

# 2017년도

소매업 분석의

상위 6가지 동향



데이터가 추세를 견인하게 됨에 따라 주요 소매 기업들은 2017년도 분석을 우선적으로 고려하고 있습니다. 또한 산업 전반에 걸쳐 비즈니스 인텔리전스 표준도 변화하고 있습니다. 더 많은 소매 및 소비재 기업들이 임원과 실무 직원들에게 데이터를 공개하고 있습니다. 그 결과 더욱 빠르고 단순하며 모바일 친화적인 도구에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

매년 Tableau에서는 각 업계에서 발생하는 데이터 움직임 및 새로운 분석 추세에 대한 논의를 시작합니다. 여기서는 소매 및 소비재 분석에 관한 2017년 전망에 대해 살펴보도록 하겠습니다.

# 분석가만이 아닌 모두가 사용할 수 있는 고급 분석

셀프 서비스가 인기를 끌면서 소매 조직에서 분석가가 아닌 사람들이 점차 데이터 전문가가 되어가고 있습니다. 매장 관리자와 회계 담당자는 사고의 속도에 맞추어 질문하고 답할 수 있는 비주얼라이제션에 대한 상호작용 기능 덕분에 데이터를 더욱 깊이 있게 분석할 수 있습니다.

대부분의 대형 소매 업체들 또한 고급 예측 분석을 통해 피크 타임 인력을 배치하고 품질 높은 고객 서비스를 제공합니다.



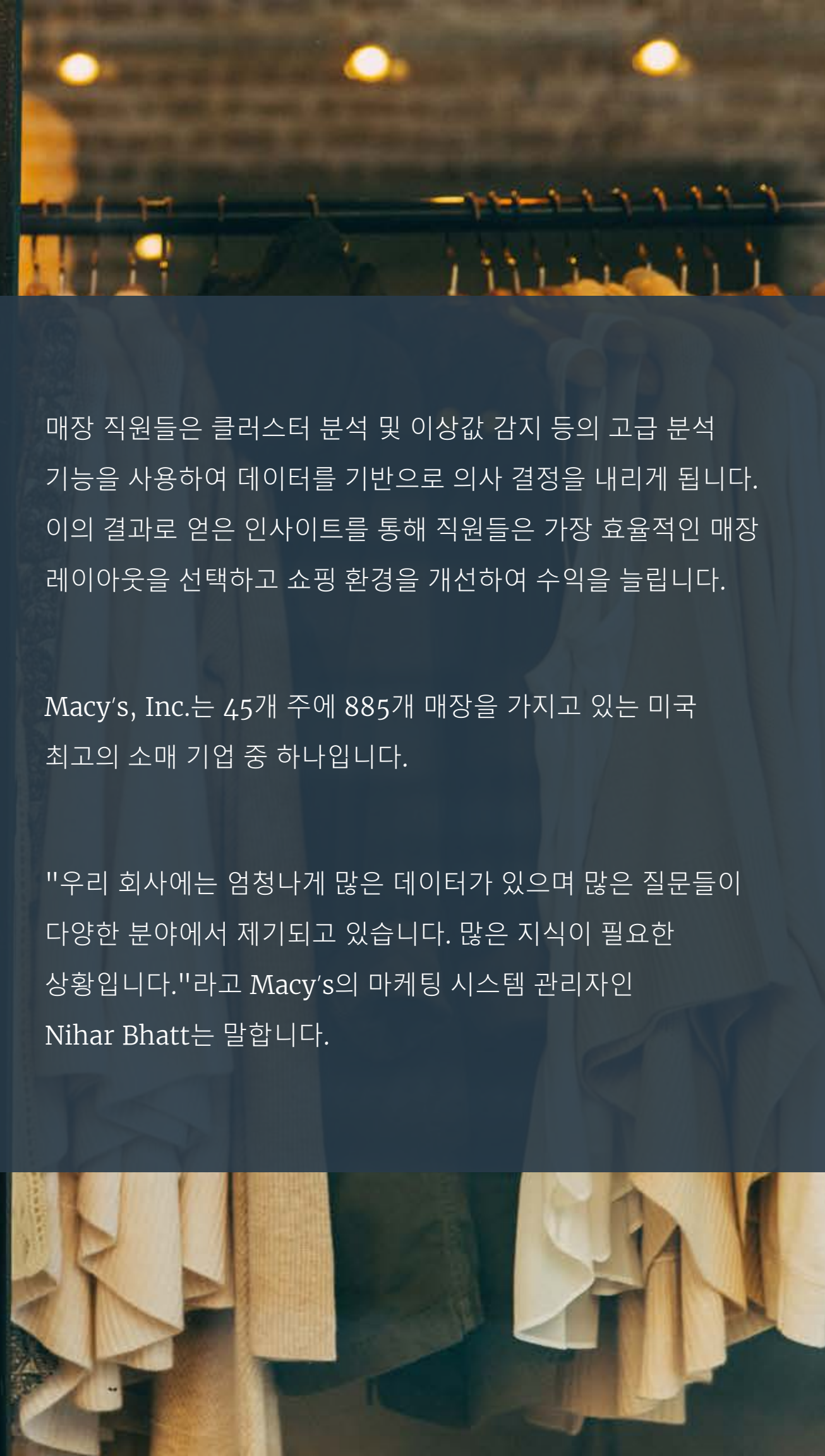




매장 직원들은 클러스터 분석 및 이상값 감지 등의 고급 분석 기능을 사용하여 데이터를 기반으로 의사 결정을 내리게 됩니다. 이의 결과로 얻은 인사이트를 통해 직원들은 가장 효율적인 매장 레이아웃을 선택하고 쇼핑 환경을 개선하여 수익을 늘립니다.

Macy's, Inc.는 45개 주에 885개 매장을 가지고 있는 미국 최고의 소매 기업 중 하나입니다.

"우리 회사에는 엄청나게 많은 데이터가 있으며 많은 질문들이 다양한 분야에서 제기되고 있습니다. 많은 지식이 필요한 상황입니다."라고 Macy's의 마케팅 시스템 관리자인 Nihar Bhatt는 말합니다.





Macy's는 어떤 매장에 어떤 재고를 확보할지, 구매자에게 언제 대출을 제공하는 것이 좋은지, 자사 웹 사이트의 홈 페이지에 어떤 항목 위주로 배치할지 등을 포함하여 많은 것을 예측합니다. 이런 결정을 내리기 위해 Macy's는 Hadoop 기반으로 동작하는 셀프 서비스 대시보드를 활용합니다.

추가 자료: [Tableau를 사용한 고급 분석](#)

“

현상을 시각적으로 이해하기가 더 쉽습니다.

- KAREM TOMAK, 마케팅 분석 및 CRM 부문 부사장, MACY'S

# 모든 기능이 구현된 모바일 분석

소매 기업이 모바일 기기를 이용해 현장에서 실행 가능한 인사이트를 얻는 것은 더 이상 비현실적인 일이 아닙니다. 기존 비즈니스 인텔리전스 시스템을 통해 연결하는 대신에 현대의 모바일 분석은 주요 소매점과 유통 센터를 위한 의사 결정의 중심이 되고 있습니다.

소매 기업들은 매장 내의 Wi-Fi를 통해 계산원 및 매장 직원들에게 분석 기능을 제공하고 있습니다. 예를 들어, 고객이 재고가 없는 제품을 원하는 경우 직원이 모바일 분석 앱을 통해 얻은 실행 가능한 인사이트로 제품 또는 서비스를 더욱 신속하게 고객에게 제공할 수 있습니다.





또한 지원 부서 및 유통 센터에서 일하는 소매 및 소비재 직원들도 데스크톱 컴퓨터 및 종이 보고서에서 벗어나야 합니다.

태블릿을 이용한 매일 또는 심지어 매 시간 단위의 실시간 모바일 데이터 처리가 새로운 표준으로 자리잡고 있습니다. 상인, 지역 관리자, 손실 예방 직원, 공급업체 등은 모두 예전에 사용하던 스프레드시트 대신에 자신의 모바일 기기에서 대화형 비주얼라이제이션을 이용해 협업하고 있습니다. 이러한 모델을 통해 재고, 옴니채널 공급망 및 운영 효율성과 관련하여 신속한 결정을 내릴 수 있습니다.

추가 자료: 사례 연구: 모바일 분석을 활용한 Coca Cola Bottling Company의 보고 병목 현상 해결





“

모바일이 핵심입니다. 우리 팀은 주로 제품  
영업에 담당하고 있으므로 영업 사원이 사무실에  
머무는 시간을 줄이기 위해 노력하고 있습니다.  
영업 사원은 현장에 나가 있거나 고객과 만나야  
합니다. 만약 고객이 궁금해하는 사항이 있을 경우  
Excel 스프레드시트나 문서를 열어보는 대신 iPad  
에서 직접 대시보드를 불러와 그 자리에서 바로  
질문에 답변할 수 있습니다.

— SHAWN CRENSHAW, 수석 비즈니스 분석가, COCA-COLA BOTTLING CO. CONSOLIDATED(CCBCC)


# 데이터 정확도를 높여주는 사물 인터넷

제품, 제품 디스플레이, 통행로 등 거의 모든 것에 정교한 센서가 있어 분석을 위한 정보를 수집하고 전달하고 있습니다. 올해는 비컨, Wi-Fi 기반 센서 및 무선 주파수 식별(RFID) 태그가 활용되어 공급망 전체에 대한 정보를 추적하고 매장 내 재고 수준의 정확도를 개선하게 될 것입니다.

어디서나 연결이 가능해지면서 매장 내 모바일 기기에서 수집되는 데이터 양의 증가와 함께 실행 가능한 인사이트를 얻을 가능성도 커졌습니다. IoT 연결 기기는 2020년까지 3배로 증가할 것으로 예상되며, 이에 따라 소매 기업들이 2017년에 생성하는 데이터도 크게 증가할 것입니다.








옴니채널이 대중화되면서 고객들은 지역에 있는 물품이 무엇인지, 근처 매장에서 언제 수령할 수 있는지 등을 정확히 알게 되었습니다. 추가 구매를 유도하기 위해 기업들은 특정 매장에 있는 통로 및 용기에 이르는 제품의 정확한 위치 등을 포함한 매장이나 온라인상의 제품 수에 대한 실시간 IoT 데이터를 표시하고 있습니다.



Macy's의 물류 및 운영 부문 수석 부사장인 Bill Connell은 [RFID Journal](#)과의 인터뷰에서 "저는 옴니채널 데이터 기반 환경에서 데이터 정확도를 가볍게 다룬다는 것은 상상하기 어렵습니다."라고 말합니다. "고객들은 점점 더 까다로워지고 있습니다. '난 이것 원하는데요. 지금 가지고 있는지 알고 싶어요. 내게 어떻게 가져다줄지 알려드릴까요. 지금 당장 그렇게 해주세요!' 등과 같이 데이터에 대한 확신이 없는 경우 큰 문제에 봉착하게 됩니다."







또한 주요 소매 기업들은 향상된 IoT 데이터를 활용해 구매자 행동을 파악하고 있습니다. 모바일 데이터를 통해 소매 기업들은 가장 효과적인 매장 내 마케팅 기법과 구매자들이 가장 많이 사용하는 통로를 파악할 수 있습니다. 마케팅 팀에서는 이 정보를 사용해서 어떤 시각적 정보와 쇼핑 경로가 매출 향상에 기여했는지 확인하고 이 데이터를 사용해서 디지털 방식으로 고객에게 접근할 수 있습니다.

추가 자료: [모든 상품에 RFID 태그를 부착하는 Macy's](#)



MiNODES의 Wi-Fi 기반 센서 기술은 강력한 소비자 행동 분석 결과를 생성하며 소매 기업들이 매장 성과 및 소비자 방문량을 최적화하도록 지원합니다. MiNODES는 고객 이동 데이터를 직관적으로 시각화하여 단일 뷰로 표시하고, 데이터를 기반으로 계획을 세우며, 의사 결정을 내리도록 지원합니다. MiNODES 기술을 사용하는 소매 기업은 매장 전환율을 최대 38%까지 늘리고 쇼핑 체류 시간을 7-28분까지 높이고 있습니다.

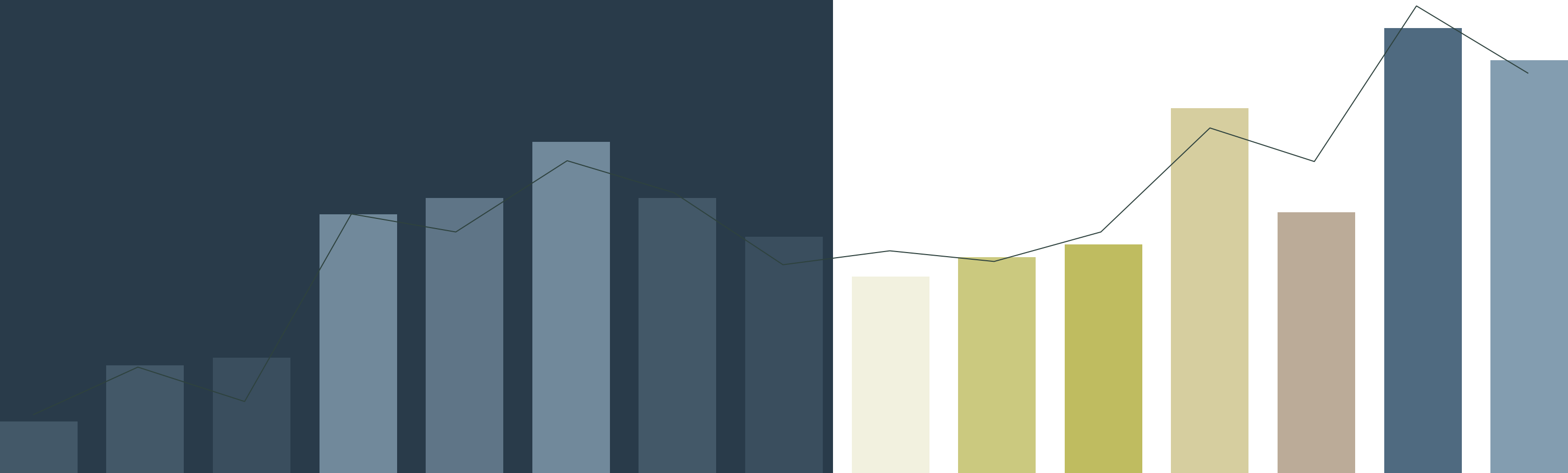
- TIM WEGNER, MINODES, 창립자 및 관리 최고 책임자



# 보다 편리해진 옴니채널 데이터 통합

소매 기업들은 민첩한 분석을 원하며 필요로 합니다. 타이밍이 가장 중요하기 때문에 적절한 데이터 집합을 신속하게 적절한 사람들에게 제공하는 것이 필수적입니다. 이제 데이터는 레거시 시스템과 사내 및 클라우드를 망라한 다양한 위치와 데이터베이스 플랫폼에 저장되어 있으므로 관리가 쉽지 않습니다.

소매 기업들이 성공하려면 반드시 전체론적인 관점에서 상업 채널 데이터, 공급망 데이터, 고객 데이터를 확인하고 파악할 수 있어야 합니다. 이러한 것이 바로 옴니채널의 잠재적인 힘입니다.

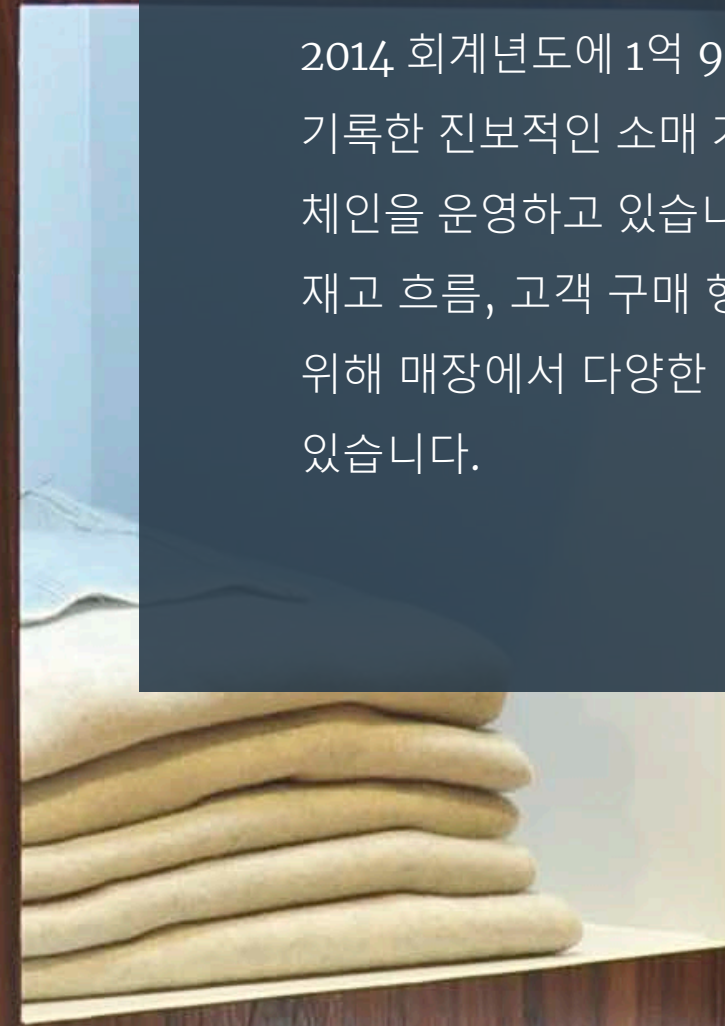


여러 채널과 많은 데이터 원본을 사용하는 작업은 번거롭거나 불가능해 보일 수 있습니다. 2017년에는 데이터 통합 분야에 새로운 업체들이 대거 등장할 것입니다. 세련된 도구가 제공되고 새로운 데이터 원본이 추가되면 회사들은 모든 데이터를 한 곳에 수집하려는 노력을 멈출 것입니다. 소매 기업들은 데이터가 저장된 곳에 있는 데이터 집합에 연결하여 더욱 대응력이 뛰어난 도구와 방법을 통해 다른 데이터 집합을 결합하고 통합하거나 조인하게 될 것입니다.

사실상 주요 소매 기업의 서비스 부서들은 교차 데이터베이스 조인이라는 기술을 사용하여 Oracle의 기본 운영 데이터베이스를 SQL Server의 인력 관리 데이터베이스와 통합하고 있습니다. 그 결과 사용자는 실제 업무 시간을 바탕으로 자신의 생산성을 분석할 수 있습니다.







2014 회계년도에 1억 9400만 달러를 상회하는 시장 가치를 기록한 진보적인 소매 기업 Metro는 싱가포르에서 백화점 체인을 운영하고 있습니다. Metro팀은 쇼핑 호황기와 불황기, 재고 흐름, 고객 구매 행동에 대해 유용한 인사이트를 얻기 위해 매장에서 다양한 데이터를 지속적으로 수집하고 있습니다.



“

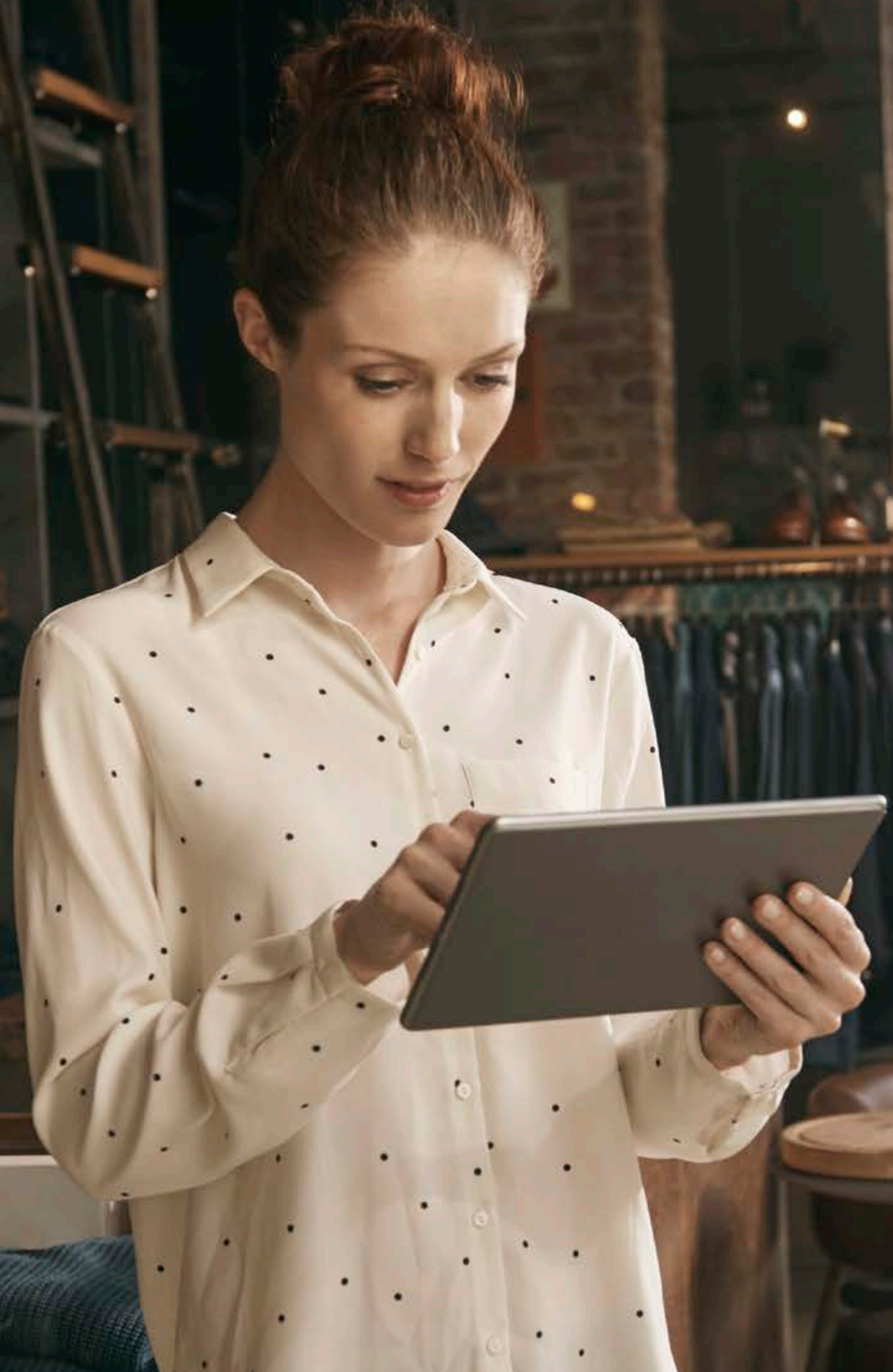
데이터 원본 A의 판매 데이터, 원본 B의 거래 데이터, 원본 C의 고객 데이터가 있었습니다. 이 모든 것을 통합하기 위해서는 여러 원본으로부터 데이터를 추출해야 합니다. 예전에는 몇 주가 소요되던 것이 이제는 몇 초로 줄었습니다.

- ERWIN OEI, METRO의 수석 비즈니스 분석가 겸 CRM 및 상품 관리자



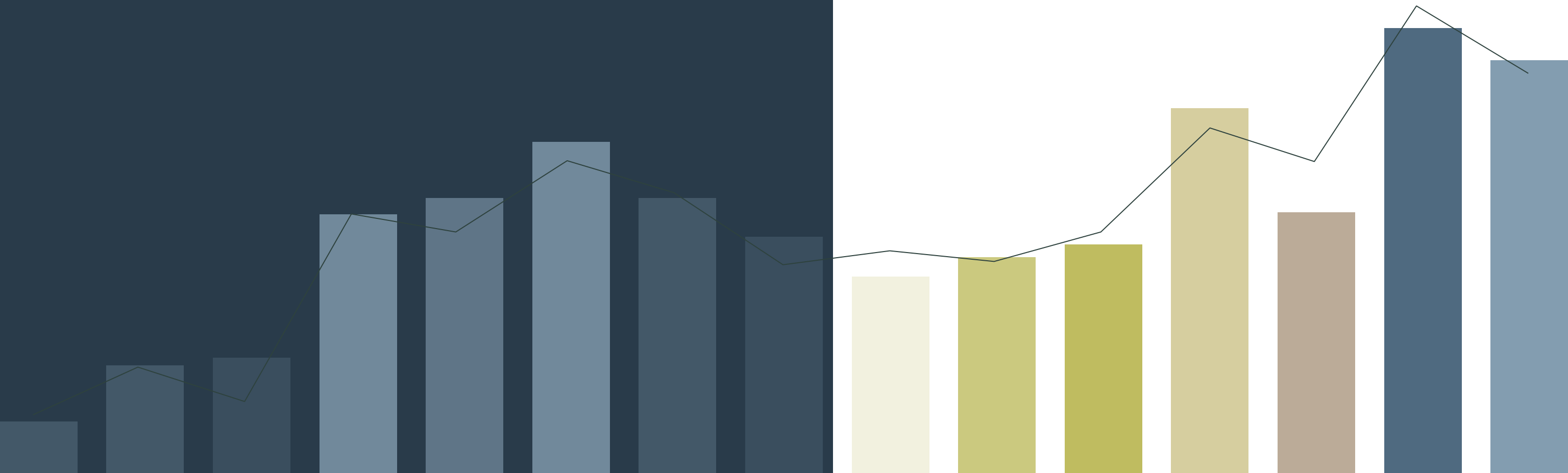
여러 원본으로부터 얻은 데이터를 통해 추세를 분석함으로써 해당 팀은 운영 및 홍보 전략을 수립하고 효율성과 성과를 지속적으로 높일 수 있습니다.

추가 자료: [Project Maestro에 대해 자세히 알아보기](#)



# 소매업에 큰 기회를 제공하는 로봇

수년 간 주요 소매 기업들은 유통 센터에 로봇을 사용해 왔으며, 2017년에는 로봇이 매장에서 핵심 역할을 담당하게 될 것입니다. 올해는 컴퓨터, 로봇 및 인공지능이 재고 실사, 프로모션 제공, 심지어 설문조사 및 주문 접수 등의 일상 업무에서 소매 기업을 지원하는 것을 보게 될 것입니다. 이러한 로봇은 새로운 데이터의 점점 역할을 하고, 중요 고객 행동 데이터를 수집하며, 결국에는 고객과 상호 작용하는 역할도 수행하기 시작할 것입니다.







소매 기업은 구매 시점 이후까지 충성도를 확대하려고 노력을 지속할 것이며, 로봇에서 수집된 고객 서비스 데이터는 성공과 실패를 판가름하는 요소 중 하나가 될 것입니다.

소셜 로봇이 고객에게 조언, 추천, 리뷰 및 실시간 정보와 같은 고객 상호 작용을 통해 부가 가치를 제공함에 따라 구매자와 소매 기업 간에는 보다 신뢰할 수 있는 관계가 형성될 것입니다.

추가 자료: [소매업에 침투하는 로봇](#)

“

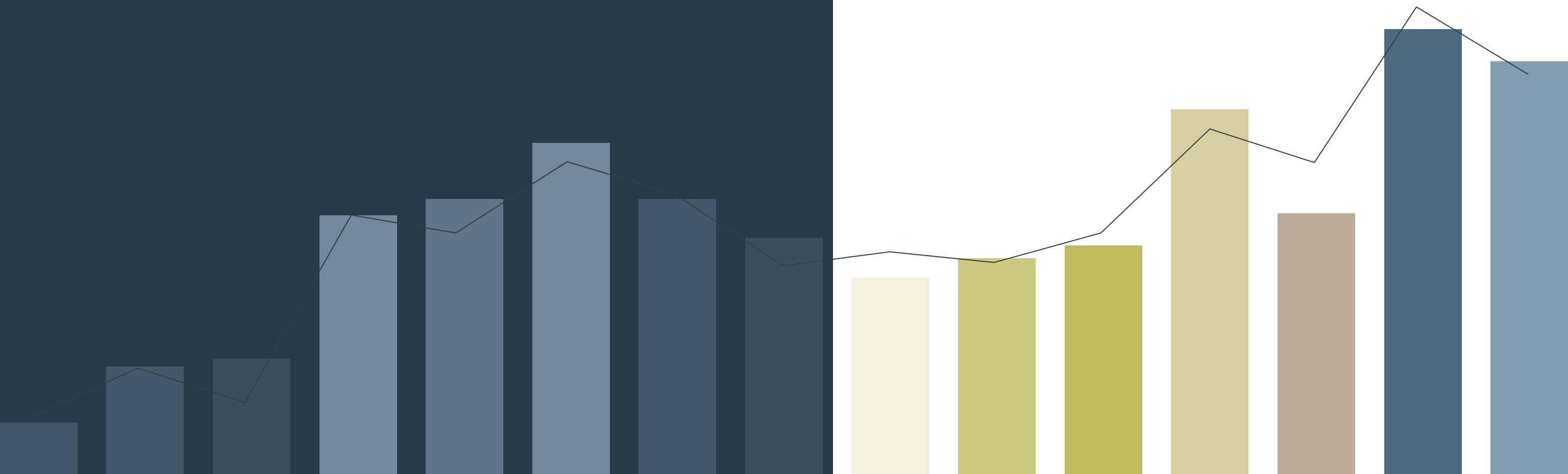
로봇을 사용하여 고객 설문조사 실시와 고객 의견 수집을 통해 소매 기업이 고객 인식을 보다 잘 파악하도록 지원할 수 있습니다. 이러한 작업이 실시간으로 진행된다면 소매 기업은 이벤트 발생 시 신속하게 대처하게 됩니다.

- SVEN-OLOF, 최고 마케팅 책임자, QMATIC GROUP



# 증강 현실 및 가상 현실을 통해 소매업 분석에서 얻게 되는 인사이트

새로운 소파가 거실에 놓였을 때 어떻게 보일지 궁금하신가요? 2017년에 고객은 증강 현실(AR) 및 가상 현실(VR)을 통해 일상 속에서 구매할 항목을 상상해 볼 수 있습니다. 구매 과정에서 확실히 알 수 있으면 매출은 증가되고 고객 만족도가 향상되며 손실이 큰 반품을 최소화할 수 있습니다. 증강 현실과 가상 현실에 분석을 추가하면 소매 기업은 데이터를 사용하여 고객에게 매장 위치 맵에서 시각화된 실시간 재고 정보를 제공하고 현재 매장 내 어디에 제품이 있는지 보여 줄 수 있습니다.



또한 판매 직원은 매장 내 시나리오를 시각화하는 데 AR과 VR을 활용하게 될 것입니다. 예를 들어, 소매 기업은 진열대 및 매장 레이아웃을 위한 제품 계획을 작성하는 데 물리적으로 시간과 비용을 쓰는 대신 가상 현실을 통한 다양한 배치 및 대체품을 검토합니다.

기업은 이러한 가상 현실 사례를 내장 데이터 분석과 연결하여 매출 및 수익성을 최적화합니다. 소매 기업은 가상 제품을 진열대에 시험적으로 전시해 보고 데이터를 사용해 각 시나리오 결과를 예측합니다.

추가 자료: [소매업에 변화를 가져올 가상 현실 및 증강 현실](#)





“

가상 현실 기술을 구축하는 데는 수십 년이 걸렸습니다. 내년에는 모든 업계가 이 기술의 영향을 받을 것입니다. 고객 및 소매 기업이 처음 이 기술을 볼 때 일반적인 반응은 단순히 '와' 하고 놀라는 것입니다. 합리적인 가격의 VR/AR 제품을 통해 이 놀라운 경험이 대중에게 전파되고 있습니다.

- JOHN WRIGHT, STRATA CEO

# 고객의 소리



같은 일을 반복해서 한다면 결코 틀 안에서 벗어날 수 없습니다. 그러나 Tableau를 통해서라면 틀 안에서 벗어날 수 있고 완전히 다른 방식으로 데이터를 검토할 수도 있습니다.

— Kevin King, 보고 및 분석 책임자, Coca-Cola Bottling Co. Consolidated(CCBCC)

추가 자료:

CCBCC에서의 보고 병목  
현상 제거



우리는 주변의 고객 데이터를 경쟁사보다 빠르게 모든 사람이 이해할 수 있는 방식으로 전환하여 회사의 다른 부서에 제공할 수 있습니다.

— MIKE RIEGLING, 공급망 데이터 분석가, PEPSICO

추가 자료:

PepsiCo, Tableau + Trifacta로  
분석 시간을 최대 90% 단축



# Tableau 정보

Tableau를 통해 사람들은 규모나 저장되어 있는 시스템 수에 상관없이 자신의 소매 데이터를 보고 이해하게 됩니다. 신속하게 연결하고 분석하여 판매 및 조직 매출에 영향을 주는 숨겨진 기회를 찾게 해주는 인사이트를 공유해 보십시오. PC, 태블릿 및 스마트폰의 원활한 환경을 통해 프로그래밍 기술을 사용할 필요 없이 다양하게 표시되는 대화형 대시보드에서 운영에 대한 깊이 있는 질문을 하고 답을 구할 수 있습니다. 지금 무료 평가판을 사용해 보십시오.

[TABLEAU.COM/KO-KR/TRIAL](https://tableau.com/ko-kr/trial)

