



# 귀사는 무엇을 차별화하고 계신가요?

리테일·소비재 산업을 위한 사례집





롯데제과는 1967년 설립 이래 껌, 초콜릿, 비스킷 등 2백여 종의 제품을 생산, 공급하면서 제과 업계에서 정상을 지키고 있습니다. 전세계 70여 개국에서 판매하고 있으며, 제과 업계 최초로 5천만 달러 수출탑을 수상하는 등 해외에서도 세계 최고의 품질로 인정받고 있습니다. 나아가 기존 사업의 핵심역량을 기반으로 신규 카테고리 확장 및 제빵, 대용식, 건강사업 등 인접영역의 신사업을 적극적으로 추진하고 있습니다.

최근에 롯데제과는 전세계 식품업계에서 선도적으로 인공지능 기반의 빅데이터 플랫폼을 도입하여 신제품 개발 과정에 적용하고 있습니다. 이를 통해 제과 카테고리를 넘어선 식음료 영역 전반에 대한 분석 및 예측 능력을 확보하고 시장 트렌드를 이끌어가는 새로운 혁신을 주도하고 있습니다.

# 롯데제과 롯데제과

## 인공지능 알고리즘을 적용한 빅데이터 분석 플랫폼을 구축하여 신제품 기획 프로세스 혁신



과거 제과 업계는 대형 브랜드와 자체 유통망이 경쟁력이었습니다. 그러나 온라인 커머스의 성장으로 소비자의 영향력이 커지면서 **시장 변화에 즉각적이고 정확하게 대응할 수 있는 역량이 중요한 경쟁력**으로 대두되었습니다. 또한 매달 신제품이 쏟아지는 포화된 제과 시장에서 제품이 성공적으로 안착하는 비율은 저조한 수준입니다. 이러한 시장 환경 변화에 따라, 신제품 출시를 통한 수익성 확보와 연 매출 1천억원 이상의 메카 코어 제품 출시는 큰 부담이었습니다.

기존에 롯데제과는 신제품 기획을 위한 기반 데이터로 시장 조사업체의 정형화된 리포트와 제과 산업 POS 데이터에 주로 의존했습니다. 현재 지배적인 문제들을 해결하기 위해서는 제과 시장만 분석할 것이 아니라, 제과시장을 넘어서서 식음료 산업에서 상승세인 먹거리가 무엇인지 이해하는 등 주변 트렌드를 파악할 필요가 있었습니다. 원천 데이터의 지평을 넓히고 세밀한 소비 트렌드를 파악하면서 더 나아가 산업에 대한 예지력을 갖추기 위하여, **롯데제과는 인공지능 기술을 적용한 빅데이터 분석 플랫폼을 개발**하기로 결정하였습니다.



Client Needs

### IBM Solution

- IBM GBS 인공지능 도입 컨설팅
- IBM GBS 빅데이터 플랫폼 구축 서비스 (엘시아 LCIA, Lotte Confectionery Intelligence Advisor 구축)
- IBM Watson Explorer (비정형 분석 솔루션)



# 롯데제과 롯데제과



## Why IBM?

롯데제과는 시장을 선도할 수 있는 신제품 개발을 위해 종합적으로 데이터를 분석하는 역량이 필요했습니다. 게다가 기존 데이터를 확장해 세계적인 규모의 빅데이터를 분석할 계획이었기 때문에 인공지능 기술을 적용하자는 전략이 있었습니다. 이런 이유로 기업형 인공지능 분야에 앞서 있으면서, 빅데이터에 대한 오랜 연구와 디지털 기술 로드맵을 이끌고 있는 **IBM의 역량에 신뢰를 가지고 협업을 결정**하였습니다. 또한 IBM의 다양한 글로벌 산업 경험을 보고 롯데제과와 함께 **식품로 산업을 이해하고 비즈니스 문제를 해결**할 수 있다는 기대감으로 진행하게 되었습니다.

## 비즈니스 효과

롯데제과는 '엘시아'(인공지능 트렌드 분석 시스템)를 통해서 새로운 트렌드의 등장에 발맞춘 마케팅 활동으로 매출에 긍정적인 영향을 주었습니다. 예를들면, 앙금+버터가 인기를 끌고 있는 점을 선상하여, 롯데제과 제품인 빠다코코넛에 앙빠(빠다코코넛 사이에 팔 앙금, 버터를 넣어 샌드위치처럼 만드 디저트) 컨셉트를 활용한 마케팅 활동을 하면서, **빠다코코넛의 월 매출이 전년 동기 대비 30% 이상 증가해 제2의 전성기**를 누리게 되었습니다. 또한 꼬깔콘 브랜드 영향력에도 긍정적인 결과가 있었습니다. 과거 맥주에 대한 트렌드 예측분석을 토대로, 꼬깔콘 버팔로링맛을 출시하였는데, 그 결과, 맥주의 스낵 안주로서의 **꼬깔콘 영향도 순위가 11위에서 3위까지 상승**하였습니다. 이런 제품 성과와 더불어 '엘시아' 관련 기사가 약 2년간 671건 보도되어 롯데제과 이미지를 첨단 푸드 테크 기업으로 인식시키는데 크게 기여하였습니다.



## Solution Effect

## 데이터 기반의 의사 결정력

그동안 제한된 데이터로 직관적인 의사 결정을 했다면, 롯데제과는 '엘시아'를 통해 수천만 건의 소셜 데이터와 POS 판매 데이터, 날씨, 연령, 지역별 소비 패턴 및 각종 내·외부 자료 등을 종합적으로 판단하게 되었습니다. 또한 식품에 대한 미래 트렌드를 예측하여 이상적인 조합의 신제품을 기획하는 데이터 기반의 의사 결정력을 가지게 되었습니다. 예를 들면, '엘시아'가 추천하는 신제품 조합의 3개월 후 8주간의 예상 매출을 예측함으로써

신제품 출시 의사 결정에 필요한 주요 인사이트를 얻을 수 있게 되었습니다.

## 식품 트렌드 및 소비자 니즈에 대한 정교한 분석

롯데제과는 기존의 시장 조사를 통해 얻던 제품 아이템 단위의 판매 정보 이상으로 세밀한 식품 트렌드 예측 능력을 확보하게 되었습니다. 그 관점의 분석을 위해 제품 DNA 개념을 도입하고 알고리즘에 적용하였습니다. 제품의 속성을 맛, 소재, 식감, 모양, 규격, 포장 등 7~8가지의 큰 카테고리 나눈 후 수천 개의 세부 DNA로 정의하였습니다. 또한 지역, 유통채널, 성별, 연령, 산업별로 다양한 관점에서의 시장 DNA 분석이 가능하고 버즈량 증가 추세와 편차, 경쟁 등 **고도화된 소셜 데이터 분석을 통해 신제품에 대한 소비자 반응도 실시간으로 파악** 할 수 있게 되었습니다.

## 향후 발전방향

롯데제과는 '엘시아'를 통해 심도 있고 신속한 시장 분석이 가능해져 제품 개발 및 마케팅 전략 수립에 큰 도움이 될 것으로 기대하고 있습니다. 그리고 객관적인 분석 자료를 실시간으로 확인할 수 있게 되어 데이터 기반의 의사 결정도 빠르게 이루어질 것으로 예상합니다. 롯데제과는 향후 '엘시아'를 신제품 개발 뿐만 아니라 생산, 영업 전반에 걸쳐 활용함으로써 **데이터와 인공지능을 활용한 사업경쟁력 확보**와 함께, **롯데 그룹 내 다른 계열사 확산도 고려** 중입니다.



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

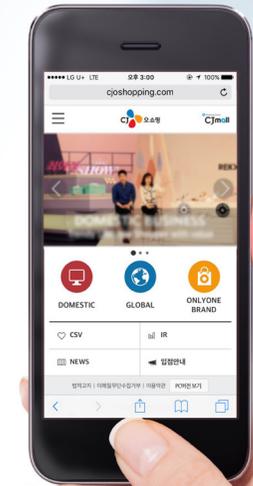
로사는 이제 매장에서 판매되는 150만 개 제품의 주요 구매 요인 21 개를 정의하고, 소셜 네트워크 플랫폼에서 언급된 400개 이상의 유행 제품 및 스타일을 분류할 수 있습니다. 비정형 제품 데이터에서 핵심

### 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.



1995년 국내 최초로 TV쇼핑 방송을 시작하면서 고객들의 신뢰와 사랑을 받은 CJ오쇼핑은 트렌디한 라이프스타일을 선도하는 온라인 쇼핑 회사입니다. 국내 및 아시아를 넘어 세계 무대로 도약하는 일류 미디어 쇼핑 리더가 되고자 노력하고 있습니다.



# CJ오쇼핑

## 클라우드 도입을 통해 대고객 서비스 향상을 위한 쇼핑 인프라의 확장성과 성능, 그리고 안정성까지 확보



Client Needs

CJ오쇼핑은 국내 최대 온라인 쇼핑몰인 'CJ몰(mall)'과 홈쇼핑 채널을 운영하는 회사로, 그동안 다른 전자상거래 업체와 마찬가지로 국내 IDC(인터넷 데이터 센터)를 통해 CJ몰을 운영해왔습니다. 그러나, **온라인 쇼핑 비즈니스가 급격하게 성장**하면서 쇼핑몰 이용자가 갑작스럽게 몰리는 연말/연시, 졸업/입학 시즌, 명절 등 쇼핑 성수기나 이벤트 프로모션 기간에는 고객들의 원활한 쇼핑이 절대적으로 필요한 상황이었습니다. 안정적이고 쾌적한 쇼핑 경험을 위한 **컴퓨팅 자원의 탄력적 운영이 제기되었고, 동시에 고객 개인정보 등 민감 정보에 대한 강력한 보안 환경이 필요**하였습니다.

IBM Solution • IBM Cloud



Why IBM?

CJ오쇼핑처럼 대고객 서비스 향상 및 차세대 비즈니스를 고려하는 기업 고객들에게 IBM은 최적의 클라우드 방안을 제공합니다. IBM은 하이브리드 클라우드의 구축을 위한 컨설팅 및 구축, 관리와 최적화까지, 업계에서 유일하게 종합적인 클라우드 역량을 제공하고 있습니다. CJ오쇼핑은 판교에 위치한 IBM 클라우드 데이터 센터와 CJ오쇼핑 자체 IDC를 연동하여 하이브리드 클라우드를

구축하였습니다. IBM은 성남시 판교에 구축된 IBM 클라우드 데이터 센터를 통해, CJ오쇼핑이 원하는 시간과 장소에서 필요한 데이터를 활용할 수 있도록 지원 중입니다. CJ오쇼핑에 급격한 고객 유입이 발생할 경우, 즉시 컴퓨팅자원을 배포하여 과부하를 빠르게 처리하는 높은 확장성을 제공하면서, 최적화된 '베어메탈(Bare Metal)' 서비스를 통해 경쟁력 있는 비용과 높은 성능의 컴퓨팅 및 스토리지 환경까지 제공합니다.



Solution Effect

CJ오쇼핑은 쇼핑 성수기에도 신속하고 탄력적으로 운영하면서 고객의 개인정보와 같은 민감한 정보까지 보호하는 기반을 마련하였습니다. 개인 정보는 프라이빗 클라우드에 안전하게 저장하고, 쇼핑몰 트래픽 급증에 즉각 대응이 필요한 영역은 퍼블릭 클라우드를 사용합니다. 쇼핑몰 특성상 반드시 수집하게 되는 개인정보는 CJ오쇼핑 자체 센터에 저장하여 민감정보에 관련한 국내 법규정을 준수하는

한편, 이와 연계하여 사용하는 IBM 클라우드 환경에서는 CJ오쇼핑 전용 물리적 보안 장비(Dedicated Security Appliance)를 통하여 높은 수준의 보안 서비스를 받게 됩니다. 이번 클라우드 도입으로 CJ오쇼핑에서는 대고객 서비스 향상을 위한 쇼핑 인프라의 확장성과 성능, 그리고 안정성까지 확보하게 되었습니다.



풀무원은 30년전부터 유기농사업을 시작한 한국의 대표적인 바른먹거리 기업입니다. 신선식품, 음료 등의 식품사업은 물론 급식, 컨벤션 사업 등도 수행하고 있습니다.

# 풀무원 Pulmuone

## 분석을 위한 데이터 가공 시간을 50배까지 단축

'현재는 내부 데이터 중심으로 마케팅, 영업, 제조 등의 업무를 위한 분석에 집중하고 있지만, 향후에는 날씨나 유통사의 데이터 등과 같은 외부 데이터를 적용하여, 데이터 기반의 제품 차별화와 비용 절감을 도모할 예정입니다.'

- 풀무원 담당자 -



Client Needs

풀무원은 치열한 시장 경쟁에서 우위를 확보하기 위해서는 **고객주문 데이터, 물류 데이터, 매입 데이터, 매출 데이터** 등의 데이터 활용이 필수라는 것을 인지하고 있었습니다. 기존 데이터 활용 방식의 경우 데이터 수집, 가공, 분석 등에 오랜 시간이 소요되어 분석 요구 사항에 대한 빠른 대응이 어려웠습니다. 특히, **IBM 무료컨설팅 프로그램인 CVE(Client Value Engagement)**를 통해 **전사 데이터의 활용 상태를 점검하고 목표 달성을 위한 활동을 정의**하게 되었습니다.

IBM Solution • IBM PDA • IBM DataStage



Why IBM?

풀무원은 IBM의 빅데이터 분석 솔루션인 PDA가 데이터를 가공하지 않아도 빠르게 조회할 수 있다는 점에 주목했습니다. 또한, 함께 도입된 DataStage는 병렬 처리가 지원되어 원천

데이터 수집이 매우 빨리 이루어지기 때문에 만족할 만한 수준의 성능을 제공한다는 신뢰를 갖게 되었습니다.



Solution Effect

PDA를 도입함에 따라 기존에는 어려웠던 장기간+대량의 데이터를 사용한 분석이 가능해졌습니다. 데이터 가공에 소요되던 시간

이 적게는 5배에서 많게는 50배까지 단축되었으며, 다양한 측면에서의 다각도 분석도 가능해졌습니다.



동원F&B는 '좋은 음식으로 국민 건강에 기여' 하는 종합식품회사입니다. 동원, 양반, 리첼, 덴마크우유, 동원샘물 등 다채로운 브랜드를 통해 맛있고 건강한 식품을 만들고 있습니다.

# 동원 F&B Dongwon 동원F&B

## 비즈니스에 최적화된 IBM Cloud로 두달만에 챗봇 상담 서비스 론칭



Client Needs

동원 F&B는 1년 365일 24시간 열려있는 고객 상담 창구를 통해 고객만족도를 끌어올리고자 했습니다. 특히, **인공지능 기반의 챗봇 서비스**를 도입하여 **스마트한 방식의 고객상담 창구**를 신속하게 론칭하고자 **최적의 솔루션**을 찾게 되었습니다.

**IBM Solution** • IBM Watson API • IBM Cloud



Why IBM?

동원 F&B는 챗봇 서비스를 위해 IBM Watson과 같이 시장에서 이미 검증된 솔루션 도입과 함께 국내 스타트업과 함께 챗봇을 자체 개발하는 방안을 검토하였으나, 당장 비즈니스에 최적화된 인공지능을 신속하게 적용하기 위해 IBM Cloud에서 제공하는 IBM Watson API를 도입하는 것으로 결정하였습니다. IBM은

지난 20여년 이상 구축해온 신뢰와 AI 알고리즘에 대해 충분한 고민을 한 벤더라고 생각했기에 IBM을 선택하는 것은 어려운 결정이 아니었습니다. IBM Watson은 모듈화되어 필요한 API 들을 쉽게 사용할 수 있다는 점도 큰 장점이었습니다.



Solution Effect

IBM Watson은 스스로 학습할 수 있는 능력을 갖춘 인공지능이라는 점에서 차별성이 있었습니다. 또한, IBM Watson을 활용한 챗봇의 구축은 IBM Cloud 기반에서 이루어지기 때문에, 초기 투자 비용이 적어서 부담이 적다는 것은 물론, 개발을 시작한 지 두

달만에 론칭을 할 수 있었을 만큼 개발 과정이 쉽다는 장점들이 있었습니다. 즉, 동원 F&B는 최소한의 비용으로 원하는 서비스를 빠르게 시장에 선보일 수 있었다는 점에 크게 만족하고 있습니다.



편의점 브랜드 '세븐일레븐'으로 잘 알려진 코리아세븐은 1988년 5월 세븐일레븐 1호점을 올림픽 선수촌에 오픈하며 현재까지 편의점 혁신의 선도기업으로서의 사명을 다하고 있습니다. 특히, 2017년 5월 최첨단 스마트 무인 편의점 '시그너처'를 롯데월드타워에 오픈하였습니다.

### Smart Unmanned



# 코리아세븐 7-ELEVEN

## 새로운 IT 인프라로 안정적이고 빠른 주문마감이 가능해져 점주들의 만족도 상승

'IBM Power Systems의 탁월한 성능과 안정성, 그리고 IBM FlashSystem이 제공하는 비교불가의 데이터 처리 속도 덕분에 점포들의 주문 처리의 효율성을 극대화하고 있습니다.'

- 코리아세븐 전산팀 강용준 책임 -



### Client Needs

코리아세븐은 세븐일레븐 점포 수의 지속적 증가에 따라 시스템에 대한 요구사항이 증가하는 가운데, 기존 장비로는 확장하는 비즈니스에 따른 수요와 고객 만족을 위한 요구사항을 만족시키기 어렵다는 우려가 있었습니다. 이에, 장비 교체를 결정하고 최적의 서버 및 스토리지 솔루션을 도입하기 위한 작업을 시작했습니다.

**IBM Solution** • IBM Power Systems • IBM FlashSystem



### Why IBM?

코리아 세븐은 이미 2015년 말에 회계용 서버로 IBM의 Power Systems를 도입한 바 있습니다. 1년 이상 사용 경험에 기반하여 성능면은 물론 파티션 증설이 용이하여 쉽게 CPU나 메모리를 추가할수 있다는 점 등에서 크게 만족하였으며, 점포 발주 시스템 교체를 위한 신규장비로도 IBM Power Systems를 선택하게 되었습니다. 기존에 하드디스크만 사용해오던 스토리지의 경우

데이터 처리속도에서 확연히 차별화된 가치를 제공하는 플래시가 대세인 상황에서 플래시스토리지 도입을 위한 검토를 1년 이상의 기간을 거쳐 진행하게 되었습니다. 특히, POC를 통해 IBM FlashSystem이 성능이 월등히 우수할 뿐 아니라 안전성에서도 문제 없음을 확인하고 도입을 결정하게 되었습니다.



### Solution Effect

점포시스템의 경우 2017년 7월 현재 전국 9000개에 이르는 점포들이 재고 현황과 판매 예상 물량을 비교하여 주문을 매일 해야하는데, 이런 주문 마감에 있어 매우 핵심적인 역할을 하는 시스템입니다. 특히, 대부분의 점포들이 마감 시간에 임박하여 발주를 하는 경향이 있기 때문에, 전국 9000개 달하는 점포들의 주문이 한꺼번에 몰리는 경우, 신속하게 요구사항을 반영하지 못할 우려가 있었습니다. 이런 경우, 재고 데이터의 정확성이 떨어짐으로써 점주들의 불만족은 물론 판매와 최종소비자의 만족도에까지 영향을 미치게 됩니다. 기존 시스템에 비해 4배 가까운 CPU 성능과 함께 장애에 대한

우려를 해소하는 안정적인 IBM 서버 도입에 따라, 배치작업에 걸리는 시간이 기존대비 2~5배 줄어들에 따른 비용 절감 효과는 물론, 정확하고 빠른 마감 업무가 가능하게 됨으로써 점포들의 만족도도 크게 상승하게 되었습니다. 특히 최근 재고 관리가 어려운 Fresh Food가 편의점의 핵심 사업으로 주목받으면서 정확한 데이터를 수집하는 역할은 매우 중요했기 때문에 새로운 인프라에 대한 만족도 또한 매우 높습니다. 향후 늘어나는 비즈니스 요구 사항에 충분히 대응할 수 있는 시스템 역량을 갖춘 것도 이번 인프라 교체를 통해 기대하는 효과 중 하나입니다.



삼양그룹은 1924년 창업한 삼양사를 모태로 화학, 식품, 의약바이오, 신사업 등의 핵심사업부문을 중심으로 성장, 발전해오고 있습니다. 현재 삼양사, 삼양패키징, 삼양바이오팜, 삼남 석유화학 등을 포함하여 삼양홀딩스 하에 13개 계열사를 보유한 그룹사입니다.



# 삼양그룹 • samyang

## 전사의 표준화된 데이터를 실시간으로 통합하여 경영 기획에 참고

‘경영기획을 위한 솔루션 도입 시에는 도입의 목적을 분명히 하는게 매우 중요합니다. 통합과 표준화된 관리라는 측면에서 IBM Planning Analytics를 선택한 것은 매우 탁월한 선택이었다고 평가하고 있습니다.’  
- 윤경수 부장, 삼양홀딩스 경영기획팀 -



Client Needs

삼양 그룹은 2011년 지주사 체제로 전환한 이후 ‘Single Number’ 이니셔티브 하에 통합과 표준화를 목표로 **지주사를 중심으로 하는 모든 계열사들이 일관된 데이터를 기반으로 경영 기획을 하도록 하는 전략을 실행**하고자 했습니다. 특히, 일부 계열사들은 스프레드시트를 사용하여 경영기획을 위한 데이터 분석을 해왔기 때문에 **개인별 분석 관점에 따라 서로 동일하지 않은 기준으로 작성된 분석 결과**를 취합하여 사용함으로써 야기되는 오류는 물론, 휴먼 에러로 인한 착오도 피하기 어려웠습니다.

**IBM Solution** • IBM Planning Analytics • IBM Cognos BI



Why IBM?

삼양그룹의 지주사들은 기존에 경영기획을 위한 데이터 분석을 위해 오라클의 하이퍼리온을 사용해왔습니다. 경영 기획을 위해 전사적으로 통합된 데이터 분석 툴을 도입하기 위해 삼양그룹은 다양한 벤더들의 솔루션을 시연을 통해 검토했습니다. 그 결과, 배치 작업이 필요했던 기존에 사용하던 솔루션과 달리 인메모리 기반으로 실시간 업데이트가 가능하며, 시뮬레이션 기능은 물론 유지보수도 다른 툴들에 비해 쉽고 용도를 확장할 수 있는

유연성도 큰 IBM Planning Analytics를 선택하였습니다. 판매 ⇒ 생산 ⇒ 구매 ⇒ 경영기획 등의 과정에서 상호 데이터를 공유하여 업무 협조를 할 경우 기존에는 각 단계마다 일정시간을 소요하여 배치작업을 해야했던 반면, IBM Planning Analytics 도입 이후 실시간으로 데이터가 업데이트되어 업무 효율을 극대화할 수 있다는 점에 특히 주목하였습니다.



Solution Effect

IBM Planning Analytics 도입을 통해 가장 큰 혜택을 누리고 있는 부서는 지주사의 경영기획팀이라고 할 수 있습니다. 기존에는 각 계열사의 관련 부서들로부터 데이터를 받아 취합을 하는 작업에 많은 시간을 소요해야했던 반면 전 계열사가 IBM Planning Analytics를 도입하여 직접 해당 데이터를 표준화된 양식에 따라 입력하고 자동으로 시스템이 통합된 뷰를 제공함으로써, 데이터 취합 및 통합 분석에 드는 시간을 획기적으로 줄일 수 있었습니

다. 뿐만 아니라, 사람에 따른 분석의 상이함이나 에러도 해소함으로써 보다 정확한 분석 결과를 확인할 수 있게 되었습니다. 한편, 경영 기획 담당자가 변경될 경우 인수인계를 통해 새로운 담당자의 역량을 기존 담당자의 이해도만큼 끌어올리는데 상당한 기간이 필요했던 반면, 시스템 기반으로 이미 Setting되고 제공 되는 데이터 분석을 사용함으로써 담당자 변경에 따른 업무 공백도 최소화되었습니다.



파라다이스 그룹은 한국 대표적인 관광 기업으로 1972년 설립된 이래 호텔, 게이밍, 여행, 레저 등 관광산업의 다양한 분야를 개척하며 국내 관광 산업을 성장시키고 있습니다.



# 파라다이스 PARADISE

IT팀은 비즈니스 변화에 대응하기 위한 핵심업무에 집중



Client Needs

파라다이스 그룹의 IT팀은 비핵심 업무에 투자하는 시간이 많은 탓에, 핵심적인 업무라고 할 수 있는 파라다이스 시티를 계획하고 운영하는 일에 역량을 집중할 수 있는 시간이 전체 업무 시간의 40%에 불과했습니다. **보다 많은 시간을 고객 경험을 창조하고 고객 성향을 분석하여 이에 민첩하게 대응할 수 있는 IT 신기술 개발에 집중하고자 했습니다.** 또한 IT 운영 측면에서도 비즈니스 환경에 유연하게 대처하고 서비스 품질을 높여 시장을 빠르게 공략할 필요가 있었습니다.

**IBM Solution** • IBM 인프라 매니지드 서비스 (IMS)



Why IBM?

IBM은 전문 인력과 축적된 노하우를 가지고 있어 파라다이스 그룹이 새로운 비즈니스를 위해 최적의 솔루션을 개발하고 인프라를 구축 및 운영할 수 있는 최적의 파트너사입니다.



Solution Effect

파라다이스 그룹은 IBM 인프라 매니지드 서비스를 통해 초기 IT 인프라 구축 비용 절감은 물론, 운영 인력 및 추가 투자 비용을 절감하게 되었습니다. 또한 다양하고 전문적인 인력을 보유하고 있는 IBM과 함께 비즈니스 변화에 대응하는 유연하고 민첩한 IT 환경을 마련하게 되었습니다. IT 인프라 수준을 향상시킴으로써

첨단 기술의 파라다이스시티를 계획하고 실제 운영하는 업무에 빠른 준비를 할 수 있게 되었습니다. IT 팀이 보다 핵심 업무에 집중하게 되면서 결과적으로 서비스 품질은 높이고 비용은 절감하게 되어 빠른 환경 변화에 유연하게 대처하고 시장을 빠르게 공략할 수 있게 되었습니다.



1989년 (주)유원주택으로 시작한 세정그룹은 지난 40여년간 패션, Housing, IT 분야에서 아름다운 생활 문화를 만드는데 앞장서 왔습니다. 오랜 기간 축적된 노하우를 기반으로 국내·외 및 온·오프라인에서 신 라이프스타일 문화를 지속적으로 창조해나가고자 합니다. 대표적인 패션 브랜드로 Olivia Lauren, INDIAN 등이 있습니다.

# 세정아이앤씨

SEJUNG (주)세정I&C

## DB 서버의 성능과 안정성을 확보하여 비즈니스 효율성 향상 및 비용 절감 효과

‘IBM Power Systems는 경쟁사의 최상위 제품으로 운영되던 서비스를 IBM의 Mid-range 제품으로 더 빠르고, 안정적으로 운영할 수 있다는 것을 BMT를 통해 입증했습니다.’

- SM사업부장 김병남 -



### Client Needs

세정아이앤씨는 노후화된 DB서버를 교체하여 시스템 성능 및 안정성을 개선하고자 했습니다. 기존에 사용해오던 HP Superdome의 경우 유지보수 비용이 과다했을 뿐 아니라, 시스템 성능 면에서도 효과적인 비즈니스 수행을 지원하기 역부족인 상황이었습니다.

**IBM Solution** • IBM Power Systems



### Why IBM?

IBM Power Systems는 벤치마크테스트를 통해 성능과 안정성에서 뛰어난 결과를 보여주었으며, 가성비에 대한 확신을 심어주었습니다.



### Solution Effect

DB서버의 성능과 안정성이 확보됨으로써 유관업무의 효율이 대폭 향상됨은 물론, 경쟁사의 최상위 제품으로 운영되던 업무를 IBM의 scale out 제품으로 교체함으로써 유지보수 비용도 절감될 것으로 기대하고 있습니다.



1953년에 설립된 로라애슐리(Laura Ashley)는 오드리 헵번과 다이애나 왕세자비가 애호한 영국의 토털 홈 인테리어 브랜드입니다. 전 세계 450개 매장에서 의류뿐 아니라 인테리어 가구 등을 판매하고 있고, 영국, 아일랜드, 프랑스에서 163개의 소매 아울렛과 16개의 자회사를 보유하고 있습니다. 국내에서도 서울, 부산, 대전, 울산 등 10개 지역에서 판매점을 운영하고 있습니다.

# 로라애슐리 LAURA ASHLEY

재무 통합 프로세스의 자동화로 시간 절약 효과 및 비즈니스 구조별로 다양한 분석 능력 확보



Client Needs

로라애슐리는 국제적인 브랜드인 만큼 광범위하게 회사를 운영하고 있습니다. 온라인 메일 주문 판매 채널, 제조 설비, 라이선스 사업까지 관할 중이며, 원가가 집계되는 최소 단위 조직인 원가중심점(cost center)도 1,000개 이상 포함하고 있습니다. 이에 따라 그룹 차원의 중요한 결정을 내리기 위해서는 반드시 복잡한 재무 통합 프로세스를 거쳐야 했습니다. **수익성을 정확히 모니터**하고 신규 기회와 직결되는 올바른 비즈니스 전략을 취하기 위하여, 그룹의 모든 **유통 체계의 재무 활동에 대한 구체적인 최신 정보가 중요**하였고 **기존의 프로세스와 시스템을 더욱 정교하게 할 필요성**이 있었습니다.

## IBM Solution • IBM Planning Analytics



Why IBM?

IBM Planning Analytics는 재무 계획, 예산, 예측, 분석 프로세스를 자동화하는 솔루션으로 재무팀의 업무 프로세스 효율성을 높이고 비즈니스 성과를 높이기 위한 예측 분석력을 제공합니다. 로라애슐리의 재무팀이 스프레드시트에서 IBM Planning Analytics 데이터베이스로 데이터를 업로드하면, IBM 플래닝

애널리틱스는 재무 통합 프로세스를 진행하기 위해 자동으로 해당 데이터를 재무 통합 및 마감 보고 솔루션으로 공급하고, 그 결과를 회사의 ERP 시스템에 업데이트하게 됩니다. 자회사 수준에서만 재무 통합을 운영하는 다른 회사들과는 달리, 로라애슐리는 한 단계 더 나아가 원가중심점 차원에서부터 데이터를 수집하고 통합할 수 있습니다.



Solution Effect

로라애슐리 재무팀은 단순 반복 업무에서 벗어나 보다 가치 있는 활동에 주력할 수 있게 되었습니다. 간단해진 월별 회계 프로세스로 인해 월말정산 때마다 약 한 시간씩 근무 시간 감축 효과를 얻었고, 통화 정보나 고정 자산 업로드 등 다른 월별 재무 프로세스를 진행할 때도 시간을 절약하게 되었습니다. 기존 시스템에서는

1년 치의 데이터를 옮기는 데 반나절이 걸렸지만, IBM Planning Analytics 도입 후 현재는 30분 밖에 소요되지 않습니다. 또한 전사 차원에서는 법인별 분석 현황뿐 아니라 전체 비즈니스 매니저먼트 구조에 따른 다양한 분석능력을 확보하면서 글로벌 그룹의 의사결정을 통합적으로 그리고 신속하게 내릴 수 있게 되었습니다.



1849년에 설립되어 영국에 본사를 두고 있는 부츠 UK는 영국 최고의 드럭스토어로서 약품 외에도 헬스, 뷰티 제품 등을 판매하고 있습니다. 부츠는 올해 경기도 하남시에 위치한 신세계 그룹 쇼퍼테마파크 '스타필드' 내에 1호점을 오픈하며 한국에도 상륙했습니다.



Client Needs

# Boots

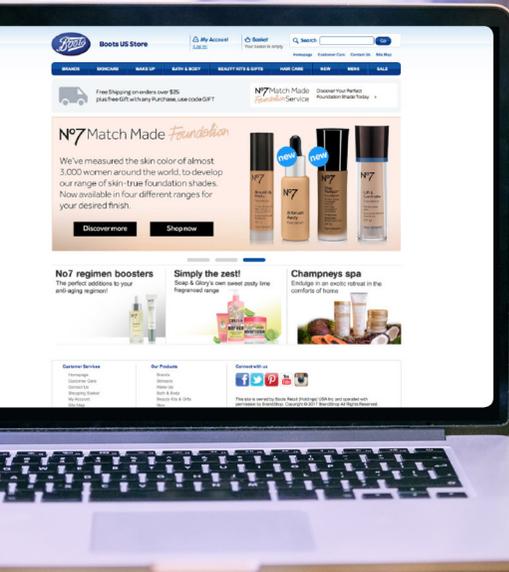
## 방대한 양의 데이터를 고객들에게 유의미한 조치를 취하는데 가치있게 활용 가능

'고객들이 디지털 채널에서 상품들을 검색하고 비교한 후, 상점에서 실제 구매를 하는 경우가 증가하고 있습니다. 부츠 UK의 모바일 앱은 고객들이 상품들을 신속하게 검색하고 비교하여 저장해둘 수 있도록 함으로써 고객들이 겪는 일종의 쇼핑 경험을 단순화하고 있습니다. 뿐만 아니라, 앱을 통해 맞춤형 제안을 하여 부츠 어드밴티지 카드 고객들이 개인화된 서비스를 통해 보다 만족할 수 있도록 하고 있습니다.'

- 마틴 스콰이어스(Martin Squires), 부츠 UK에 고객 인사이트부부장 -

부츠 UK는 1천 5백만에 달하는 로열티 카드 고객들의 부츠 브랜드에 대한 관여도를 강화하고 소비를 늘리기를 원했습니다. 이를 위해 어떻게 **고객별 유니크한 취향에 기반하여 보다 매력적인 구매 제안을 할 수 있을지가 고민**이었습니다.

- IBM Solution**
- IBM® Campaign
  - IBM Contact Optimization
  - IBM DB2®
  - IBM Digital Analytics
  - IBM SPSS® Modeler
  - IBM WebSphere® Commerce
  - IBM Bluemix



Solution Effect

부츠의 로열티 프로그램은 고객들의 브랜드 관여도를 높이고 개인화를 강화하기 위해 필요한 일정 수준의 인사이트를 확보하는데 매우 도움이 되는 프로그램이지만, 새로운 디지털 채널들이 생겨남에 따라 폭증하는 데이터를 분석해내는 것은 매우 힘든 과제였습니다.

6개월 기간 동안 유효한 활동을 한 고객들 중 1천 5백만이 넘는 고객들이 부츠 어드밴티지 카드(Boots Advantage Card)를 사용하였습니다. 이는 전체 고객들 중 3분의 2를 차지하는 것으로 이 프로그램을 통해 획득하는 데이터를 잘 활용하면 개인화된 제안들을 매력적이고 시기적절하게 제공하게 됨으로써 매출을 증가시키는 매우 강력한 동력이 될 것이라고 생각했습니다.

부츠 UK는 IBM 솔루션을 도입하여 방대한 양의 데이터를 기반으로 유의미한 조치를 취하는데 근간이 될 수 있는 인사이트를 확보하며 가치있게 활용하는 혁신을 하였습니다. 이를 통해 개인화된 마케팅 캠페인을 시의적절하고 규모있게 실행하고 있습니다. 부츠 UK는 분석 기반의 마케팅 프로세스를 정립하였습니다. 매출 거래 데이터들을 저장하는 데이터웨어하우스를 정비하고 개인 로열티 카드 고객들과 각 거래들을 매칭하여 개개인들의 선호도에 근거하여 그들에게 가장 효과적인 다음 제안이 무엇일지를 결정했습니다. 결과적으로 부츠 UK는 맞춤형 메시지의 양을 연간 70% 증가시킬 수 있었으며, 로열티 카드 고객들의 소비도 촉진시킬 수 있었습니다. 또한, 부츠 브랜드에 대한 고객들의 관여도도 높아지고 있습니다.



AEO(American Eagle Outfitters, Inc.)는 10대를 주 고객으로 높은 품질의 의류, 액세서리 및 미용 제품을 판매하는 글로벌 소매업체입니다. AEO는 북미에서 1,000개가 넘는 점포를 운영하며 ae.com 웹사이트를 통해 전 세계 77개국에 상품을 공급하고 있습니다.

# American Eagle Outfitters

## AEO AMERICAN EAGLE OUTFITTERS

### 다양한 디지털 채널에서의 고객 구매과정을 심층적으로 재현하고 분석하여 고객 경험 향상

American Eagle Outfitters는 **디지털 채널에서의 쇼핑 경험과 고객 충성도**를 한층 향상시키기를 원했습니다. 그러나 **고객 피드백 양식을 통해 받는 제한된 정보만으로 디지털 고객 경험을 높이는 데에 제한이** 있었습니다. 예를 들면, 온라인 결제를 중간에 포기하는 고객과 고객이 "품목을 구매할 수 없음" 또는 "장바구니의 품목 가격이 0달러임" 등의 피드백을 제공해도 정확한 원인을 파악하는 데에 시간이 걸리고 수천 명의 고객이 구매를 포기함으로써 미치는 비즈니스 영향을 알기 어려웠습니다.

또한, **빠르게 증가하는 모바일 고객을 유치하고 모바일 채널에서의 상호작용**에 대해 적극적으로 알고자 하였습니다. 온라인 및 모바일 구매과정에서 고객들이 겪는 불편사항은 다각적인 측면에서 발생하며 해당 "난제"를 정확하게 파악하기 위해서는 **고객의 구매과정을 심층적으로 재현하고 분석할 필요**가 있었습니다.



Client Needs

#### IBM Solution • IBM Tealeaf Customer Experience



Why IBM?

경쟁이 치열한 이커머스 업계의 성공은 고객 행동을 심층적으로 파악하는 데에 달려 있습니다. IBM Customer Experience Analytics 솔루션은 매출, 전환율 비교표와 같은 정량 데이터 뿐 아니라 고객의 디지털 구매과정을 재현하여 고객 행동에 대한 정성적인 분석을 동시에 제공합니다. 고객 동선과 이용 패턴을

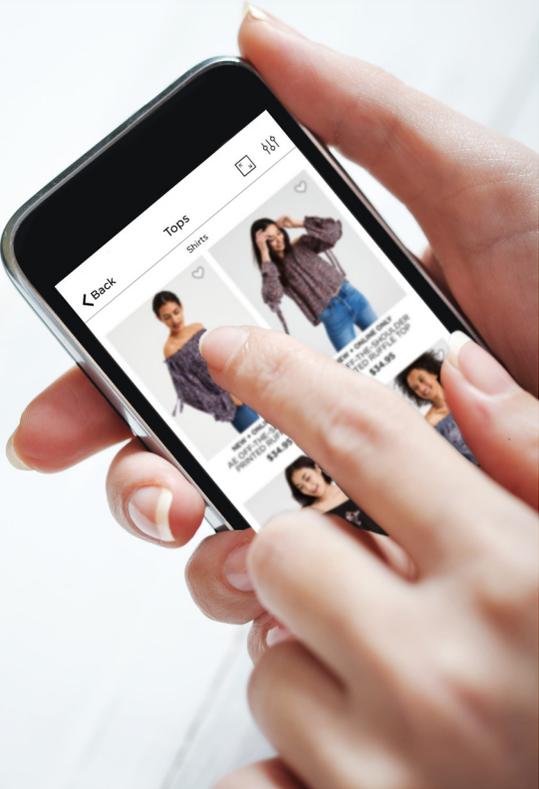
즉시 확인하여 이슈가 발생하였을 때 해당 원인을 빠르게 찾아 이탈고객에 대한 신속한 리마케팅을 가능하게 합니다. 즉, 기업과 고객과의 디지털 상호작용을 한 단계 더 높이는 데에 최적화되어 있습니다.



Solution Effect

AEO 웹분석팀에서는 IBM Customer Experience Analytics 솔루션을 모든 온라인 채널에 활용하여 고객의 온라인 행동과 회사 웹 사이트에서 벌어지는 상호작용을 심층적으로 파악하게 되었습니다. 고객이 답변한 피드백만으로 모호하게 문제를 접근하기보다 각 디지털 채널에서의 구매과정과 세션을 실제로 재현하고 볼 수 있었습니다. 예를 들면, 특정 상품이 추가될 때만 결제금액이 0달러로 표기되는 문제, 구매 후기 페이지와 모바일

기기 호환성 문제, 잘못된 할인코드를 몇 분 안에 수정하는 등 부정적인 디지털 경험의 근본 원인을 신속하게 알아내어 빠르게 해결할 수 있었고, 고객 만족도와 충성도가 증진하고, 고객 보유율이 늘어났습니다. 또한, 고객 경험에 대한 가시성이 향상되면서 피해를 받은 고객에게 연락하거나 리마케팅 하여 손실을 만회할 수 있었습니다.





M&S는 1984년에 설립된 영국의 대표적인 유통회사입니다. 품질 좋은 자사 브랜드의 식품과 의류를 영국은 물론 세계 시장에 공급하고 있습니다.

# Marks and Spencer

## M&S MARKS & SPENCER

### 신비로운 온라인 쇼핑족들의 세상을 들여다볼 수 있는 인사이트 시스템 확보

'IBM 솔루션은 우리의 온라인 브랜드가 고객들과 상호작용함에 있어서 매우 획기적일뿐 아니라, 숫자로 평가할 수 있는 정도의 개선을 가능하게 했습니다.'

- Karl Pestell, middleware senior technical product owner, Marks and Spencer -



Client Needs

Thanksgiving 연휴 직후의 월요일로 온라인 쇼핑을 촉진하기 위해 만들어진 날인 Cyber Monday와 같은 피크 시즌에 고객들에게 최적의 쇼핑 경험을 하여 구매까지 이어지게 하는 것이 대부분의 유명 온라인 쇼핑몰 회사의 과제였습니다. 특히, M&S는 자사의 쇼핑몰을 찾아온 고객들이 어떤 행태를 통해 구매하며, 어떤 문제로 불쾌함을 느낄 수 있으며, 왜 장바구니에 담은 물건들을 구매하지 않고 웹사이트를 떠나는지에 대한 가시성을 확보하여 구매 전환률을 높이는 것을 목표로 했습니다.

IBM Solution • IBM Watson CXA (Customer Experience Analytics)



Solution Effect

솔루션 도입 이후 처음으로 고객의 관점에서 온라인 쇼핑몰을 이해하기 시작했고 고객들이 겪는 일련의 경험들을 간소화할 수 있는 인사이트를 확보하여 구매로 이어지는 비율을 높이고 재구매율도 제고하게 되었습니다. 솔루션 도입 이전에는 고객들이 왜 온라인 쇼핑몰에 실망하게 되는지 원인을 파악하기 위해 주로 설문이나 콜센터를 활용하는 것이 전부였습니다. 그렇다보니 근본적인 원인 파악이 안되어 문제를 해결하지 못하는 경우가 대부분이었습니다. 솔루션 도입에 따라 M&S는 고객들이 쇼핑몰에서 겪는 모든 과정을

모니터하고, 심지어 그 과정을 다시 시뮬레이션해볼 수 있게 됨으로써 문제점을 정확히 파악해볼 수 있게 되었습니다. 솔루션 도입에 따라 M&S는 신비로운 온라인 쇼핑족들의 세상을 들여다볼 수 있는 일종의 인사이트 시스템을 갖추고, 고객들의 습관, 기대치, 편견이나 실망을 느끼는 점 등에 대한 명확한 이해를 확보할 수 있었습니다. 또한, 이런 이해를 바탕으로 고객의 니즈에 부합하는 매우 특별한 고객 경험을 제공함으로써, 고객들과의 끈여 시스템(System of Engagment)도 확보할 수 있게 되었습니다.



© Copyright IBM Corporation 2018

한국아이비엠주식회사

(07326) 서울시 영등포구 국제금융로10

서울국제금융센터 (Three IFC)

TEL : (02) 3781-7114

[www.ibm.com/kr](http://www.ibm.com/kr)

2019년 7월

Printed in Korea

All Rights Reserved

IBM, IBM 로고, ibm.com은 미국 및/또는 다른 국가에서 IBM Corporation의 상표 또는 등록 상표입니다. 상기 및 기타 IBM 상표로 등록된 용어가 본 문서에 처음 나올 때 상표 기호(® 또는 ™)와 함께 표시되었을 경우, 이러한 기호는 본 문서가 출판된 시점에 IBM이 소유한 미국 등록 상표이거나 관습법에 의해 인정되는 상표임을 나타냅니다.

해당 상표는 미국 외의 다른 국가에서도 등록 상표이거나 관습법적인 상표일 수 있습니다. IBM의 최신 상표 목록은 [ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml) 웹 페이지의 "저작권 및 상표 정보" 부분에서 확인할 수 있습니다.

기타 다른 회사, 제품 및 서비스 이름은 다른 회사의 상표 또는 서비스 표시일 수 있습니다.

이 문서에는 IBM 제품과 서비스를 참조한 경우에도 IBM이 비즈니스를 수행하고 있는 모든 국가에서 해당 제품과 서비스를 제공함을 의미하는 것은 아닙니다.