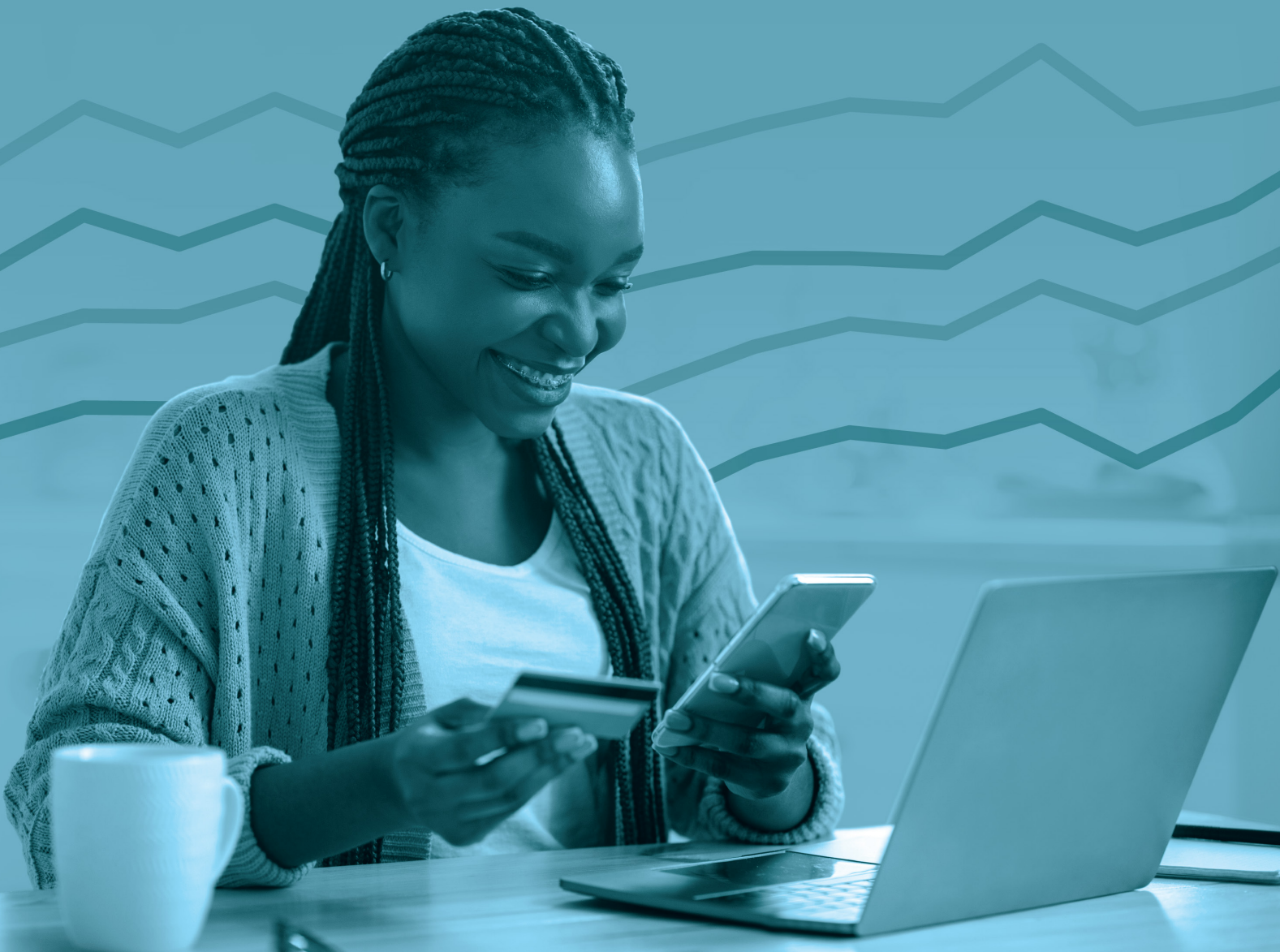




실시간 매장 분석으로 발전

끊임없이 변화하는 소매 환경에서 매장 운영의 모든 측면에 실시간으로 대응하는 것이 성공의 관건입니다.



오늘날 소매업의 난제

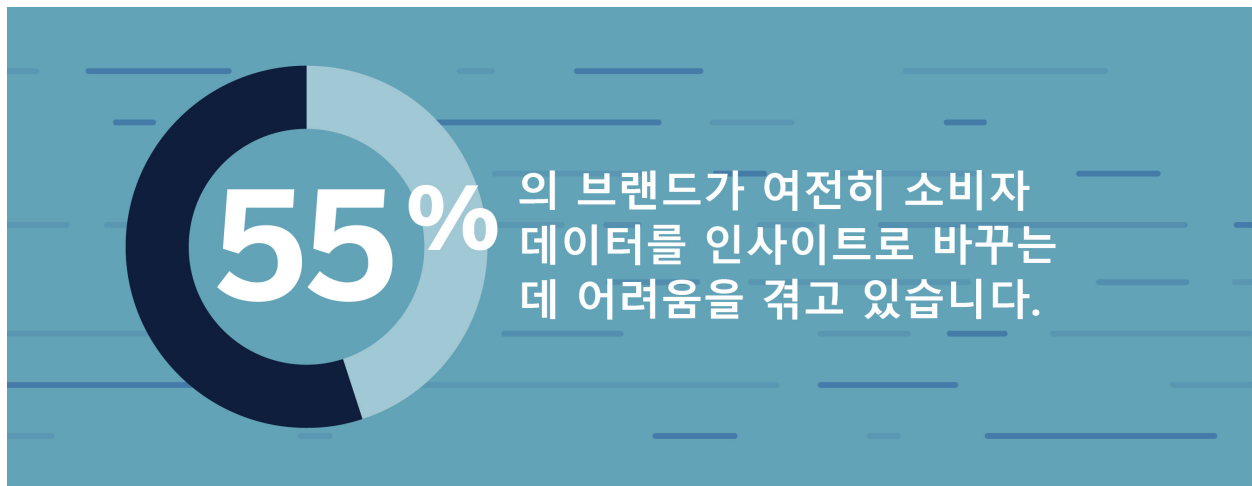
모든 소매 조직의 첫 번째 원칙인 고객 만족 유지는 단순한 문제가 아닙니다. 팬데믹과 그에 따른 경기 침체는 많은 브랜드가 이겨내지 못한 전례 없는 문제를 가져왔지만, 이러한 혼란이 소매 업계에 새로운 시대를 열기도 했습니다. 보다 민첩한 회사는 빠르게 대응하여, 소비자가 온라인 쇼핑과 매장 쇼핑을 혼합한 하이브리드 스타일을 수용함에 따라 디지털 채널을 강화했습니다. 전자 상거래 지출이 급증했습니다.

그 결과, 막대한 양의 데이터가 발생합니다. 이 새로운 옴니채널의 세계에서 이전에는 별개였던 온라인 채널과 매장 채널이 하나의 쇼핑 환경으로 수렴됨에 따라 매일 수십억 행의 데이터 위에 또 수십억 행의 데이터가 생성됩니다. 소비자 여정이 더욱 복잡해짐에 따라, 그 과정의 모든 접점에서 더 많은 데이터, 데이터 유형, 데이터 원본이 생성됩니다.

하지만 데이터 양이 너무 많은 데다가 매장에서는 일상적으로 이러한 데이터를 사일로 환경에서 수집하므로, 적시에 효과적이거나 연결된 방식으로 데이터를 활용할 수 없습니다. 소매업체가 정보에 기반한 의사 결정을 내리고 조치를 취하는 데 필요한 데이터 기반 인사이트를 도출하는 것은 지루한 수동 프로세스인 경우가 많으며, 매장에 가장 시급한 문제에 대한 해답을 제시하는 데 몇 시간 또는 심지어는 며칠까지 걸릴 수도 있습니다. 현재의 급변하고 경쟁이 치열한 시장에서, 소매점은 데이터는 많지만 인사이트는 부족한 상황에 그대로 있을 여유가 없습니다.

이 모든 격변에도 불구하고, 오늘날 고객들 사이에서는 원활하고 긴밀히 연결된 전환에 대한 기대치가 여전히 높습니다. 그러한 기대가 새롭고 혁신적인 서비스, 제품이 충분히 진열된 선반, 긴밀히 연결되고 개인화된 경험, 능숙하게 실행된 안전 프로토콜이 되든, 또는 이 모든 것이 되든, 이것을 충족하거나 초과할 수 있는 소매업체가 강력한 경쟁 우위를 점할 것입니다.

공급 비용 상승, 고객의 충성 포기 만연, 디지털 및 D2C 쇼핑(소비자 직접 쇼핑)의 급증 등, 모든 면에서 오는 이윤 압박으로 인해, 소매점은 오늘날 시장의 변화와 불확실성이라는 거친 바다를 향해하는 데 도움이 될 기술로 눈을 돌리고 있습니다.



출처: '소비자와 B2B 및 B2C 관계를 위한 투쟁,' Salesforce, 2019년

알맞은 데이터, 알맞은 사람, 알맞은 시간

이러한 새로운 국면의 불안정한 소매 환경에서 다음과 같은 중요한 문제가 떠오릅니다. 매장에서는 적절한 운영에 필요한 정보를 어떻게 얻을 수 있을까요? 어떤 재고 품목이 필요할까요? 공급업체가 입고할 수 있나요? 매장별 수요는 어떻습니까? 오늘날 어떤 매장을 살펴봐도 소매업체가 이러한 질문에 대한 해답을 찾는 데 어려움을 겪고 있다는 점이 드러납니다.

재고가 크게 줄어들어 매장에서 판매하는 제품의 재고 비용을 감당할 수 있습니다. 그런데 쇼핑객은 매장에서 보는 상황이 온라인상에서 가졌던 기대에 못 미칠 때 단절된 경험을 하게 됩니다. 경영진은 여러 채널에 걸친 가시성이나 투명성이 거의 없고 지역별 수요에 대한 파악이 부족합니다. 인력 배치가 부적절하게 된 경우가 많습니다.

대다수 소매업체는 세분화된 실시간 데이터와 분석 기능을 매장 수준에서 충분히 이용할 수 없으며 이는 다음과 같이 수량화할 수 있는 영향을 가져옵니다.

단절되고 개인화되지 않은 고객 경험

25%의 소매업체에서 SKU 판촉 성과가 주별로만 공유된다고 밝힘

비효율적인 재고 계획 및 관리

36%의 소매 파트너가 POS 거래 데이터를 주 단위로 공유함

잡은 공급망 중단, 고비용

70%의 소비재 기업이 여러 출처의 데이터를 통합할 수 없는 점이 가장 큰 문제라고 말함

변화에 빠르게 대응하지 못함

47%의 브랜드에 명확히 기술된 분석 전략이 없음

출처: <https://risnews.com/ris-cgt-analytics-study-2020>



70%

의 고객이 원활한 전환
혹은 맥락에 맞는 참여
같은 연결된 프로세스가
비즈니스 성사에 매우
중요하다고 말합니다.

출처: '데이터로 역경에 대처하기,' Tim Denman, Alarice Rajagopal, 2020년 소매업 및 소비재 분석 연구

핵심 관건: 매장 수준의 실시간 인텔리전스

오늘날 소매업체가 직면한 예상치 못한 과제들을 해결하려면 혁신적인 새로운 솔루션이 필요합니다. 오프라인 매장에서 이는 수요 예측과 공급망/재고 관리부터 모든 채널에 빈틈없이 연결된 고객 경험까지, 매장 운영의 모든 측면에 대한 신뢰할 수 있는 단일 데이터 원본을 실시간으로 제공할 수 있는 데이터 기반 인텔리전스가 필요하다는 뜻입니다.

게다가, 이 인텔리전스는 쉽게 이해할 수 있는 형식으로 제공되어야 하며, 전체적인 상황을 파악하려고 데이터를 대략적이고 종합적으로 보고 싶어 하는 경영진부터 월요일 정오에 냉장고에 탄산음료를 얼마나 많이 넣어둬야 하는지 알아야 하는 점원까지, 매장 내 각 역할의 요구 사항을 충족해야 합니다. 각 역할에 맞는 최신 정보를 손쉽게 얻을 수 있어야, 모든 사람이 즉석에서 정확하게 의사 결정을 내릴 수 있습니다.

Tableau의 소매업 인텔리전스 솔루션은 오늘날 소매업체가 직면한 복잡한 문제를 해결하기 위한 규범적이고 실행 가능한 맞춤형 로드맵을 제공합니다. 이 솔루션은 처음부터 고객의 기대를 충족하고 소매 시장에 도전이 되는 격동의 변화 속에서 번창하는 데 필요한 세분화된 실시간 데이터로 매장을 강화하기 위해 설계되었습니다.

규모에 맞게 어디서나 액세스 및 분석 가능

전통적으로, 데이터는 각 매장에 존재했으며 이 데이터는 정적 스프레드시트와 PDF 형식으로 주로 이메일을 통해 공유되었습니다. 데이터를 분석에 사용할 수 있으려면 먼저 해당 데이터를 선별해야 하므로 이런 방식은 시간이 많이 걸리는 프로세스입니다. 마침내 데이터를 유용한 형식으로 만들어 필요한 사람들에게 제공하면 이미 지나간 데이터가 됩니다.

멀티 클라우드 기반 Tableau 솔루션을 사용하면 필요한 모든 사람이 데이터와 분석을 어디서나 안전하고 즉시 사용할 수 있어서 이러한 프로세스를 피할 수 있습니다. 데이터가 사용자에게 오는 것이 아니라 사용자가 데이터를 찾아갑니다. 사용자는 성능상의 절충 없이 방대한 양의 데이터를 몇 초 만에 탐색하고 수십억 행의 데이터를 몇 분 만에 분석할 수 있습니다.

작업 피크 기간에 대비해 필요에 따라 신속하게 사용을 확장하거나 축소할 수도 있습니다. 솔루션의 모바일 기능으로 매장의 현장 직원도 즉시 인사이트를 확인해 대응할 수 있습니다. 실시간 거래 및 POS 수준 데이터가 주문형으로 제공되므로, 매장에서는 더욱 현명한 의사 결정을 더 빠르게 내릴 수 있습니다.

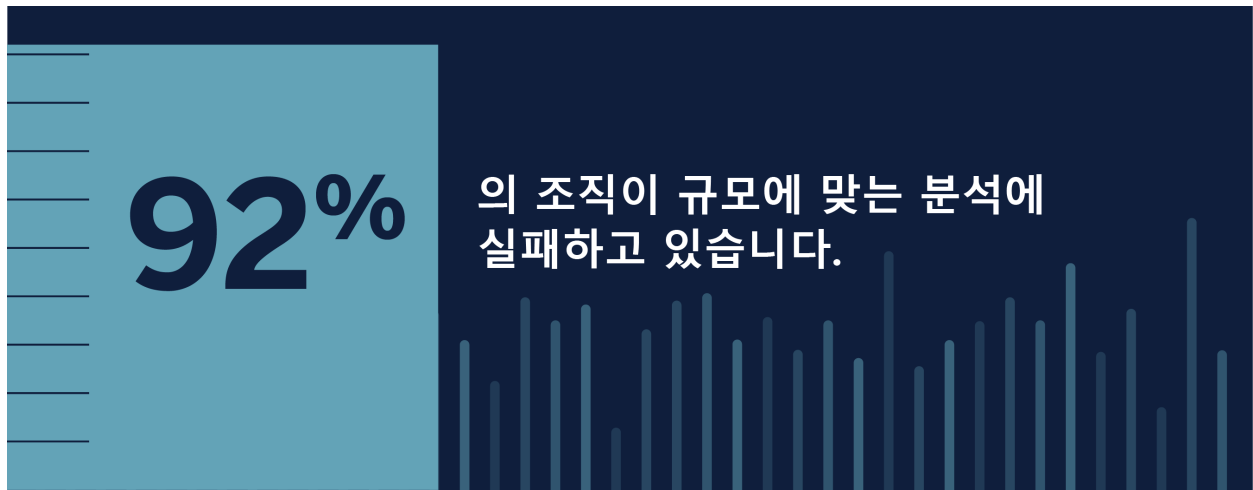


출처: '연결된 고객의 현 상태,' Salesforce, 4판

세분화된 부로 목표에 기반한 행동 유도

데이터를 분석하고 보고하는 것과 그것을 이해하는 것은 서로 다른 문제입니다. 여기서 Salesforce 및 Snowflake와의 강력한 파트너십으로 구현하는 Tableau 소매업 인텔리전스 솔루션의 이점이 차별화됩니다. 이 솔루션은 Tableau의 데이터 시각화 기능, Salesforce의 클라우드 기반 기능, Snowflake의 타사 데이터 웨어하우징을 활용하여 오늘날 소매업체가 직면한 문제를 해결하는 데 타의 추종을 불허하는 기회를 제공합니다.

관련 사례: 전국 곳곳에 매장이 있는 한 대형 소매업체는 알맞은 매장에 알맞은 제품을 입고하는 데 어려움이 있었습니다. 한 매장에서는 제품이 완전히 매진된 반면에 다른 지역의 매장에는 같은 제품의 재고가 과잉 상태일 수 있었습니다.



출처: 할 수 있다면 따라 하기: 데이터 및 분석 분야의 리더들이 앞서나간 방법, McKinsey, 2019년 9월 설문조사

이 문제는 의사 결정권자에게 각 지역에 특정한 상황을 보여준 것과 같은 방식으로 모든 매장 위치에 걸친 재고 데이터를 집계하고 분석하지 못한 데에서 비롯되었습니다.

이 소매업체는 소매업 인텔리전스 솔루션의 개방형 플랫폼과 세분화된 기능을 활용하여 각 매장 주변 지역의 소비자 인구 통계 정보와 병합된 재고 데이터를 지역별 구매 습관에 대해 시각적으로 이해할 수 있으며 실행 가능한 인사이트로 변환할 수 있었습니다.

이 소매업체는 과거 재고 데이터를 분석하여 고객 행동 패턴을 추적하는 방식으로 예측 분석을 사용해 앞으로 개별 매장에 재고를 가장 잘 공급할 방법에 대한 지침을 제시할 수 있었습니다. 상황에 대한 명확한 파악으로 조직은 모든 고객을 더 잘 이해하고 그에 따라 계획할 수 있었습니다.



출처: '데이터로 역경에 대처하기,' Tim Denman, Alarice Rajagopal, 2020년 소매업 및 소비자 분석 연구

가치 사슬 전반의 투명성

오늘날의 뉴 노멀에서는 각각의 전략적 이점이 다 중요합니다. Tableau 소매업 인텔리전스 솔루션은 공급업체부터 소매업체 임원과 관리자, 일선 매장 직원까지, 필요한 모든 사람에게 시각적으로 이해할 수 있는 최신 데이터를 즉시 제공함으로써 매장 가치 사슬 전반에 걸쳐 실시간 투명성을 제공합니다.

모든 사람이 동일한 최신 데이터로 작업할 때 운영이 조화를 이루며 능률적이 됩니다. 모든 결정에 인텔리전스를 활용할 때 수익이 증가합니다. 그리고 매장은 모든 수준에서 고객을 깊이 이해할 때 탁월한 고객 경험을 제공합니다.

현 난제는 소매업 분야 전체에 타격을 주지만, 실시간 매장 분석으로 매장의 역량을 강화하는 조직이라면 매장 영업 성과를 포괄적으로 개선할 기회를 잡을 수 있습니다.

소매업 운영을 위한 데이터 기반 솔루션에 대해 심층적으로 알아보십시오.

추가 리소스

[소매업 인텔리전스 솔루션에 대해 자세히 알아보기](#)

[Snowflake for Retail](#)

[Salesforce 리테일 솔루션](#)

[Tableau에 문의](#)

정보



Fortune 500대 금융 서비스 회사의 90% 이상에서 사용하는 비즈니스 인텔리전스 플랫폼으로서, Tableau는 데이터로 앞서가는 데 주력하는 조직을 위한 검증된 솔루션입니다. Tableau의 완벽하고 통합된 분석 플랫폼을 통해 조직 내 팀은 협업이 가능하고, 기계 학습, 통계, 자연어, 스마트 데이터 준비 기능 등을 사용해 데이터에서 깊이 있는 인사이트를 얻을 수 있습니다. 열정 넘치는 Tableau 커뮤니티로부터의 영감과 지원은 말할 것도 없고, 교육, 자격증, Tableau Blueprint 같은 사용자 지원 리소스로, Tableau를 택한 보험사는 성공적인 배포를 자신할 수 있고 데이터 기반 문화로 나아갈 수 있습니다.



Snowflake는 수천 개의 조직이 거의 무제한의 확장성, 동시성, 성능으로 데이터를 집결하는 글로벌 네트워크인 '데이터 클라우드'를 제공합니다. 이 데이터 클라우드 내에서, 조직은 사일로 데이터를 통합하고, 관리되는 데이터를 쉽게 검색하고 안전하게 공유하며, 다양한 분석 워크로드를 실행합니다. 데이터 또는 사용자가 어디에 있든, Snowflake는 여러 퍼블릭 클라우드에서 단 하나의 완벽한 경험을 제공합니다. Snowflake의 플랫폼은 데이터 클라우드에 대한 액세스를 지원하고 제공하는 엔진으로, 데이터 웨어하우징, 데이터 레이크, 데이터 엔지니어링, 데이터 과학, 데이터 응용 프로그램 개발, 데이터 공유를 위한 솔루션을 생성합니다. 데이터 클라우드에서 새로운 영역을 개척하며 비즈니스를 추진하는 Snowflake 고객, 파트너 및 데이터 공급자의 대열에 동참하십시오. [Snowflake.com](#).



Salesforce는 세계 1위 CRM 플랫폼으로 마케팅, 영업, 서비스, 상거래, 인사 등 모든 부문에서 발생하는 회사와 고객 간의 상호 작용을 통합합니다. Salesforce 가족인 Tableau는 Customer 360 플랫폼의 여러 제품과 매끄럽게 연결되도록 설계되었습니다. 따라서 Tableau를 사용하여 어떠한 클라우드에 있는 Salesforce 데이터도 다른 비즈니스 데이터와 혼합하여 고객에 대한 완벽한 뷰를 얻을 수 있습니다. 모든 업무를 고객 중심으로 하여, 고객이 기대하는 상호 연결된 환경을 제공하십시오.