



데이터 기반 비즈니스 성공 노하우 Tableau 최신 국내외 성공 사례집

누구나 쉽게 데이터를 활용할 수 있는 데이터 문화를 구축하고
데이터 기반의 혁신적인 비즈니스를 선도하고 있는
국내외 기업들의 최신 성공 사례를 소개합니다.

Tableau helps people see, understand, and act on data.



● 목차

+ 현대글로비스	04
+ 삼성물산 건설부문	05
+ 현대모비스	06
+ 제일기획	07
+ 에코마케팅	08
+ 컴투스	09
+ 토스	10
+ 핏투게더	11

+ 아모레퍼시픽	12
+ 교보생명	13
+ SK디스커버리	14
+ 신성통상	15
+ 엠즈씨드	16
+ 월드비전	17
+ 녹색기후기금	18
+ 일본항공(JAL)	19
+ 레드햇	20



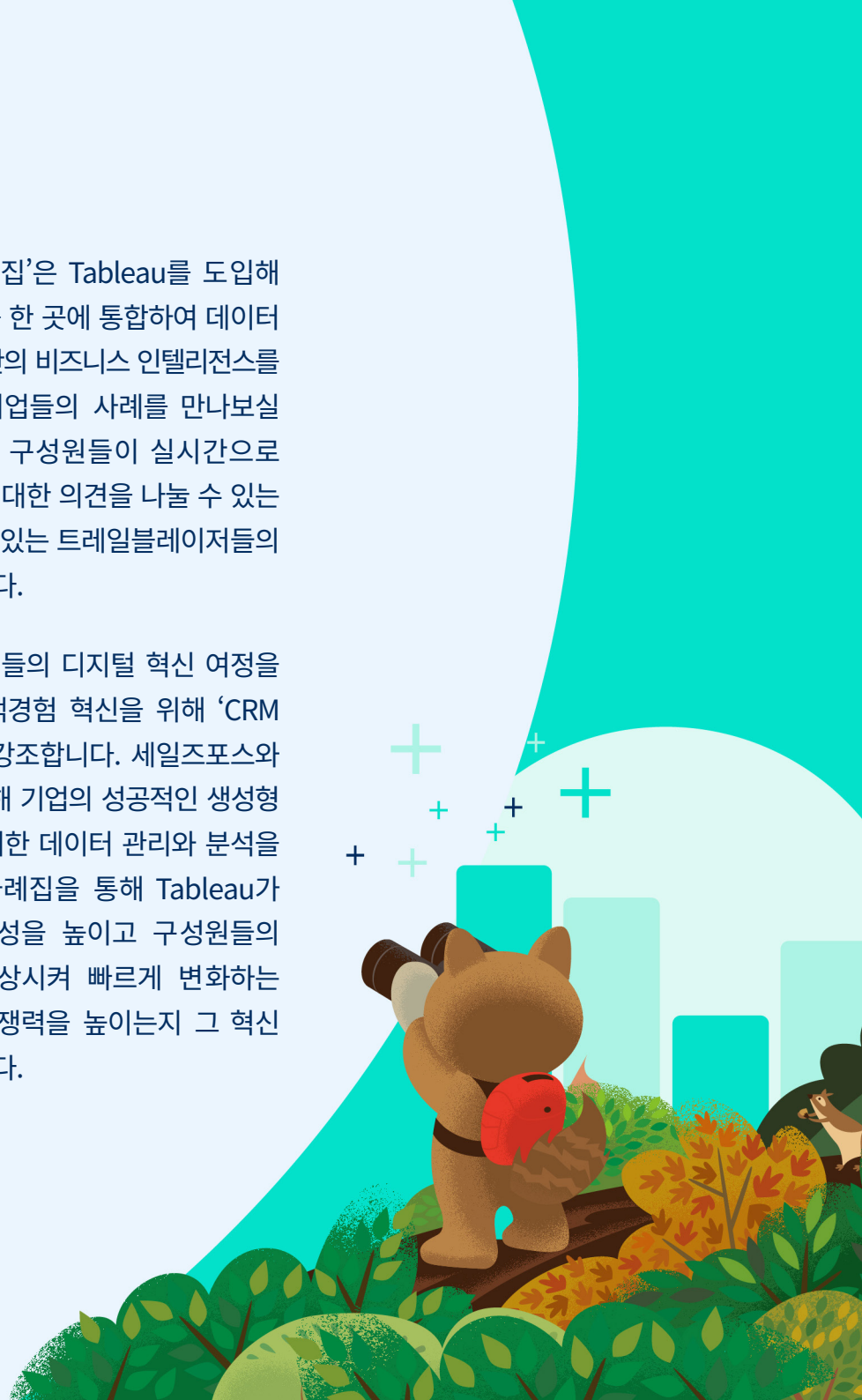
소개 글

현대 비즈니스에서 데이터는 단순한 자원을 넘어 비즈니스의 핵심 동력으로 부상했습니다. 세일즈포스가 국내 1,000여 명의 비즈니스 현업단을 대상으로 조사한 리포트에 따르면, 데이터와 관련된 디지털 혁신의 중요성이 82.5%로 매우 높은 수치를 보였으며, 디지털 혁신 후 만족도도 높은 것으로 나타났습니다. 기업의 성공적인 디지털 혁신을 위해 기업 내 올바른 데이터 거버넌스와 데이터 문화 구축이 중요해졌고, 이에 따라 많은 기업에서 보다 효율적이고 직관적인 데이터 분석 도구를 찾게 되었습니다.

Tableau는 데이터를 기반으로 기업에서 발생하는 다양한 문제 해결 방식에 혁신을 가져온 지능형 데이터 분석 플랫폼으로, 사람과 조직이 데이터를 최대한 활용할 수 있도록 지원합니다. 조직 내 누구나 데이터 전문가가 되어 데이터 기반 의사결정을 내릴 수 있도록 데이터 민주화를 목표로 하고 있으며, 조직의 데이터 리터러시 역량을 확보할 수 있는 데이터 문화 조성에 힘쓰고 있습니다. 또한 데이터 분석 도구인 'Tableau 펄스'에 생성형 AI를 접목하여 기업의 데이터를 더 깊이 있게 수집하고 분석하여 구성원들 각각의 업무에 맞는 맞춤형 결과를 실시간으로 지원하고 있습니다.

이번 '최신 국내외 성공 사례집'은 Tableau를 도입해 기업 내 방대한 양의 데이터를 한 곳에 통합하여 데이터 가시성을 확보하고 데이터 기반의 비즈니스 인텔리전스를 통해 디지털 혁신을 이룬 기업들의 사례를 만나보실 수 있습니다. 나아가 조직의 구성원들이 실시간으로 데이터를 쉽게 공유하고 이에 대한 의견을 나눌 수 있는 데이터 문화 구축에 앞장서고 있는 트레일블레이저들의 이야기를 살펴보실 수 있습니다.

지난 25년 동안 전 세계 기업들의 디지털 혁신 여정을 함께해 온 세일즈포스는 고객경험 혁신을 위해 'CRM+AI+데이터+신뢰'의 가치를 강조합니다. 세일즈포스와 Tableau는 시너지 효과를 통해 기업의 성공적인 생성형 AI 도입과 고객경험 혁신을 위한 데이터 관리와 분석을 지원하고 있습니다. 이번 사례집을 통해 Tableau가 어떻게 기업의 데이터 접근성을 높이고 구성원들의 데이터 리터러시 역량을 향상시켜 빠르게 변화하는 시장 환경 속에서 기업의 경쟁력을 높이는지 그 혁신 과정을 확인해 보시기 바랍니다.



+ 현대글로비스

성공의 비결

데이터의 연결에서 완결까지, VODA를 통한 현업 중심 데이터 문화 혁신을 이룬 현대글로비스

목표

현업 주도 셀프서비스 BI 체계 구축과 외부 데이터 자산화를 통한 글로벌 물류 데이터 활용

Global Smart SCM Provider 현대글로비스는 완성차 운송부터 해운사업까지 광범위한 물류 영역에서 가치를 연결하는 글로벌 기업입니다. 기존의 수작업 중심 데이터 관리 방식의 한계를 극복하고, “데이터를 보여야 문제가 해결된다”는 철학으로 VODA 플랫폼을 구축하며, 데이터의 연결에서 완결까지 혁신의 여정을 이어가고 있습니다.

VODA 플랫폼으로 회의 문화 혁신

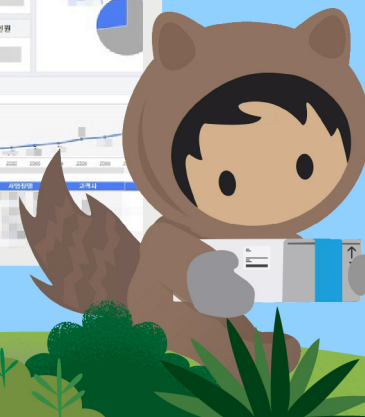
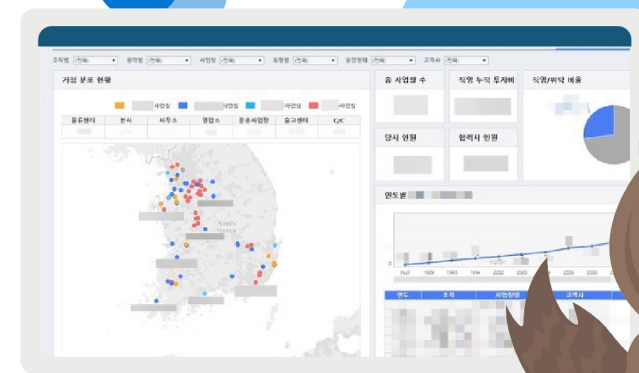
Tableau 중심의 데이터 분석 플랫폼 ‘VODA(Visibility On Data Analysis)’를 구축하여 회의 준비에 필요한 수작업 보고를 없애고 실시간 데이터 기반 의사결정 체계로 완전히 전환했습니다. Microsoft Teams 연계로 접근성을 향상시켜 임직원 2천 명 중 30% 이상이 직간접적으로 활용하고 있습니다. 기존에는 회의 담당자를 지정해 개인적 노하우에 의존해 데이터를 모으고 검수받는 복잡한 과정을 거쳤지만, 이제는 VODA에 접속하는 것만으로 회의 준비가 완료되어 업무 효율성이 획기적으로 향상되었습니다.

현업 주도 데이터 민주화와 외부 데이터 자산화

현재 서비스 중인 250개 이상 리포트 중 절반 이상을 현업 직원이 직접 제작하며 진정한 데이터 민주화를 실현했습니다. 외부 데이터 자산화 프로젝트를 통해 주요 운임지수, 세계 물동량 등 글로벌 물류 지표를 통합 활용하는 데이터 서비스를 구축하고 있습니다. 이로써 각자 개별적으로 외부 정보를 수집하던 방식에서 벗어나 전 직원이 표준화된 글로벌 물류 데이터를 공유 활용할 수 있게 되었습니다.

VODA 하나만으로 회의의 준비부터 끝까지 완벽하게 책임질 수 있습니다. Tableau는 현대글로비스가 데이터를 연결해서 고객 만족을 완결하는 혁신의 여정을 가능하게 하는 핵심 파트너입니다.

[더 자세히 살펴보기 >](#)



+ 삼성물산 건설부문

성공의 비결

AI 기반 구매 혁신으로 가격 검증을 10초 만에
완성한 삼성물산 건설부문

목표

설계부터 시공까지 전 영역에 데이터 기반
AI 확산

세계적인 EPC 경쟁력을 보유한 삼성물산 건설부문은 구매, 설계, 시공 전 과정에 Tableau를 도입하며 디지털 전환을 가속화했습니다. Tableau와 Python을 결합한 SPM(Smart Price Model)을 통해 복잡한 구매 결정을 혁신하며 가격 예측과 검증을 혁신적으로 단축했습니다.

SPM(Smart Price Model)을 통한 AI 구매 예측 시스템 구축

Tableau와 TabPy 확장을 결합하여 AI와 BI, 시각화를 하나의 플랫폼에서 통합한 SPM을 개발했습니다. 10년간 축적된 구매 데이터와 외부 시장 데이터를 활용하여 5-20개의 복잡한 변수를 동시 고려한 가격 예측을 10초 만에 완료하며, 약 10% 오차 수준의 뛰어난 정확도를 달성했습니다. 기존에 며칠이 걸리던 복잡한 가격 분석 업무가 혁신적으로 단축되면서 구매팀은 단순 반복 업무에서 벗어나 고부가가치 구매 전략 수립에 집중할 수 있게 되었습니다.

전 영역 AI 확산으로 건설업 패러다임 혁신

SPM의 성공을 바탕으로 삼성물산은 건설업 전 과정의 AI 혁신을 확대하고 있습니다. 인력 리소스 최적화를 위한 예측 모델, 설계 단계의 배관 사양 자동 추천 시스템, 공사 일정 최적화 AI 모델, 드론 이미지 분석을 통한 자동 공정률 관리 등을 단계적으로 개발하여 설계부터 시공까지 건설 프로세스에 AI를 확산하고 있습니다. 이를 통해 데이터에 잠들어 있던 건설 현장의 경험과 노하우를 AI로 구현하여 전통 건설업의 디지털 전환을 가속화하고 있습니다.

SPM은 10년차 전문가처럼 예측하면서도 이를 10초 안에, 코딩 없이 할 수 있게 해주었습니다. Tableau는 복잡한 기술은 뒤에 숨겨두고 사용자가 오직 더 나은 의사결정이라는 본질에만 집중할 수 있는 환경을 만들어주었습니다.

[더 자세히 살펴보기 >](#)

+ 현대모비스

성공의 비결

Bottom-Up 방식으로 현업 주도 데이터 문화
혁신을 달성한 현대모비스

목표

복잡한 부품 공급망 관리를 위한 실시간 데이터
분석 환경 조성

글로벌 자동차 부품업체 현대모비스는 20년 된 레거시 시스템의 비효율성을 해소하고자 데이터 관리 체계를 혁신했습니다. 일반적인 'Top-Down' 방식 대신 현업이 직접 데이터를 관리하고 분석하는 'Bottom-Up' 접근법을 도입해 개인화된 데이터와 해석 차이로 발생하던 문제들을 해결하고, 진정한 의미의 'Self-Service BI' 환경을 구축했습니다.

현업이 직접 개발한 30여 개 실무형 대시보드로 업무 혁신 달성

PoC와 파일럿을 거쳐 현업 파워유저 30명 중심의 단계적 접근으로 Tableau를 도입했습니다. 전국 사업장을 직접 방문한 1박 2일 오프라인 교육과 체계적인 변화 관리를 통해 현업 사용자들의 적극적 참여를 이끌어냈으며, 2회 경진대회를 통해 현업이 직접 개발한 30여 개의 실무형 대시보드가 탄생했습니다. 현업 사용자가 스스로 필요한 분석 도구를 만들어내는 과정을 통해 진정한 의미의 데이터 기반 업무 문화가 자리잡았습니다.

실질적 업무 효율성 향상과 지속 가능한 확산 계획

현업 중심 Bottom-Up 접근을 통해 일간/주간/월간 업무 지표별 성과를 정리하는 데 소요되던 반복적 시간과 리소스가 획기적으로 단축되었습니다. 또한 담당자 간 인식 차이나 수치 해석의 불일치 문제가 해결되어 모든 구성원이 동일한 데이터 기준으로 일관된 의사결정을 내릴 수 있는 환경이 조성되었습니다. 2024년 파워유저 30명으로 시작해 2025년 파워유저 110명과 일반유저 80명으로 확대하고, 2026년까지 전체 관리사무직 인원 1,000명 중 25%가 Tableau를 활용하도록 하는 3단계 확산 계획을 수립하여 지속 가능한 데이터 문화를 구축하고 있습니다.

Tableau 도입으로 데이터 입력만 정확하면 누구나 동일한 구조의 대시보드를 실시간으로 확인할 수 있어 리포트 작성 시간이 획기적으로 줄어들었습니다. 위에서 내려오는 것이 아니라 밑에서 만들어서 올라왔기 때문에 사용자들의 오퍼십이 확보된 진정한 혁신을 만들어냈습니다.

더 자세히 살펴보기 >



+ 제일기획

성공의 비결

데이터 표준화와 자동화로 마케팅 운영 효율성을 극대화한 제일기획

목표

분산된 마케팅 데이터 통합과 전사적 데이터 표준화를 통한 운영 혁신

대한민국 대표 마케팅 에이전시 제일기획은 마케터들이 데이터 처리에 전체 시간의 80-90%를 소모하는 비효율성을 해결하고, 팀별로 다른 데이터와 KPI로 인한 통합 관점 분석의 어려움을 극복했습니다. '제일 옵티마이저' 솔루션을 통해 데이터 기반 신속한 의사결정 체계를 구축하며 마케팅 혁신을 가속화하고 있습니다.

제일 옵티마이저 솔루션으로 업무 프로세스 자동화

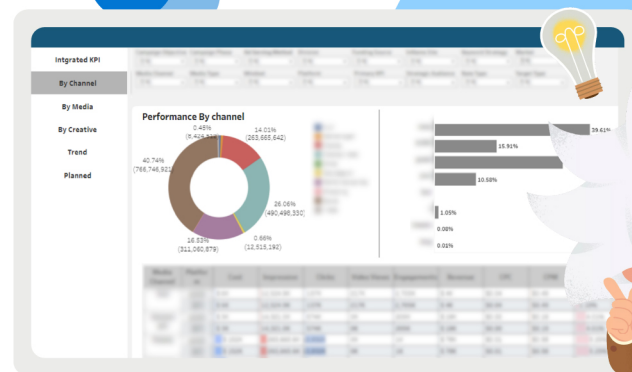
스노우플레이크 데이터 플랫폼과 Tableau를 결합한 '제일 옵티마이저' 솔루션을 구축하여 데이터 수집부터 가공, 분석까지 전 과정을 자동화했습니다. 기존에 마케터들이 데이터 분석 이전 단계인 데이터 처리에 전체 시간과 리소스의 80-90%를 소모하던 비효율성을 해결하여, 실무 담당자들이 마케팅 성과 최적화라는 본연의 업무에 집중할 수 있게 되었습니다. 표준화된 대시보드를 통해 여러 팀의 다양한 요구사항을 효율적으로 반영하면서도 모든 구성원이 동일한 데이터 기반으로 신속하고 일관된 의사결정을 내릴 수 있는 환경을 조성했습니다.

보안과 접근성의 완벽한 균형으로 협업 문화 확산

각 팀이나 클라이언트별로 민감한 데이터를 다루는 특성을 고려하여 사내망 서버에 Tableau 서버를 직접 설치하고, 스노우플레이크와 연계한 토큰 기반 인증 체계를 구축했습니다. 이를 통해 각 사용자가 본인에게 권한이 부여된 데이터 외에는 접근할 수 없도록 하는 정교한 보안 체계를 유지하면서도, 권한 범위 내에서는 실시간으로 원활한 데이터 접근이 가능한 환경을 구현했습니다. 이를 통해 다양한 부서와의 유연하고 효율적인 협업이 가능해져 데이터 기반 협업 문화가 전사적으로 확산되었습니다.

Tableau는 제일기획이 마케팅 데이터 처리에 소요되던 80-90%의 시간을 획기적으로 단축시켜, 마케터들이 본연의 창조적 업무에 집중할 수 있게 해주었습니다. 이제 데이터와 크리에이티브가 진정으로 연결되어 더 나은 고객 경험을 만들어내고 있습니다.

[더 자세히 살펴보기 >](#)



+ 에코마케팅

성공의 비결

실시간 모니터링과 인덱스 분석으로
성과 최적화를 달성한 에코마케팅

목표

1분 1초 차이가 성과를 결정하는 마케팅 현장의
데이터 혁신

국내 최초 퍼포먼스 마케팅 전문 기업 에코마케팅은 ‘1분 1초’가 수천만 원을 좌우하는 광고 시장에서 성과 손실을 방지하고, 빠르게 의사결정할 수 있는 데이터 기반 체계를 마련했습니다. 반복적인 분석과 실행 사이클을 통해 핵심 지표를 발굴하고, 전사 손익 현황을 일 단위로 통합 관리하며 성장의 속도를 높이고 있습니다.

실시간 모니터링 대시보드로 1분 1초 대응 체계 구축

Tableau를 통해 10-15분 주기 실시간 모니터링 대시보드를 구축하여 마케터들이 언제 어디서든 캠페인 성과를 즉시 파악할 수 있는 환경을 조성했습니다. 이를 통해 랜딩 페이지 오류나 미디어 상황 변화 등을 즉시 감지하고 대응하여 캠페인 성과를 지속적으로 최적화할 수 있게 되었습니다.

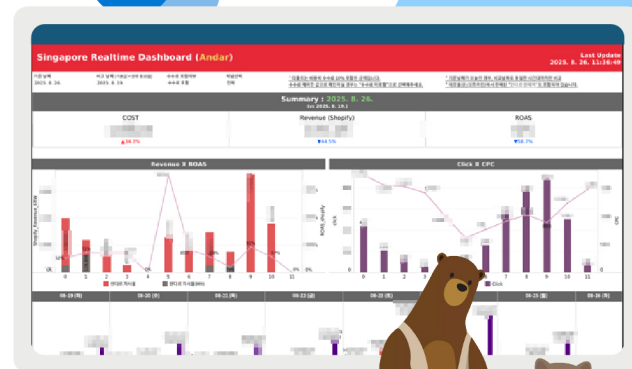
태블로 활성 사용자 비율 93%, 일평균 조회수 2,000회를 기록하며 마케터 한 명당 하루 평균 17회 이상 대시보드를 확인하는 등 실시간 모니터링 문화가 정착되었습니다. 사무실 곳곳에서 모니터 한쪽에 Tableau를 항상 띄워놓고 실시간으로 성과를 모니터링하는 모습을 쉽게 볼 수 있습니다.

인덱스 분석과 통합 성과 관리로 비즈니스 임팩트 창출

단순 모니터링을 넘어 반복적인 분석-액션 사이클을 통해 실질적 비즈니스 성과를 만드는 핵심 지표를 발굴하고, 상품 교차 판매 분석이나 고객 구매 패턴 분석 등 복잡한 분석 결과를 사용자가 직관적으로 이해하고 바로 활용할 수 있도록 했습니다. 이를 바탕으로 자사몰 마케팅 담당자는 맞춤형 세트 상품을 기획하고, CRM 담당자는 재구매 유도 캠페인을 설계하여 실제 재구매율 향상에 기여하는 등 데이터가 직접적인 매출 창출 엔진 역할을 하고 있습니다. C-Level 리더가 매일 전사 손익 현황을 통일된 기준으로 실시간 파악하여 투자 및 회수 결정을 신속하게 내릴 수 있는 체계를 완성했습니다.

Tableau는 에코마케팅이 1분 1초의 변화에 즉각적으로 대응하며 성과를 최적화할 수 있는 필수 도구가 되었습니다. 이제 모든 대표님들이 매일 아침 가장 먼저 Tableau 대시보드로 전사 손익 현황을 확인하며, 이는 더 빠르고 정확한 의사결정의 핵심 근거가 되고 있습니다.

더 자세히 살펴보기 >



+ 컴투스

성공의 비결

유저 친화적 접근으로 게임 데이터 활용 문화를 혁신한 컴투스

목표

방대한 게임 로그를 활용한 실시간 비즈니스 인사이트 창출

대한민국 최초 모바일 게임 서비스 선구자 컴투스는 상상 이상으로 방대하고 실시간이며 다차원적인 게임 데이터의 특성 때문에 완벽한 대시보드를 구축해도 사용자들이 적극 활용하지 않는 문제에 직면했습니다. ‘유저에게 먼저 다가가는 태블로’ 전략을 통해 데이터 접근성을 혁신하며 게임 분석의 새로운 물을 만들어가고 있습니다.

‘유저에게 먼저 다가가는 태블로’ 전략으로 활용도 제고

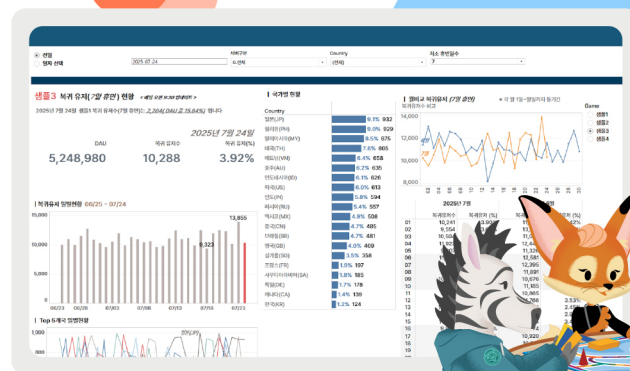
기존에는 완벽한 대시보드를 구축해도 복잡한 필터 옵션과 다양한 종류로 인해 사용자들이 필요한 정보를 찾기 어려워하며 적극적으로 활용하지 않는 문제가 있었습니다. 이를 해결하기 위해 ‘웰컴 투 태블로’ 찾아가는 교육, ‘BI 알림봇’을 통한 대시보드 자동 발송, ‘사용자 지정 뷰’를 활용한 개인화 서비스 등 데이터가 사용자에게 먼저 다가가는 환경을 조성하여 대시보드 활용도를 획기적으로 향상시켰습니다. 그 결과 일 조회수 10회 이상인 핵심 대시보드의 수가 65% 증가하는 성과를 달성했으며, 이제 새로운 담당자가 오면 가장 먼저 실시간 대시보드를 세팅하는 것이 업무의 기본 표준이 될 정도로 필수적인 도구로 자리잡았습니다.

게임 데이터 기반 비즈니스 임팩트와 AI 시대 준비

레벨별 매출 분석을 통한 맞춤형 패키지 상품 기획, 유저 이탈 시점 분석을 통한 콘텐츠 개선으로 11년째 서비스 중인 서머너즈 위의 지속 성장에 기여했습니다. 예를 들어 ‘15레벨에서 20레벨 사이 유저들의 매출이 감소하고 있다’는 현상이 대시보드에서 파악되면, 해당 레벨대 유저들이 필요로 하는 아이템으로 구성된 맞춤형 패키지 상품을 기획하여 실제 매출 성장에 직접 기여하는 방식입니다. 현재 태블로 펄스와 에이전트를 통해 특정 지표의 목표치 대비 현황을 간편하게 트래킹하고, 데이터 변화 원인을 자동으로 분석하며, 자연어 질문을 통해 즉시 대시보드를 생성할 수 있는 AI 기반 분석 환경 구현을 준비하고 있습니다. 이를 통해 누구나 쉽게 데이터를 활용할 수 있게 하는 것이 목표입니다.

진정으로 유저 친화적인 것은 분석을 도와주는 것을 넘어, 해석까지 제공하는 것이라고 생각합니다. Tableau는 컴투스가 게임 데이터의 무궁무진한 가능성을 현실로 만들어주는 핵심 도구이며, 태블로 AI는 이러한 비전을 완성할 열쇠가 될 것입니다.

더 자세히 살펴보기 >



+ 토스

성공의 비결

모든 구성원이 동일한 기준의 데이터를 기반으로
빠르고 정확한 의사결정을 할 수 있는 문화 구축

목표

임직원들의 데이터 리터러시를 통해 더욱 정교한
금융 서비스 혁신을 실현

토스(Toss)는 대한민국을 대표하는 핀테크 기업으로, 사용자 중심의 혁신적인 금융 서비스를 제공하는 플랫폼입니다. 2015년 간편 송금 서비스로 시작한 토스는 현재 은행, 투자, 보험, 대출, 신용 관리 등 다양한 금융 서비스를 한 곳에서 이용할 수 있는 슈퍼앱으로 성장했습니다. 사용자 친화적인 인터페이스와 높은 보안성, 그리고 끊임없는 기술 혁신을 바탕으로, 토스는 금융 생활의 편리함과 접근성을 크게 향상시키며, 약 1,900만 명 이상의 사용자를 보유한 플랫폼으로 자리매김했습니다.

업무를 쉽고 간편하게 돕고 리소스를 절약하는 태블로

태블로 도입 전에는 대시보드를 구성하고 공유하는 환경이 갖춰져 있지 않아, 데이터 팀이 수동으로 요청받은 데이터를 처리하여 엑셀이나 스프레드시트와 같은 별도의 파일로 전달하는 반복적인 업무가 많았습니다. 이런 반복 업무가 쌓이면서 리소스 소모가 커졌고, 요청에 따라 달라지는 기준으로 데이터의 정확성과 일관성에 대한 우려도 존재했습니다. 토스는 태블로를 사용하여 이런 반복적인 데이터 요청 업무에 대한 작업을 자동화하고 대시보드를 통해 일관된 정보를 공유할 수 있게 되었습니다. 이를 통해 데이터 팀의 수작업은 크게 줄었고, 데이터의 정확성을 확보하기 위해 원천 데이터를 통일하는 작업에 더 많은 시간을 할애해 SSOT(Single Source of Truth) 원칙을 준수할 수 있게 되었습니다.

태블로를 활용한 토스커뮤니티만의 조직 문화 구축

태블로는 토스의 팀원들이 데이터를 체계적으로 관리하고, 쉽게 히스토리를 정리할 수 있도록 돕고 있습니다. 태블로를 활용하면서 데이터를 한곳으로 모아 히스토리를 쉽게 파악하고, 담당자 변경에도 기존 데이터를 쉽게 찾아 업무에 활용할 수 있게 되었습니다. 더 나아가 데이터팀은 토스 임직원들의 데이터 활용 노력을 돕고 있습니다. 업무를 진행하며 만들어진 태블로 대시보드를 관리하는 시스템을 만들었습니다. 그리고 임직원들은 관리 시스템을 활용해 쉽게 나뉘어진 데이터 분류를 많은 정보를 확인할 수 있습니다. 이렇게 데이터가 투명하게 관리되면서 팀원 모두가 동일한 수준의 정보량을 가질 수 있는 토스만의 문화를 구성하는 데도 큰 역할을 합니다. 모든 팀원들은 각 부서가 어떤 목표를 가지고 있는지, 성과가 어땠는지를 확인할 수 있습니다. 이를 바탕으로 적극적으로 의견을 제시하고 더 나은 결과를 위해 함께 고민하기도 합니다. 이 과정을 통해 조직은 더 발전하고 팀원들은 새롭게 동기를 얻는 긍정적인 업무 환경을 구축하였습니다.

수동으로 처리되어야 했던 작업을 태블로를 활용해 자동화하면서 업무 리소스를 절감할 수 있었습니다. 그리고 이렇게 확보한 리소스를 다시 데이터 관리에 투입하면서 더 나은 데이터 사용 환경을 만들기 위한 노력이 이어지고 있습니다.

더 자세히 살펴보기 >



+ 핏투게더

성공의 비결

분산된 영업 데이터를 통합 대시보드로 일원화
하여 138% 매출 성장 및 의사결정 속도 향상

목표

글로벌 고객 대상 맞춤형 데이터 포털로
언어 장벽 없는 데이터 전달

핏투게더는 2017년 윤진성 대표와 포항공대 출신 공동 창업자들이 설립한 스포츠 테크 스타트업으로, 축구 선수들의 경기 데이터를 정밀 분석하는 솔루션을 제공합니다. 황희찬 선수를 비롯한 국가대표들이 착용한 특수 장비와 같은 EPTS 시스템 분야에서, 핏투게더는 창업 2년 만에 FIFA 국제 테스트에서 세계 1위를 차지하며 글로벌 강자 캐터필트와 스탯스포츠를 제쳤습니다. 센티미터 단위의 위치 추적과 생체 데이터 수집이 가능한 독자적 기술력을 바탕으로, 5년 연속 FIFA 공식 우선공급자로 지정되며 한국 스포츠 테크 기업의 위상을 높이고 있습니다.

성장 과정에서 직면한 도전: 데이터 기반 혁신의 필요성

핏투게더가 직면한 가장 큰 내부적 과제 중 하나는 데이터 관리의 비효율성이었습니다. 이전까지 영업 및 고객 데이터는 주로 엑셀과 구글 스프레드시트를 통해 관리되었고, 세일즈포스를 사용하고 있었지만 데이터가 실제로는 엑셀 시트에 기록되어 데이터 정합성이 항상 문제가 되었습니다. 각 담당자별로 개별적으로 데이터를 관리하고 있어 통일된 시각으로 시장을 바라보기 어려웠고, 반복적인 보고서 작성에 많은 시간이 소요되었습니다.

태블로를 통한 혁신: 데이터가 이끄는 성장

영업 기회를 발굴하고 집중해야 할 고객을 정확히 선별하기 위해 태블로의 대시보드를 적극 활용했습니다. 모든 영업 구성원들이 어디에 집중할 것인가에 대해 공통된 시각으로 볼 수 있도록 대시보드를 만들고, 이를 기반으로 매일 미팅을 진행했습니다. 그 결과는 놀라웠습니다. 2023년 핏투게더의 솔루션 매출은 전년 대비 138% 성장하는 성과를 거두었습니다. 또한 리포팅에 필요한 시간도 대폭 감소하고, 의사 결정 속도가 빨라졌습니다. 특히 의미 있었던 변화는 ‘모든 구성원이 동일한 데이터를 보고, 같은 기준으로 판단한다’는 점이었습니다. 이로 인해 세일즈 전략 수립이나 리소스 분배 결정이 훨씬 명확하고 일관성 있게 이루어지게 되었고, 이는 곧 실행력으로 이어졌습니다. 또한 CS/CX 데이터와 Sales 데이터를 통합적으로 관리할 수 있게 되어, 고객 이슈와 영업 기회 간의 연관성을 빠르게 파악하고 잠재 이탈 고객에 대한 선제 대응이 가능해졌습니다. 주기적으로 고객 사용 현황을 모니터링하여 사용률이 감소하는 팀을 조기에 발견하고 대응하는 체계를 구축한 것도 주요 성과 중 하나입니다.

태블로 도입 전에는 영업 성과를 정리하는 데만도 매주 많은 시간과 리소스가 반복적으로 소모됐습니다. 담당자 간 인식 차이나 수치 해석의 불일치도 종종 발생했죠. 하지만 도입 이후에는 데이터 입력만 정확히 이루어지면, 누구나 동일한 구조의 대시보드를 실시간으로 확인할 수 있어 리포트 작성 시간이 거의 사라졌고, 회의나 리뷰에서의 의사결정 속도도 눈에 띄게 빨라졌습니다.

더 자세히 살펴보기 >

+ 아모레퍼시픽

성공의 비결

데이터 통합 관리를 통해 데이터 거버넌스와
오너십을 확보한 아모레퍼시픽

목표

데이터 기반 의사결정을 위한 전사적인
셀프서비스 BI 문화 구축

글로벌 뷰티 기업 아모레퍼시픽은 혁신적인 연구와 품질 중심의 제품 개발로 화장품, 건강식품, 생활용품 등 다양한 분야에서 업계를 선도하고 있습니다. 아모레퍼시픽은 데이터 기반의 의사 결정 문화를 조직에 정착시키고, 업무의 효율성을 높이기 위해 현업 담당자들이 직접 Tableau를 활용해 데이터를 분석하는 단계인 셀프서비스 BI가 필요하다고 생각하고, 이를 위한 기반을 마련하고 있습니다.

Tableau를 이용한 효율적이고 효과적인 데이터 활용 기반 마련

아모레퍼시픽은 30개가 넘는 브랜드를 운영하며 다양한 제품을 자사 온라인몰, 각 브랜드 매장, 뉴커머스 등 여러 채널에서 판매하고 있습니다. 각 채널에 축적되던 매출, 고객 정보, 제품 정보 등 다양한 데이터를 Tableau에 통합하여 동일한 기준으로 데이터를 확인하게 됨으로써 데이터 거버넌스 표준화를 달성하고 데이터 오너십을 가질 수 있게 되었습니다. 임원들은 Tableau를 통해 매일 아침 상품 실적, 성장률 등의 데이터를 쉽게 확인하고, 현업 담당자는 매출 보고를 위한 리포트 준비 시간이 줄어들어 고객, 제품 분석과 같은 업무에 더욱 집중할 수 있게 되었습니다.

대시보드를 활용한 커뮤니케이션, 모니터링 등의 업무 생산성 증대

아모레퍼시픽은 '셀프서비스 BI 문화' 확산을 위해 Tableau 활용에 대한 단계별 교육 제공, 뉴스레터 발간, 헬프데스크 및 커뮤니티 운영 등 다양한 프로그램을 자체적으로 진행하고 있고, 이를 통해 데이터 분석을 필요로 하는 직원의 경우 직접 데이터를 분석하고 대시보드를 독립적으로 구축하여 활용하고 있습니다. 임직원들은 실적, 재고, 물류, VOC, SCP, GA, 서드 파티 데이터 등 업무에 필요한 데이터를 누구나 쉽게 활용하여 업무의 생산성을 높이고 있습니다.

Tableau는 아모레퍼시픽이 가진 방대한 데이터를 쉽게 활용할 수 있게 돕고 있으며, 정보를 분석하고 인사이트를 도출하여 비즈니스를 발전시키는 발판이 되어주고 있습니다. 현업의 직원들은 이제 필요한 정보를 별도의 데이터 추출 과정 없이 쉽게 확인하며, 더 나은 의사 결정을 위해 데이터 활용을 더욱 고도화해 나가고 있습니다.

[더 자세히 살펴보기 >](#)



+ 교보생명

성공의 비결

현업단이 언제 어디서든 데이터를 활용 및 분석할 수 있는 데이터 문화 확산

목표

전통적인 금융 회사의 디지털 전환을 이끌
셀프서비스 BI 문화 구축

교보생명은 1958년 창립한 이래 60년 넘게 생명보험 한 길을 걸어오며 약 400만 명의 보험계약자를 유지하고 매년 신규 보험계약을 100만 건 이상 체결하고 있는 생명보험회사입니다. 교보생명은 기존 데이터 관련 업무를 IT 부문과 데이터 담당 조직에 의존하고 데이터를 대하는 것조차 어려워하는 구성원이 많아 현업에서 데이터 활용이 저조했습니다. 구성원들이 데이터에 한 발 더 가까워지기 위해 Tableau를 도입하여 누구나 데이터를 활용할 수 있는 업무 환경을 구축했습니다.

‘Tableau 워크’와 사용자 친화적 포털 구축으로 데이터 리터러시 역량 강화

교보생명은 조직 구성원들이 현업에서 Tableau를 직접 사용할 수 있도록 하고 데이터에 대한 막연함과 어려움을 줄이고자 지난해 11월 ‘Tableau Week’를 진행했습니다. 행사에서는 Tableau 사용법에 대한 단계별 교육, 체험 부스, 체험 이벤트 활동 등을 통해 Tableau를 직접 경험해볼 수 있도록 하였습니다. Tableau 워크와 함께 사용자 친화적 신규 포털을 구축하여 데이터 리터러시 역량을 높였습니다. 현업의 의견을 적극적으로 반영하여 사용자 관점에서 직관적이고 활용이 편리하도록 포털을 구축하여 데이터 접근성과 관리 효율성을 향상시켰습니다.

개인별 데이터 활용 역량 및 방식에 맞는 대시보드 개발

교보생명은 개인별 활용 역량과 방식에 맞춰 Tableau를 활용하고 있습니다. 예를 들어 보험서비스지원실 산하의 총 5개 팀은 데이터를 개방하고 서로 공유하여 보험 가입과 유지, 지급 전 단계에 걸쳐 모든 팀이 대시보드를 적극적으로 활용 중입니다. 또한 대시보드를 활용하면서 추가 의견을 수집하여 2단계 고도화를 추진하고 있습니다. 또한 대출 업무를 담당하는 여신 부문의 경우, 핵심만 명확하게 담은 대시보드를 모든 팀원에게 매일 공유하여 기존 엑셀로 작업했던 복잡한 루틴 업무를 없앴습니다. 특히 기존에 보기 어려웠던 대출 상담사들의 관리까지 대시보드로 통합하여 현장에 있는 상담사 관리자들의 업무 효율도 높였습니다.

교보생명이 나아가고자 하는 셀프서비스 BI 문화는 문자와 숫자로 이뤄진 데이터를 의미 있게 연결하고 구성원 스스로 데이터를 통한 질문으로 새로움을 발견하는 것, 결국은 생각의 전환과 행동의 변화를 이끌어 낼 수 있는 문화라고 생각합니다.

더 자세히 살펴보기 >

+ SK디스커버리

성공의 비결

다수의 계열사와 사업장의 데이터 소스를 통합하고 데이터 시각화를 구현한 SK디스커버리

목표

각 관계사의 경영 대시보드를 SK디스커버리 산하로 통합 및 확대하고 사업장별 셀프 분석 환경 확장

SK디스커버리는 친환경소재, 백신·의약, 에너지·화학, 부동산 개발 등 다양한 사업회사를 보유하고 있는 지주회사입니다. 사업 분야로는 SK케미칼, SK가스, SK D&D, SK플라즈마, SK바이오사이언스를 포함하며, 그 외에 다수의 사업장과 지역 사업장을 보유하고 있습니다. 여러 사업 분야로부터 발생하는 방대한 데이터를 통합하는 데에 어려움을 겪었던 SK디스커버리는 Tableau를 도입하여 6개 관계사에서 발생하는 데이터의 가공과 취합에 드는 시간을 단축할 수 있었습니다.

대시보드 지표를 경영진 보고 과정에 활용하여 업무 효율성 제고

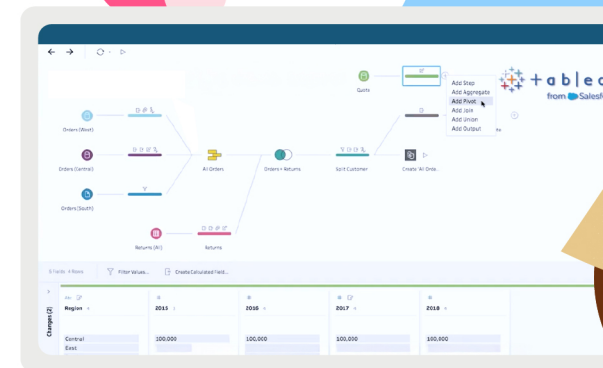
기존에 많은 시간을 소요하던 경영진 보고가 Tableau 도입 후 대시보드로 간편하게 개선되었습니다. 사내 메신저와 결합된 대시보드를 통해 경영진이 실시간으로 데이터를 열람할 수 있게 되었으며, 데이터 분석 범위도 경영, 사업장 현황, HR에서 영업, 마케팅, 제품 생산 현황까지 확장되었습니다. 향후 각 관계사의 경영 대시보드를 통합하고, 사업장별 셀프 분석 환경을 확장할 계획이며, Tableau의 활용도가 높아질 것으로 기대하고 있습니다.

데이터 문화 조성으로 사내 사용자 수 증가

SK디스커버리는 데이터 접근성을 높이기 위해 실무진이 주로 사용하는 대시보드를 구축하고, 경영진의 적극적인 지원으로 데이터 분석 문화를 정착시켰습니다. 초기에는 대시보드 열람에 그쳤던 임직원들이 직접 데이터를 분석하며 데이터에 대한 다양한 니즈가 증가했고, 관련 교육 프로그램을 도입하여 Tableau 도입 1년 만에 사용자 수가 2.5배 증가했습니다. 이로써 사내에서 시티즌 분석가가 스스로 데이터를 분석하고 실제 업무 과정에 활용하는 데이터 중심의 의사결정 문화가 조성되었습니다.

Tableau 대시보드를 통해 여러 사업 분야의 데이터를 통합하고 단일화된 지표로 경영 추이 변화를 쉽게 파악할 수 있게 되었습니다. 또한 경영진의 적극적인 의지와 교육으로 사내 시티즌 분석가가 증가하며 데이터 중심의 의사결정 문화가 조성되었습니다.

더 자세히 살펴보기 >



+ 신성통상

성공의 비결

내부 데이터를 체계화하고 외부 데이터와 연동해
데이터 기반 인사이트 확보

목표

데이터 기반 의사결정으로 패션 업계 변화 대응 및
매출 확대 기회 제고

신성통상은 섬유와 의류의 수출과 함께 국내 내수 패션 브랜드를 기획, 제조, 판매, 및 유통하고 있습니다. 신성통상의 대표 브랜드인 탑텐(TOPTEN)은 합리적인 가격과 공격적인 프로모션으로 오프라인 매장 수, 생산량, 판매량 데이터의 양이 타 패션 회사에 비해 월등히 많았습니다. 신성통상은 Tableau를 도입하여 방대한 양의 내부 데이터를 체계화하고 외부 데이터와 연동해 데이터 기반의 효율적인 의사결정 체제를 만들어 나갔습니다.

150개 이상의 대시보드로 내·외부 데이터 활용 및 효율적 의사결정 환경 구축

Tableau 도입 전 신성통상은 우선 조직 내 데이터의 기준을 통합하고 한눈에 알아볼 수 있는 대시보드를 구현하는 작업이 필요했습니다. 먼저 내부 판매 데이터를 분석하는 대시보드를 2~3개로 시작해 점차 150개 이상으로 확장하며 현업 부문에서 활용했습니다. 이를 통해 데이터 기반의 효율적인 의사결정 환경을 구축하고, 상품기획, 생산, 물류, 판매 등 다양한 현황을 분석하여 비즈니스 전략을 수립했습니다. 또한 코로나 팬데믹 이후 변화한 데이터 패턴에 대응하기 위해 외부 데이터를 결합한 대시보드를 도입하여 실무진의 효율적인 의사결정을 지원했습니다.

구매 리뷰 및 상품 검색 데이터 분석으로 고객 맞춤형 상품 기획 전략 구축

신성통상은 Tableau 도입을 통해 산재한 판매 데이터와 고객 리뷰 데이터를 통합하였습니다. 스타일별 판매 데이터와 고객 리뷰 데이터를 통합적으로 분석해 새로운 인사이트를 얻을 수 있었습니다. 또한 고객이 남긴 리뷰의 감정 분석을 통하여 차기 시즌의 상품 기획 전략 수립에 활용할 수 있었습니다. 추가적으로 고객의 포털 검색 키워드 데이터와 실제 판매 제품을 매핑하여 수요와 판매 간의 격차를 분석했고 잠재적 수요가 높은 카테고리를 발견하여 추가 매출을 예상하기도 했습니다.

코로나 팬데믹 이후 비즈니스 환경이 급변하며, 데이터 활용과 비즈니스 인텔리전스(BI) 도입의 필요성을 느꼈습니다. 우리가 보유하고 있는 방대한 내부 데이터를 체계화하고 다양한 외부 데이터와 연동해 상품 기획 등 비즈니스 개선 전략에 활용할 수 있게 되었습니다. 더 나아가 내부적으로는 오픈 이노베이션으로 이어져, 이를 전담하는 부문까지 형성되는 등 조직의 혁신을 가져왔습니다.

[더 자세히 살펴보기 >](#)



+ 엠즈씨드

성공의 비결

데이터 분석 효율화와 협업 강화로 비즈니스 운영 개선 및 매장 경쟁력 향상

목표

전문 바리스타와 높은 QSC(품질, 서비스, 위생관리) 통해 차별화된 고품질 커피 및 서비스 제공

엠즈씨드는 2013년 설립된 매일유업(주)의 자회사로 프리미엄 커피 브랜드 폴바셋을 운영하며, 캡슐 커피와 드라이브스루 서비스를 통해 다양한 소비자 니즈를 충족시키기 위해 노력하고 있습니다. 엠즈씨드는 체계화되지 않은 데이터 환경을 개선하고 데이터 운영 중심의 비즈니스 가속화를 위해 직원들이 스스로 데이터를 분석하고 공유할 수 있도록 셀프서비스 BI 도입의 필요성을 느꼈습니다. 이에 따라 Tableau를 도입하여 신속한 데이터 연결, 준비 및 시각화 기능을 제공하고, 내부 교육을 통해 파워 유저를 양성했습니다.

전사 공유 및 협업 확대

엠즈씨드는 Tableau 도입 이전 회의 자료 준비에 많은 시간을 소요하여 부문 간 유기적인 협업에 어려움을 겪었습니다. 하지만 Tableau 도입 후 모든 부문과 Tableau 내 동일한 자료를 통해 인사이트를 공유하고 토의할 수 있게 되어 협업과 생산성이 크게 향상되었습니다. 그 결과 데이터를 분석하고 보고서를 제작 후 공유하는 시간이 Tableau 도입 전보다 90% 단축되었습니다.

데이터 기반 의사결정을 통한 매장 경쟁력 향상의 기반 마련

엠즈씨드는 Tableau 도입으로 본사와 매장에서 데이터 기반 의사결정 역량을 강화하여, 신제품 매출 순위와 시간대별/요일별 매출 분석을 통해 효율적인 매출 및 마케팅 전략을 수립하고, 근무자 교대 계획을 쉽게 실행하며, 실시간 데이터 확인을 통해 즉각적인 대응을 가능하게 했습니다. 또한 영업관리자는 PC는 물론 모바일로도 데이터를 쉽게 확인할 수 있어 매장 경영을 실시간으로 점검하고 개선하는 데에 큰 도움을 받을 수 있습니다.

매장의 판매 데이터를 실시간으로 분석하고 분석 결과를 바탕으로 즉시 대응을 할 수 있다는 것은 중요한 경쟁력입니다. Tableau를 통한 데이터 분석, 시각화를 통해 주요 관리 포인트가 실시간으로 확인, 점검 및 개선이 이루어지고 있습니다. 로우 데이터를 가공하여 분석하는 시간을 단축하여 시각화된 분석 데이터를 보면서 바로 의사결정 단계로 진입할 수 있게 되었습니다.

[더 자세히 살펴보기 >](#)



+ 월드비전

성공의 비결

데이터 기반 의사결정을 통한 후원자 신뢰와 내부 투명성 향상

목표

모든 어린이가 풍성한 삶을 누리고, 모든 사람들이 이를 실천하는 것

월드비전은 1950년에 설립된 국제구호개발 NGO로, 현재 100여 개국에서 4만 명이 활동하며 지역개발, 긴급구호, 아동 옹호를 주요 사업으로 합니다. 기존에 사용했던 기본적인 대시보드는 후원자 및 기부금 데이터를 시각화하거나 대량 데이터를 처리하는 데에 어려움이 있어, Tableau를 도입하여 BI를 구현하고 업무 편의성을 향상시켰습니다.

후원자 대상 사업 진행 상황 및 결과 정보 제공 시 보다 빠르고 가시적인 정보 제공 가능

후원자 신뢰와 내부 투명성을 중요시하는 월드비전은 세일즈포스의 기본 대시보드로는 대량 데이터 추출 및 시각화에 한계를 느끼고 Tableau를 도입했습니다. Tableau를 통해 업무용 리포트와 분석용 리포트를 효율적으로 추출하고 적시에 빠르게 후원자에게 사업 진행 상황과 정보를 제공할 수 있게 되어 후원자들의 신뢰를 향상시키고 사업의 투명성을 확보했습니다.

이미 보유 및 축적하고 있는 방대한 데이터의 효율적인 활용으로 데이터 기반 의사결정 및 데이터 가치 제고

월드비전이 사용하던 iVision 솔루션은 호환성이 부족해 데이터를 엑셀로 다운받아 사용 중이었습니다. 월드비전에서 수십 년 동안 진행한 모든 후원 및 사업 데이터를 클라우드로 옮기기엔 많은 비용이 들어, 일부는 온프레미스에 보관하고, 나머지는 클라우드에 올렸습니다. Tableau는 양측에 데이터를 모두 활용할 수 있도록 연결해주어 데이터 사일로 현상을 방지하고, 비용 효율성과 운영 편의를 향상시켰습니다. 방대한 양의 데이터를 효율적으로 활용하고, 전사적으로 데이터 기반 의사결정과 데이터 가치를 향상시켰습니다.

Tableau를 통해 BI를 구현한 후, 업무적으로 편의성 측면에서 굉장히 좋아졌습니다. 담당자의 경우 기존에는 엑셀에 데이터를 기입하고, 수신자를 지정하여 메일로 공유했어야 했다면, 지금은 담당자가 대시보드를 수정 및 게시하는 것으로 공유가 가능합니다. 계정의 권한관리를 통해 수신자 지정도 용이해졌고, URL 공유 방식과 그룹웨어의 링크 활용으로 접근성이 좋아졌습니다.

[더 자세히 살펴보기 >](#)



+ 녹색기후기금

성공의 비결

기후변화대응 사업의 효율성 향상 및 데이터 투명성 강화

목표

개발도상국의 저탄소 사회 전환 지원

녹색기후기금은 기후변화 대응을 지원하는 세계 최대 기후 기금으로, 개발도상국의 기후 적응 능력을 높이기 위해 기여금을 투자하고, 이를 투명하게 모니터링하며 평가합니다. 2013년 한국 송도에 본부를 두고 다양한 기후 사업모델과 국제 사업에 참여하며 민·관 조정을 수행하는 녹색기후기금은 Tableau를 도입해 128개국 이상의 데이터와 사업을 통합하고 시각화하여 사업의 효율성과 투명성을 강화하고 있습니다.

데이터 관리 체계화를 통한 데이터 활용 기반 마련

녹색기후기금은 128개국 이상의 데이터와 200여 개의 사업 수행기관의 금융 데이터를 포함하여 사업 전반의 모니터링과 탄소 감축 효과 측정을 하고 있습니다. 그러나 데이터 표준화의 부족으로 엑셀 파일과 보고서 처리에 어려움을 겪었던 녹색기후기금은 자체적인 데이터 관리 체계 ‘PPMS’를 구성하여 보고서 제출과 데이터 수집을 자동화하고, 이를 또 다른 내부 시스템인 ‘iPMS’ 시스템으로 이관하여 Tableau에서 종합적으로 분석할 수 있는 대시보드를 구축했습니다. 이렇게 구성한 대시보드를 통해 전체 사업 포트폴리오를 시각적으로 분석하고, 각 국가 및 프로젝트의 진행 상황과 기금 사용, 예상 탄소 감축량을 한눈에 파악할 수 있게 되었습니다. 또한, 특정 주제의 데이터를 깊이 분석하고, 오픈 데이터 라이브러리 플랫폼을 통해 전 세계적으로 데이터의 접근성과 투명성을 개선했습니다.

데이터 거버넌스 및 내부 문화 구축으로 데이터 투명성 제고

녹색기후기금은 데이터 입력 품질 문제를 해결하기 위해 데이터 입력 가이드와 관리 매뉴얼을 배포하여 직원들이 올바르게 데이터를 입력하고 품질을 향상시켰습니다. 데이터 입력 체계에 따라 팀별로 데이터를 관리하던 중, 데이터 담당자들이 데이터 커뮤니티를 형성하여 효율적인 의사소통과 관리가 이루어졌습니다. 이 과정에서 데이터 관리의 중요성이 경영진에게도 인식되어 데이터 위원회를 구성하고 전사적인 데이터 전략 수립 및 의사결정에 활용하게 되었습니다.

녹색기후기금은 새로운 시스템과 변화에 대한 수용이 상대적으로 느리거나 어려운 국제기구의 한계에도 불구하고, 데이터 활용 기반을 적극적으로 마련했습니다. Tableau 도입 후, 개발도상국과 선진국 등 많은 이해관계자가 참여하는 전 세계적인 기후 위기에 대응하기 위한 전략적 사업을 보다 투명하고 효과적으로 수행하고 관리할 수 있었습니다.

[더 자세히 살펴보기 >](#)

+ 일본항공(JAL)

성공의 비결

일본항공, Tableau를 통해 조직 전체에 걸쳐 데이터 기반의 협업 강화

목표

‘최고의 배턴 패스’ 실현 및 데이터 기반의 의사 결정을 통해 최상의 항공 경험을 제공

일본항공은 기업 내 부문, 직종 등의 경계를 넘어 모든 구성원이 함께 협력하여 고객에게 최고의 여행 경험을 제공하자는 ‘최고의 배턴 패스(Best Baton Pass)’ 가치를 강조하고 있습니다. 최근 Tableau를 도입하여 데이터 시각화와 분석을 강화함으로써, 유지보수, 항공기 운항, 고객 서비스 및 안전 관리 분야에서 큰 변화를 이끌어내고 있습니다. Tableau는 일본항공 내에서 공통된 언어 역할을 하며, 데이터 기반 의사결정을 촉진하고 조직 내 협력을 강화하는 데 기여하고 있습니다.

항공 안전 및 보안 데이터 모니터링 개선

일본항공의 안전 기획 그룹에서는 Tableau를 사용하여 항공 안전 및 보안 데이터 모니터링을 크게 개선했습니다. 이전에는 각 부문에서 수집된 데이터를 엑셀로 집계하는 시스템을 사용했으나, 통계 분석 기능이 부족했습니다. 이제는 Tableau를 활용하여 대량의 데이터를 쉽게 처리하고, 사용자와의 논의를 통해 다듬어진 대시보드를 생성할 수 있게 되었습니다. 이로 인해 회의 중 데이터에 즉시 접근하고 응답할 수 있어 논의가 원활해졌습니다.

항공기 고장 예측 모니터링 도구의 빠른 배포와 기술 의존도 제거

일본항공은 Tableau를 도입한 후 항공기 고장 예측 모니터링 도구의 배포를 가속화하고 특정 부문의 기술 의존도를 줄였습니다. 이전에는 모니터링 도구를 개발할 때 엑셀 매크로를 활용하는 특정 부문에 의존해야 했기에 설계와 테스트, 수정 과정이 매우 길어졌습니다. Tableau의 도입으로 로직 구현 시간을 10일에서 1일로 줄였으며, 약 100개의 시각화 도구를 쉽게 유지관리하고 요구사항을 반영할 수 있게 되었습니다. 또한 Tableau의 직관적인 사용성 덕분에 데이터 기반 의사결정과 실제 실행 사이의 시간이 크게 단축되었고, 사용자가 스스로 분석을 수행할 수 있게 되어 분석 범위가 확대됨에 따라 장비 품질 향상에도 기여하고 있습니다.

일본항공은 Tableau를 통해 다양한 데이터를 시각화함으로써 회사 내 부문, 직종 간에 공유된 관점을 확립하고, 커뮤니케이션을 향상시킬 수 있었습니다. 앞으로도 계속해서 데이터 결합을 통해 새로운 방식으로 개선을 추진하고, 새로운 비즈니스 가치를 창출해 나가고자 합니다.

[더 자세히 살펴보기 >](#)

+ 레드햇

성공의 비결

레드햇, Tableau 통해 데이터 문화를 구축하여
커뮤니티와 데이터 리더 육성에 집중

목표

데이터 기반의 의사 결정 촉진 및 성과와 결과를
개선하여 전 세계적 데이터 문화 확산

오픈 소스 솔루션 제공업체 레드햇은 안정적인 고성능의 리눅스와 클라우드 및 쿠버네티스 기술을 제공하며 고객의 IT 응용 프로그램 통합, 개발, 표준화, 자동화, 보안 및 관리 지원을 합니다. 기존의 비즈니스 인텔리전스 도구들은 전 세계 흩어진 데이터 연결이 힘들어 중요한 비즈니스 의사 결정 시 전체적인 상황을 파악하기 어려웠습니다. 레드햇은 다양한 원본 데이터를 통합하면서 클라우드 기반의 협업이 가능한 데이터 분석 플랫폼을 찾았고, Tableau를 도입해 데이터에 기반한 신속하고 과학적인 의사결정을 이뤄냈습니다.

비즈니스 리더의 보고서 작성 지원

엔터프라이즈 데이터 및 분석 팀은 Tableau를 도입해 핵심 성과 대시보드를 개발하여 주별, 월별, 분기별 보고서 작성에 소요되는 시간을 최소화했습니다. 이를 위해 비즈니스 리더들과 협력하여 유의미한 데이터가 정확히 보고되도록 하고, 고위 임원진을 위한 워크숍을 통해 대시보드 사용을 도왔습니다. 대시보드 공개 후, 비즈니스 리더들이 자주 로그인하여 데이터를 활용하기 시작했으며, 데이터에 대한 신뢰도 증가로 회의와 업무에서 대시보드를 더욱 많이 사용하게 되었습니다.

커뮤니티 성장과 데이터 리더 육성을 위한 전략 및 팀 구축

레드햇은 엔터프라이즈 데이터 전략을 문서화하고 각 사업부에 데이터 리더를 배치하여 비즈니스 영역에 맞는 리소스 조정과 데이터 문화를 조성했습니다. 프로젝트 소유자와 Tableau 활성화 리더를 통해 Tableau 수용을 돕고, 내부 채팅 채널과 지역 모임을 통해 데이터 시각화를 촉진했습니다. 이와 같은 활동으로 Tableau 사용자 수는 4,500명을 초과했으며, 데이터 기반 의사 결정을 지원하고 셀프 분석 모델을 확대함으로써 정보의 일관성과 신뢰성을 높이고 있습니다.

데이터 리더로서 우리의 역할은 데이터 문화 조성에 관해서는 속도를 늦추는 것이 아니라, 변화와 변혁이 일어나도록 돕는 것입니다. 또한 기업 문화가 더 데이터에 기반한 문화가 되도록 영향을 주는 것이 데이터 실무자인 우리의 역할이라 생각합니다.

[더 자세히 살펴보기 >](#)



Tableau와 함께 데이터 문화를 구축해 보세요!

Tableau 고객 사례 확인하기

Tableau의 새로운 제품과 기능뿐만 아니라 데이터 기반 업무 문화 형성을 통해 기업 경쟁력을 제고하고,
기업가치를 창출한 고객 사례를 만나보시기 바랍니다.

고객사례 바로 보기 >

+ Tableau Bootcamp

Tableau를 처음 경험하는 입문자들을 위한 Tableau Bootcamp에 참여해 보세요.
Tableau에 대한 효과적인 데이터 학습을 제공받아 실무와 비즈니스에 적용할 수 있도록 지원하는 2주 교육 과정입니다.

Bootcamp 지원하기

+ Tableau 도입이 고민된다면?

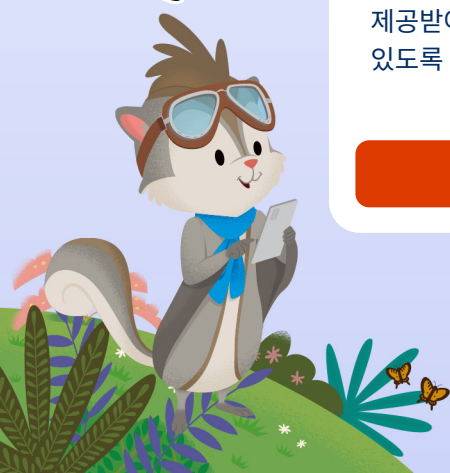
세일즈포스 태블로를 이미 도입해 성과를 낸 고객과, 도입을 고민하는 고객이 소규모로 모여 현장의 경험을 공유하고 자유롭게 소통하는 자리입니다.
실제 사례에서만 들을 수 있는 인사이트를 통해, 도입을 앞둔 중요한 의사결정에 자신감을 더해드립니다.

CRR 참가 신청하기

+ Tableau 커뮤니티

Tableau 사용자들을 위한 정보, 실무적 경험, 최신 기술을 공유하고 전문가들의 인사이트를 확인해 보세요. Tableau 사용자들과 함께 성장하고 네트워킹할 수 있는 기회가 Tableau 커뮤니티에 있습니다.

서울 Tableau 유저 그룹 가입하기





koreamarketing@tableau.com
www.tableau.com/ko-kr



Tableau에 대하여

Tableau는 지능형 데이터 분석 플랫폼으로 엔드-투-엔드 데이터 분석을 지원하며 기업의 데이터 전문가와 현업단이 기술 수준과 상관없이 데이터를 손쉽게 탐색 및 분석하도록 돕고 있습니다. 또한, 세일즈포스 및 슬랙과의 연결성을 바탕으로 누구나 쉽게 대규모 데이터를 분석하고 인사이트를 도출할 수 있도록 지원합니다.

세일즈포스에 대하여

세일즈포스는 모든 규모의 조직이 신뢰할 수 있는 통합 플랫폼에 인간, 에이전트, 앱, 데이터를 통합하여 전례 없는 성장과 혁신을 실현하는 에이전틱 엔터프라이즈(Agentic Enterprise)로의 전환을 지원합니다.

세일즈포스 코리아

Salesforce는 Salesforce, Inc.의 미국 및 기타 국가의 등록 상표입니다. 또, 기타 서비스명도 Salesforce, Inc.의 상표 또는, 등록 상표입니다. 기타 각종 제품명은 각 기업의 제품 명칭, 상표 또는, 등록 상표입니다. 해당 콘텐츠에 대한 모든 저작권은 세일즈포스 코리아 측에 있으며, 무단 복제 및 배포를 금지합니다.

