른 솔루션에 대한 자세한 내용은 현지 IBM 담당자에게 문의하거나 다음 사이트에서 확인하십시오. ibm.com/retail

NOTES:



© Copyright IBM Corporation 2017

IBM Corporation
Sales and Distribution Group
Route 100
Somers, NY 10589

Produced in the United States of America
January 2017

IBM, IBM 로고, ibm.com, Initiate, SPSS, InfoSphere, BigInsights, IBM Watson, Watson Discovery Advisor, Cognos, Power Systems, z Systems, PureData, WebSphere, Bluemix, TM1, PureApplication, IBM MobileFirst, TRIRIGA, Maximo, POWER7+, PureFlex, PureSystems, Tivoli, IBM SmartCloud, Global Business Services, X-Force, QRadar, Trusteer, Guardium, 및 AppScan은 미국 또는 기타 국가에서 사용되는 International Business Machines의 상표 또는 등록상표입니다.

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.

The Weather Company는 IBM Company인 TWC Product and Technology, LLC의 상표 또는 등록 상표입니다.

Silverpop은 IBM Company인 Silverpop의 상표 또는 등록상표입니다.

SoftLayer는 IBM Company인 SoftLayer, Inc.의 상표 또는 등록상표입니다.

Netezza 및 Sterling Commerce는 IBM Company인 IBM International Group B.V.의 상표 또는 등록상표입니다.

Kenexa는 IBM Company인 Kenexa의 등록상표입니다.

Intel은 미국 또는 기타 국가에서 사용되는 Intel Corporation 또는 그 계열사의 상표 또는 등록상표입니다.

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

인용된 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.

법률과 규정을 준수하는지 확인해야 할 책임은 고객에게 있습니다. IBM은 법률 자문을 제공하지 않으며 IBM의 서비스나 제품을 통해 관련 법률이나 규정에 대한 고객의 준수 여부가 확인된다고 진술하거나 보증하지 않습니다.



재활용하십시오.
