

# NHN커머스 삼성KPMG Microsoft 공동 웨비나

NHN  
COMMERCE

삼성 KPMG

Microsoft

## 2023 이커머스 인사이트 및 운영 모델 제시

- Intro** 양사 소개
- 세션 1** 워드 코로나 시대, 이커머스 트렌드와 앞으로의 변화
- 세션 2** 마이크로소프트 플랫폼 기반의 이커머스 운영 효율 개선
- 세션 3** Q&A





## Intro 양사소개

### 세션 1. 위드 코로나 시대, 이커머스 트렌드와 앞으로의 변화

NHN커머스 김현주 팀장  
디자인교과서 서옥화 이사

### 세션 2. 마이크로소프트 플랫폼 기반의 이커머스 운영 효율 개선

삼성KPMG 이해주 부장

### 세션 3. Q&A

\*실시간으로 댓글창으로 질의응답 진행

## 세션 1.

# 위드 코로나 시대, 이커머스 트렌드와 앞으로의 변화

NHN커머스 김현주 팀장  
디자인교과서 서옥화 이사





# 1. 2022년도 이커머스 시장 추이

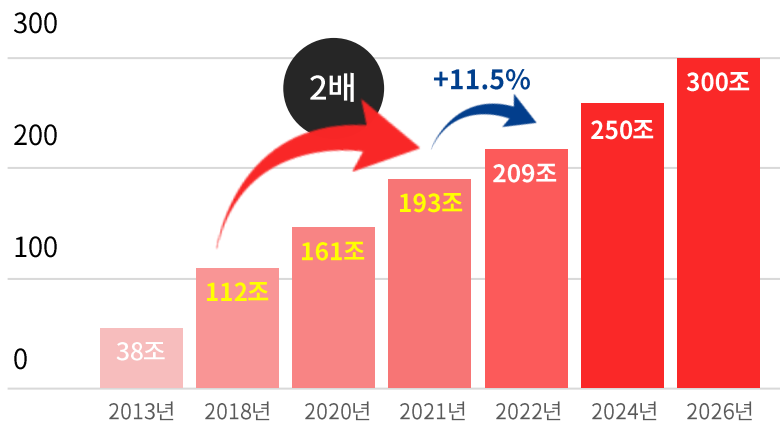
# 1. 2022년도 이커머스 시장 추이

위드 코로나 시대 속 이커머스 시장

## 성장률 둔화

### 국내 이커머스 시장 성장추이

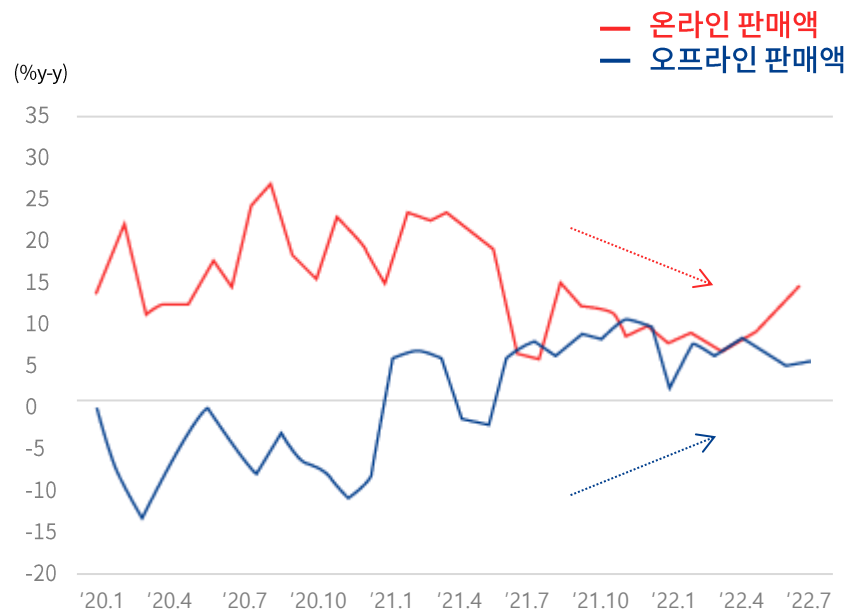
단위:원 / 출처:통계청, JP모건



2020년 이후는 전망치

출처: 이투데이(<https://www.ETtoday.co.kr/news/view/2186952>)

## 오프라인 활동 증가



2019년 이후 온라인·오프라인 판매액 추이

출처: NHN투자증권

# 1. 2022년도 이커머스 시장 추이

위드 코로나 시대 속 이커머스 시장

양적 성장 → 질적 성장



라이브 커머스  
급성장



혜택의 다양화



결제의 다양화



배송/물류의  
다양화



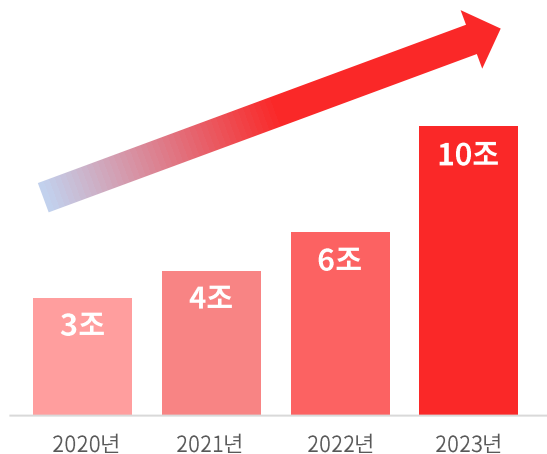
## 2. 사례를 통한 2022년도 트렌드 정리

## 가. 라이브커머스

대형 플랫폼의 라이브커머스 서비스를 활용한 상품 판매

### 국내 라이브 커머스 시장규모 전망

단위:원



자료:교보증권 리서치센터(KISA 재인용)

### 구매전환율

- 전통 커머스 구매 전환율 0.37%
- 소셜 커머스 구매 전환율 6~10%
- **상위 라이브 커머스 구매 전환율 20%**

자료: 아이리서치 시작조사업체

출처: 파이낸셜 뉴스(<https://www.fnnews.com/news/202112051808008098>)

### 네이버 쇼핑라이브

#### 누적 시청 1억 뷰 돌파...네이버 '쇼핑라이브' 성공 비결은?

누적 콘텐츠 수 2만 건·구매자 수 100만 명  
판매자 수 7배 늘고 SME가 80% 차지

네이버는 라이브커머스 서비스인 '쇼핑라이브'가 출시된 지 6개월 만에 누적 시청 횟수 1억 회를 돌파하고, 누적 구매자가 약 100만 명에 도달했다고 19일 밝혔다.

지난해 7월 30일 정식 출시한 네이버 쇼핑라이브는 스마트폰 하나로 시공간이나 비용 제약 없이 누구나 편리하게 라이브 커머스를 진행할 수 있다는 장점 덕분에 빠르게 성장하고 있다. 누적 시청 횟수가 지난해 10월 3,000만 회, 11월 4,500만 회, 12월 7,000만 회를 달성한 데 이어 한 달도 채 되지 않아 누적 시청 1억 회를 돌파했다.

출처: 조선경제

### 쿠팡 라이브

#### 쿠팡, 라이브커머스 본격 가동... 네이버·카카오와 경쟁 관심 집중

네이버와 카카오가 먼저 진출해 자리잡은 라이브커머스 쿠팡, 최근 쿠팡라이브 앱 전면 노출하며 본격적인 라이브방송 확대 시동



출처: 디지털투데이

### LIVE 11

유통 > 채널

11번가, 유튜브 라이브 쇼핑 방송 강화...연말까지 40여 개 예정

이신혜 기자

입력 2022.11.07 09:48

URL 🔊 🔊 🔊 🔊 🔊

# LIVE11

LIVE11 로고 / 11번가 제공

11번가가 유튜브와 쇼핑 파트너십을 맺고 라이브 쇼핑 방송을 더욱 강화한다. 11번가는 '유튜브 쇼핑' 기능을 활용한 라이브 쇼핑 방송을 선보인다고 7일 밝혔다.

출처: 조선비즈

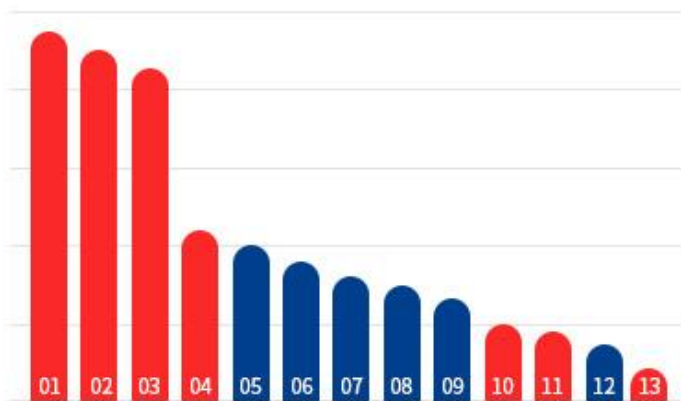
## 나. 혜택 다양화

빅데이터를 이용하여 AI가 구매 전환될 수 있는 상품 자동 추천하는 기능 제공

### AI 추천으로 높은 클릭 전환율 제공

추천 알고리즘 별 클릭 수

● AI  
● 통계



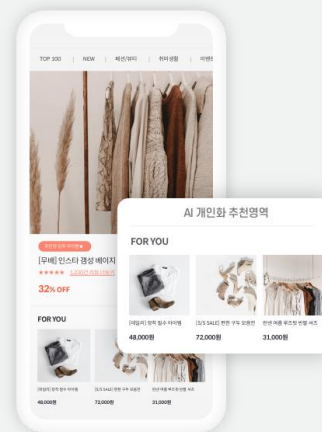
01. 유사상품
02. 함께 본 상품
03. 딥러닝 기반 다음에 볼 상품
04. 함께 담은 상품
05. 많이 구매한 상품 TOPN
06. 많이 구매한 상품TOPN
07. 많이 담은 상품 TOP N

08. 실시간 많이 본 TOP N
09. 실시간 많이 구매한 TOP N
10. 유사 취향 고객 선호 상품
11. 함께 구매한 상품
12. 주문 전환률 TOP N
13. 구매 패턴 유사 선호 상품

출처: 그로비 - AI 개인화 추천과 통계형 추천의 클릭수 비교 그래프

### ☑ 서비스형

저비용으로 빠른 도입 가능  
DB 자체 보유 불가  
커스텀 자유도 낮음



**GROOBEE AI Reco**

**Recopick**

### ☑ 구축형

DB 보유가 가능  
커스텀 자유도 높음  
초기 고비용 및 구축 기간 필요

**CRM  
시스템**

구매/활동  
데이터

↑ ↓

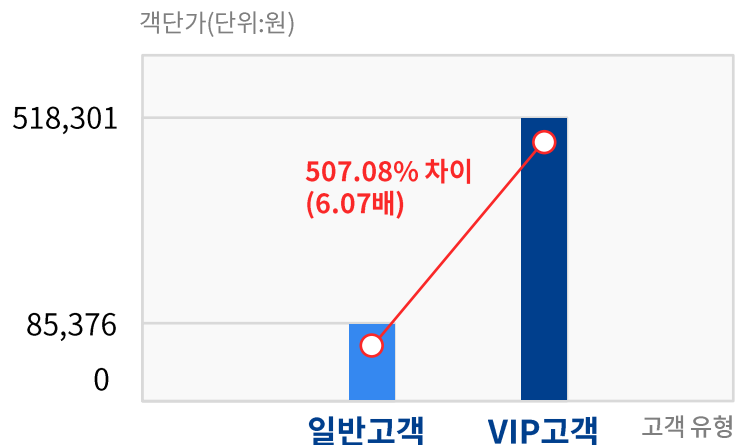
구매유력  
추천상품

**쇼핑몰**

## 나. 혜택 다양화

확률이벤트/재구매할인/사은품 지급 등으로 고객이 자사몰 방문 유도하며 고객 충성도를 높이는 혜택 제공

### VIP고객화로 매출 증대 유도



출처 : 빅위사이트·데이터 사이언스 그룹  
E-commerce Trend Report Vol.03-온라인 쇼핑물, 충성 고객의 힘

### ☑ R쇼핑몰 확률이벤트 자동 생성 기능

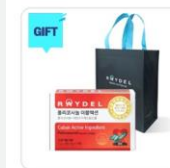


### ☑ R쇼핑몰 사은품 자동 지급 기능

#### 사은품 선택(필수)

\* 아래 사은품을 꼭 선택해 주세요.

\* 사은품은 실 결제금액에 따라 달라질 수 있습니다.



블랙프라이데이

☐ 특별 사은품

#### 결제 수단 선택

☒ 일반결제 ☐ 에스크로결제

#### 일반결제

☒ 무통장 입금 ☐ 신용카드  
☐ 계좌이체 ☐ 휴대폰결제



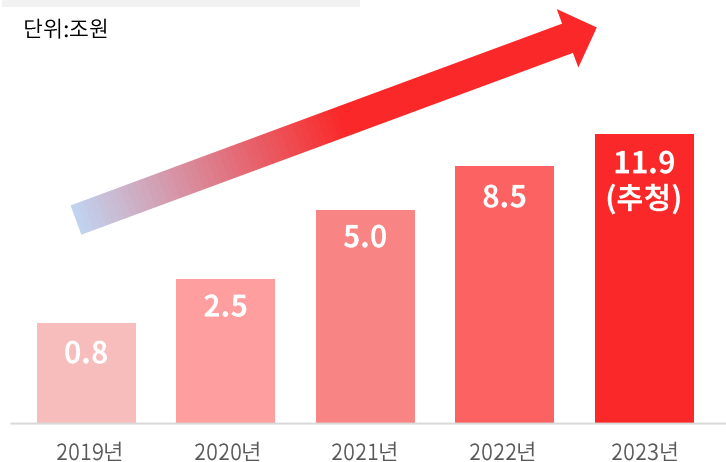
## 다. 배송의 다양화 - 새벽배송, 당일배송, 신선배송, 선물하기

고객의 취향에 맞는 배송시스템을 선택할 수 있도록 서비스 제공

### 새벽배송 시장 규모 확대

#### 국내 새벽배송 시장 규모

단위:조원



자료: 교보증권, 한국농수산식품유통공사

출처: 매일경제(<https://www.mk.co.kr/news/business/10401616>)

#### ☑ S쇼핑몰 선물하기 기능

#### ☑ A쇼핑몰 직배/택배기능

| 상품명                                                    | 수량 | 가격              |
|--------------------------------------------------------|----|-----------------|
| 상온상품(2)<br>[D] 초코무츠 초콜릿바 30g (1봉) (유통기한: 23년 2월 20일까지) | 1  | 2,300원          |
| [TC] 한성 실근약 200g                                       | 1  | 19,800원         |
| 냉동냉장상품(1)<br>[TC] 한성 해물 유부주머니 600g                     | 1  | 79,760원         |
| <b>직배송총계</b>                                           |    | <b>101,860원</b> |
| <b>총계</b>                                              |    | <b>101,860원</b> |

[장바구니로 가기](#)

## 라. 결제의 다양화 - 자체페이

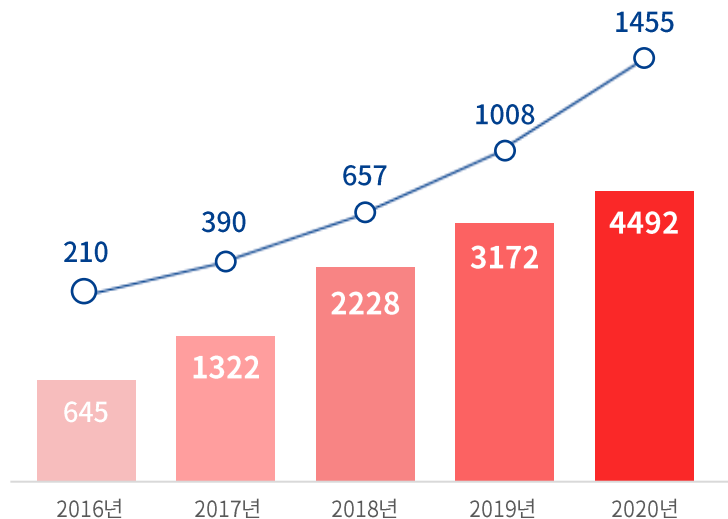
빠르고 간편한 결제 수단으로 구매 편의 제공

### 간편결제 시장 현황

#### 간편결제 서비스 이용 현황

일평균 기준

■ 이용금액(억원)  
○ 이용건수(만건)



자료: 한국은행

### ☑ S쇼핑몰 자체페이

### ☑ R쇼핑몰 자체페이

## 라. 결제의 다양화 - 정기결제, 후불결제, 렌탈결제, 여신결제

다양한 결제 수단으로 고객 자유도 높이고, 기존 오프라인 고객 서비스의 연속성을 제공

### 후불결제 서비스 현황

#### 네이버페이 '후불결제' 서비스 실적

2021년 출시 이후 12월까지 집계.

|                            |        |
|----------------------------|--------|
| 가입자                        | 27만 명  |
| 거래금액                       | 330억 원 |
| 20, 30대 가입자 비중             | 72%    |
| 금융 이력 부족한<br>'신파일러' 가입자 비중 | 18%    |

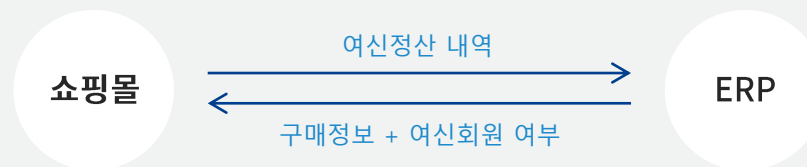
자료:네이버파이낸셜

### ☑ Z쇼핑몰 렌탈결제



### ☑ A쇼핑몰 여신결제

|      |          |          |                                                              |
|------|----------|----------|--------------------------------------------------------------|
| 영업사원 | [영업] 미지정 | 프랜차이즈브랜드 | == 선택 ==                                                     |
| 유입경로 | == 선택 == | 여신회원     | <input type="radio"/> 예 <input checked="" type="radio"/> 아니오 |



### 3. 이커머스 2023 Insight



### 3. 이커머스 2023 Insight



### 3. 이커머스 2023 Insight



—  
옴니 채널의 변화



—  
라이브커머스

### 3. 이커머스 2023 Insight



—  
옴니 채널의 변화



—  
라이브커머스



—  
구독기능 강화

### 3. 이커머스 2023 Insight



—  
옴니 채널의 변화



—  
라이브커머스



—  
구독기능 강화



—  
First Party Data

### 3. 이커머스 2023 Insight



—  
옴니 채널의 변화



—  
라이브커머스



—  
구독기능 강화



—  
First Party Data

“ 2023년은 **Data 확보**가 곧 **경쟁력**이다 ”

## 가. 옴니 채널의 변화

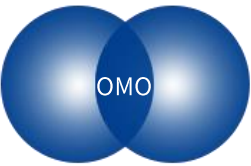
# 빅블러(Big Blur) 현상

생산자- 소비자, 소기업-대기업, 온오프라인, 제품 서비스간  
경계융화를 중심으로 산업/업종 간의 경계가 급속하게 사라지는 현상

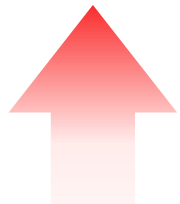
.....

디지털 기술 발전과 코로나 팬데믹 확산으로 인해 **산업 간 경계가  
허물어지는 빅블러(Big Blur) 현상이 전 세계적으로 가속화**

## 가. 옴니 채널의 변화

| 구분     | O2O                                                                                                 | OMO                                                                                                          | O4O                                                                                                                                                                                            |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 용어     |  Online to Offline |  Online Merge with Offline |  Online for Offline                                                                                         |
| 목적     | 상품 판매 향상                                                                                            | 고객 체험 및 경험 향상                                                                                                | 오프라인과 온라인 서비스를 연결시켜 시너지 효과                                                                                                                                                                     |
| 특징     | 온라인과 오프라인 연결<br>(중계 서비스, 중계 플랫폼)                                                                    | 온라인의 이상적 경험과<br>오프라인 매장의 장점을 통합한<br>서비스 및 경험 제공                                                              | 온라인에서 축적한 기업의 데이터를<br>상품 조달, 큐레이션 등에 적용해<br>오프라인 매장에서 구현                                                                                                                                       |
| 주요 서비스 | 채널 간 정보 제공<br>음식 배달, 운송 서비스                                                                         | 라이브 커머스                                                                                                      | <br>amazon go  아마존 고 |

## 나. 라이브커머스



“대형 플랫폼 활용을 넘어,

**부가서비스를 활용한 자사물과  
라이브 방송 솔루션 연동 사례 증가”**

### ☑ 실 구축사례



## 나. 라이브커머스

### ☑ NHN커머스 X 부가서비스 패키지 상품

이제 라이브커머스도 내 쇼핑물에서!

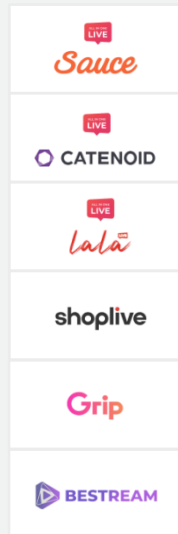
다양한 종류의 상품과 함께 하는 트렌디한 쇼핑 라이브

라이브 커머스 ALL IN ONE 패키지

다양한 혜택이 다채로운 라이브 커머스 패키지

실시간으로 고객과 소통하며 높은 구매 전환율을 경험해 보세요

방송형 라이브커머스, 자유로운 라이브 시간, 라이브는 정말 고객, 눈에 띄는 박음 상품



### ☑ 2. NHN커머스 X 아프리카TV 패키지 상품

다양한 종류의 상품과 함께 하는 트렌디한 쇼핑 라이브

아프리카TV 미디어 커머스

BJ와 함께 아프리카TV의 370만 유저에게 내 쇼핑물 상품을 효과적으로 홍보해 보세요

다 알아보기

안경 경제

NHN커머스-아프리카TV "라이브 커머스 경쟁력 강화 협력"

입력2022.10.05 10:25 | 수정2022.10.05 10:25

☆ 📌 💬 😊 가가

afreecaTV COMMERCE

'커머스 마케팅, 공동사업을 위한' '아프리카TV - NHN커머스' 업무 협약식

장시: 2022.10.05 4월(월) 14:00 아프리카TV 대회의실

Two men holding a certificate of cooperation.

## 다. 구독 모델

구독 모델 및 자체 멤버십 강화

현대인 10명 중 7명은 온라인 정기구독 서비스 '현재 이용 중'

정기구독 서비스 이용 전·후 대비 삶이 윤택해졌나요?

68%

'삶의 질이 높아졌다'

온라인 구독경제 시장 성장 요인은 무엇일까요? (중복응답)

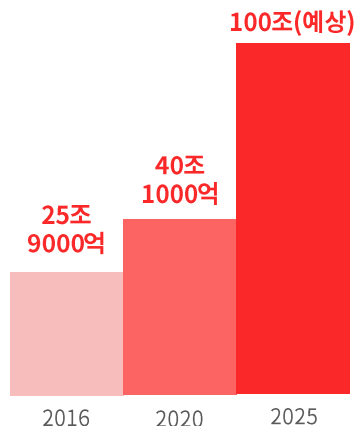
|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| 코로나로 비대면 소비·주문 문화 발전  | ... 68.7% |
| 기존 서비스보다 편의성 강화       | ... 63.9% |
| 더 합리적인 소비 가능          | ... 32.9% |
| (추천으로) 선택에 대한 고민이 줄어듦 | ... 15.2% |
| 기타 (세계적인 추세 등)        | ... 0.7%  |

출처:인크루트

충성고객 확보 후  
Lock-in

국내 구독경제 시장규모

단위:원



자료:KT경제경영연구소

### 자사몰 구독 모델(B사)



## 라. First Party Data

Third Party Data의 중단



“이용자 데이터 착취에  
기반을 둔 기업은 개혁되어야 한다.  
이용자들을 추적하지 않고도  
디지털 광고를 통해 돈을 벌 수 있다”

팀쿡 애플 CEO



“구글은 사용자의 개인정보를  
제3자에게 절대 판매하지 않을 것이며  
사용자가 자신의 정보를 사용하는  
방식을 결정하도록 할 것”

순다르 피차이 구글 CEO



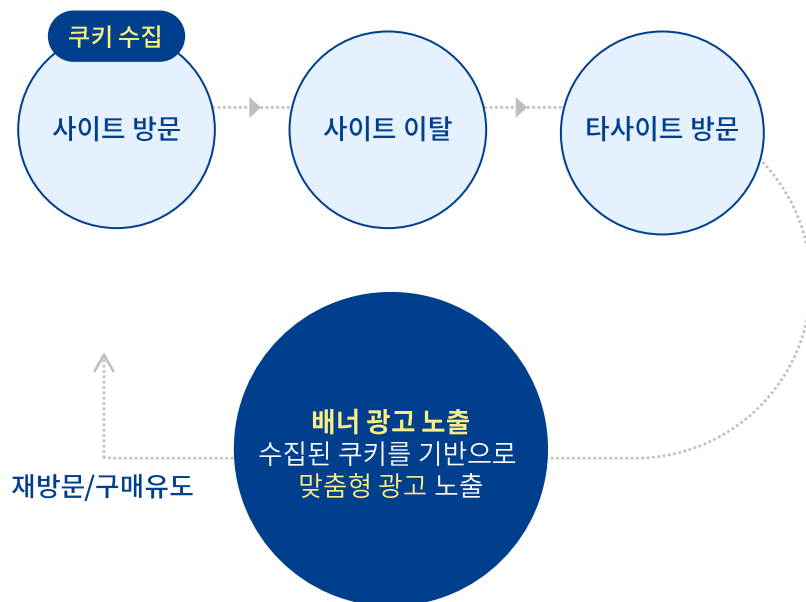
개인정보 보호 강화에 따른 **3rd Party Data** 제공 중단

## 라. First Party Data

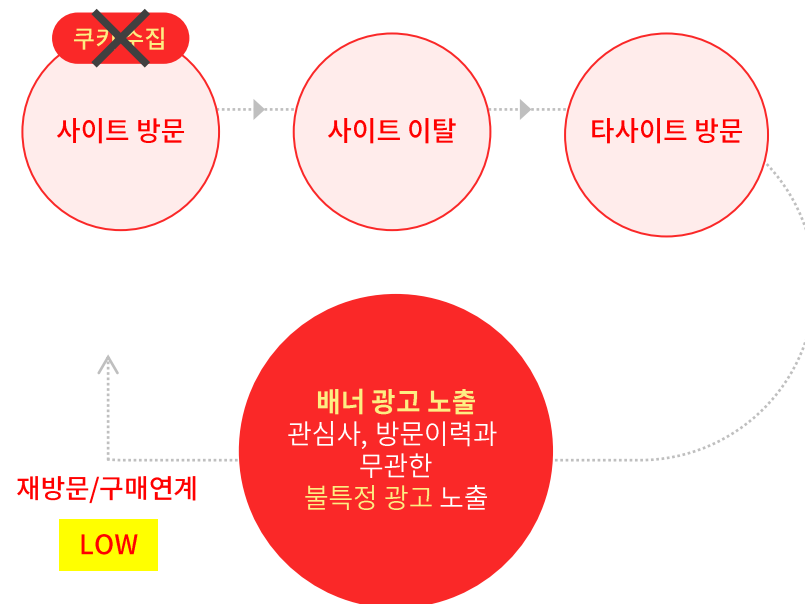
### 3rd Party Data vs 1st Party Data

- 3rd Party 쿠키를 통해 사이트 이탈자에게 맞춤형 광고로 재방문 또는 구매 유도가 가능
- 쿠키 수집이 중단되면 사용자 정보와 무관한 불특정 광고가 노출됨
- 이로 인해 이전보다 사이트 재방문율이나 상품 구매 연계가 낮아질 것으로 예측

#### As-is



#### To-be

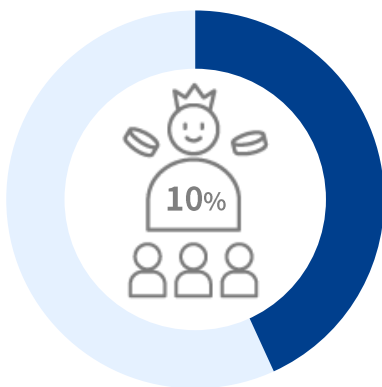


“ 퍼스트 파티 데이터의 정보 수집이 중요해짐에 따라 **자사 데이터 확보 必** ”

## 라. First Party Data

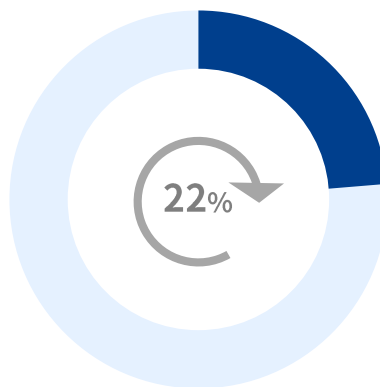
First Party Data의 중요성 = 이커머스 생존

### 현황



로알 고객 10%가  
발생시키는 매출액  
= 전체 매출액의 44%

### 문제점



국내 쇼핑몰 재구매 고객 비중 22%  
신규구매 고객 유치에 치중,  
재구매 고객 유지는 소극적

### 해결방안



자사물에 쌓인 퍼스트 파티 데이터  
→ 고객별 특성에 맞는  
개인화 서비스 제공

“이커머스의 성장을 안정적으로 가져가기 위해서는  
**재구매율**을 높이는 **전략**이 필수적”

### 3. 이커머스 2023 Insight

“ 2023년은 **Data 확보**가 곧 **경쟁력**이다 ”

### 3. 이커머스 2023 Insight

“ 2023년은 **Data 확보**가 곧 **경쟁력**이다 ”

.....

“ **Data 잘 활용**하는 것이 곧 **생존**이다 ”

### 3. 이커머스 2023 Insight

이커머스 APP STORE



Kollus Live Commerce  
(콜러스 라이브커머스)  
다양한 상품과 서비스를 실시간으로 제공하는 라이브 커머스 플랫폼입니다.  
Detail More



카카오 싱크  
Detail More



이벤트 제작 서비스 디프로모션  
Detail More

쇼핑몰 운영에 꼭 필요한 앱부터  
구매 증대와 운영 편의를 위한 앱까지

"고객 맞춤형 마케팅"을  
커스터마이징 할 수 있는  
광고 캠페인 관리 앱

"소셜을 통해 고객 유치"를  
API로 무한 확장하는  
NIHN커머스 WORKSPACE  
API 전체 보기

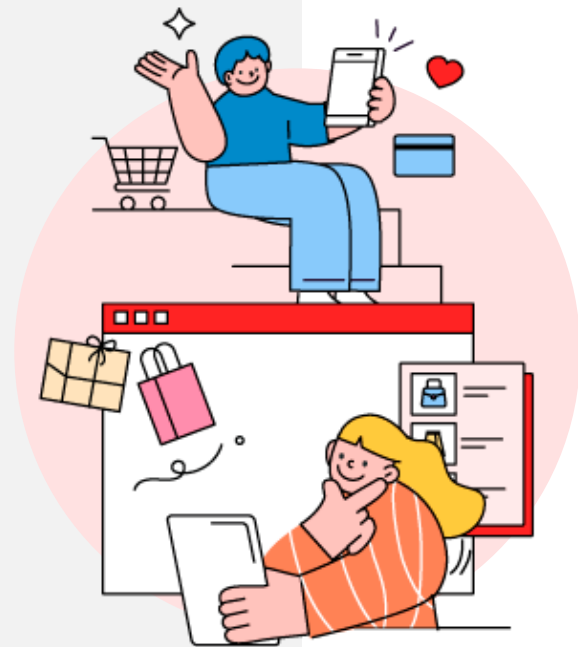
콜러스 라이브 커머스  
가시화 커머스 데이터를 일괄 관리할 수 있는  
다양한 커머스  
이벤트/프로모션

이벤트 제작 서비스 디프로모션  
다양한 이벤트를 기획하고 운영할 수 있는  
이벤트 제작 서비스 디프로모션

설치하기 클릭 한번으로  
쉽고 간편하게 쇼핑몰을 관리하세요




“3rd Party의 CRM / ERP 등  
플랫폼과 쇼핑몰 솔루션 연동을 통한 데이터 활용 필요”



Thank you

## 세션 2.

# 마이크로소프트 플랫폼 기반의 이커머스 운영 효율 개선

삼성KPMG 이혜주 부장



# 1. 이커머스 운영의 Pain Point



# 1. 이커머스 운영의 Pain Point

온라인 비즈니스의 확장으로 대량의 상품정보 및 주문에 대한 체계적인 관리가 요구되며 빅데이터 기반의 마케팅 인사이트를 제공하는 신기술에 대한 관심이 커지고 있습니다.

## Pain Point

## Why?

### 01. 외부 이커머스몰 상품정보 관리

- 판매 상품의 수가 계속 늘어남
- 이커머스몰 내 통일된 상품정보 관리를 위한 시간과 비용 소요

### 02. 주문정보 취합 및 적정재고 유지

- 실시간으로 외부몰의 주문 정보 취합 및 배송 필요
- 트렌드 및 높은 반품율을 고려한 자사 적정재고 수준 파악 어려움

### 03. 축적된 고객 정보를 활용한 마케팅 활동

- 고객정보 통합 관리 및 빅데이터 기반의 마케팅 활동 필요
- 자사몰 내 개인화된 마케팅 제공 필요

## 1. 이커머스 운영의 Pain Point

자사몰 및 외부 이커머스몰에서 발생하는 상품 매출의 실시간 모니터링과 채널별 정산관리가 요구되며 다차원의 수익성 분석을 통해 신속한 의사결정을 지원해야 합니다.

### Pain Point

### Why?

#### 04. 채널별 매출/매입 집계 및 정산 관리

- 매출의 원천이 다양함 (이커머스몰, 카드사, PG사, 개인 등)
- 수금 건수가 많고, 개별 수금 여부 확인 어려움

#### 05. 상품별 매출 및 수익성 다차원 분석

- 실시간 매출 트렌드 및 판매 실적 취합 정합성 부족
- 채널별 상품별 수익성 분석 한계

## 2. 마이크로소프트 이커머스 아키텍처



## 2. 마이크로소프트 이커머스 아키텍처

클라우드 기반의 Dynamics 365 ERP는 이커머스 비즈니스에 특화된 옴니채널 공급망 관리와 재무 관리를 지원하며 Power Platform을 통한 조직의 생산성 향상 및 Customer Insight를 제공합니다.

### Pain Point

01.

외부 이커머스를 상품정보 관리

02.

주문정보 취합 및 적정재고 유지

03.

축적된 고객 정보를 활용한 마케팅 활동

04.

채널별 매출/매입 집계 및 정산 관리

05.

상품별 매출 및 수익성 다차원 분석

### 이커머스 아키텍처

#### ERP (공급망, 재무) 1



Finance (재무 관리) 4 5



Supply Chain Management (공급망 관리) 2



Intelligent Order Management (주문 관리) 2

#### Power Platform (생산성 제고)



Power BI (비즈니스 분석) 1 5



Power Apps (앱 생성) 4



Power Automate (프로세스 자동화) 4

#### CRM / Analytics (고객 관리)



Customer Insights (고객 인사이트) 3

1) Enterprise Resource Management : 전사적 자원관리 시스템

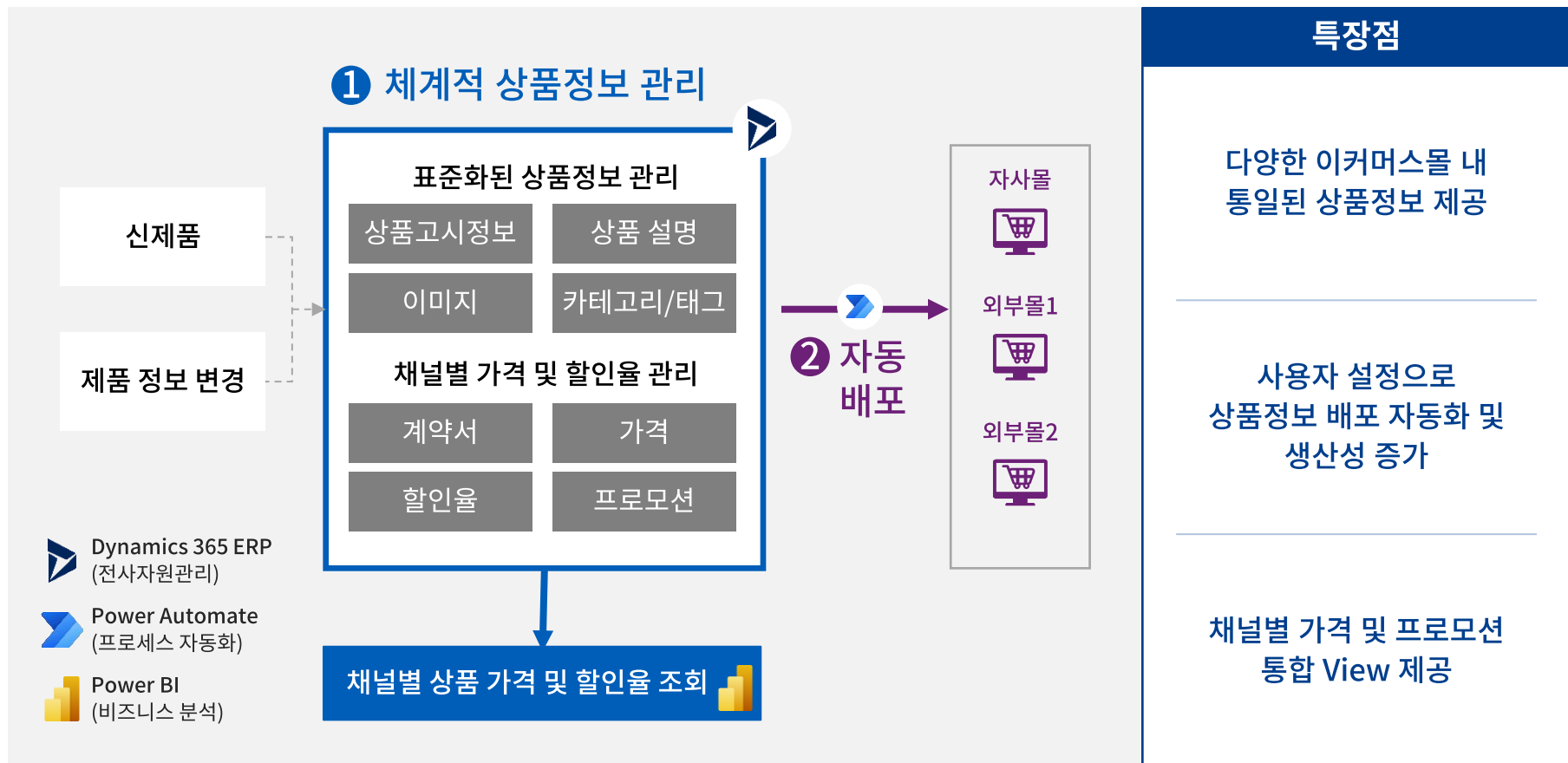
2) Customer Relationship Management : 고객 관계 관리

### 3. 마이크로소프트 솔루션 소개



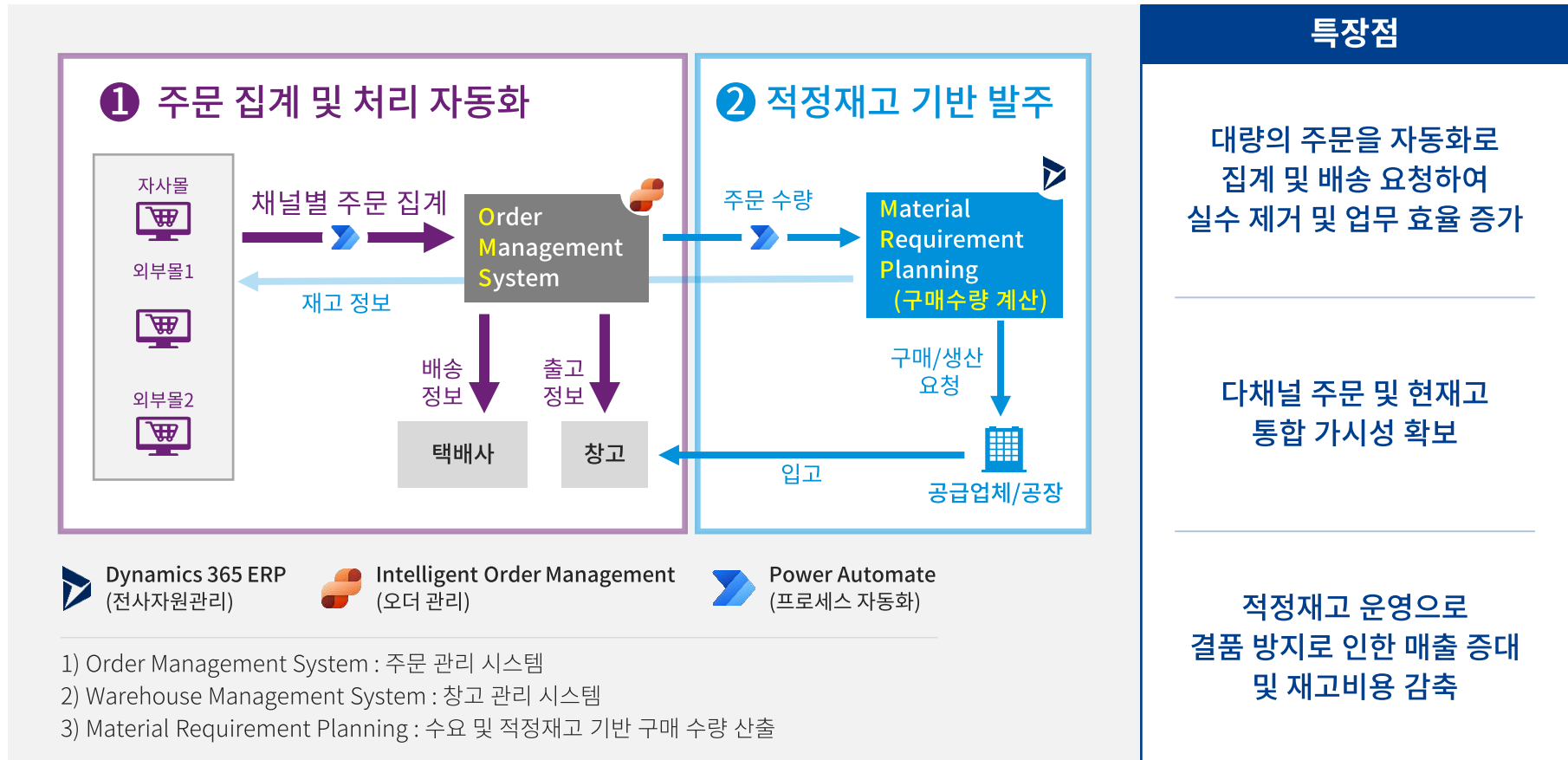
### 3. 마이크로소프트 솔루션 소개 > ① 외부 이커머스몰 상품정보 관리

Dynamics 365 ERP는 다차원의 상품정보를 체계적으로 관리하며 Power Automate를 통해 상품정보를 외부 이커머스몰로 자동으로 전송하여 통일된 상품정보를 손쉽게 관리합니다.



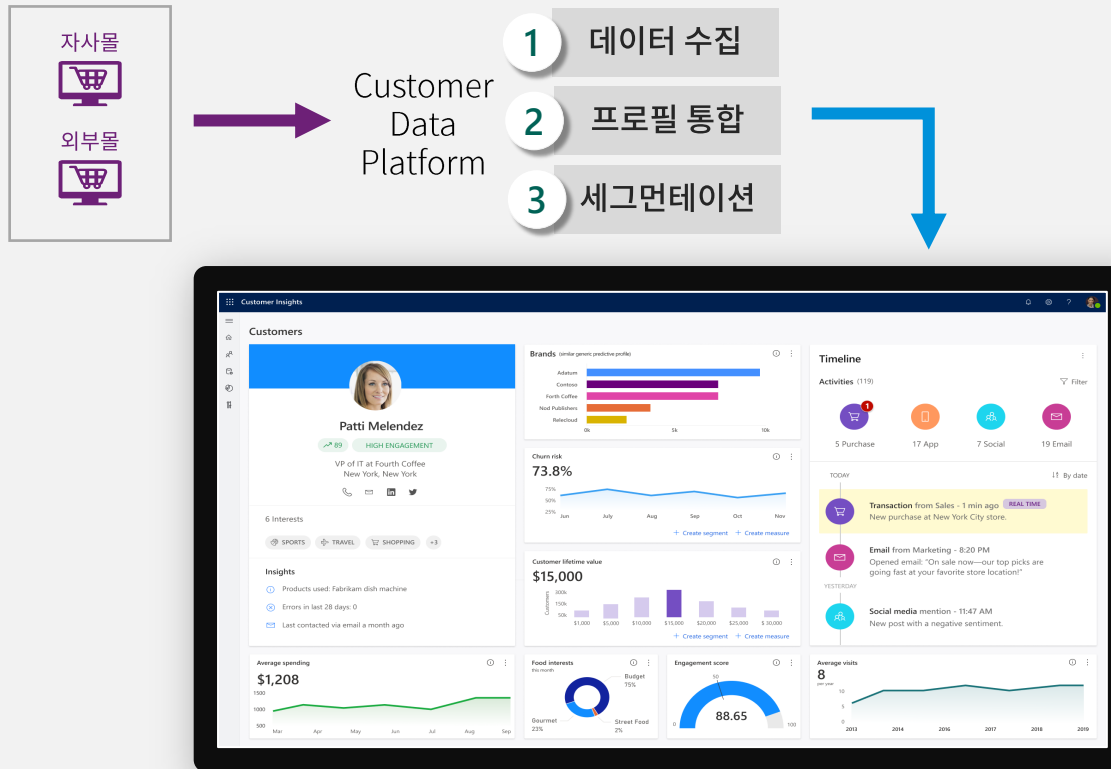
### 3. 마이크로소프트 솔루션 소개 > ② 주문정보 취합 및 적정재고 유지

Power Automate을 통해 개발자 없이 설정만으로 외부몰의 주문을 빠르고 정확하게 집계하고, Dynamics 365 ERP는 실시간 주문 및 반품을 고려해 적정한 구매 수량을 제안합니다.



### 3. 마이크로소프트 솔루션 소개 > ③ 고객정보 활용 인사이트

자사몰과 외부몰의 고객 정보를 통합하여 고객에 대한 완전한 인사이트를 제공함으로써 고객 경험을 개선하고, 캠페인 성과 향상 및 기존 고객에 대한 매출을 증대합니다.



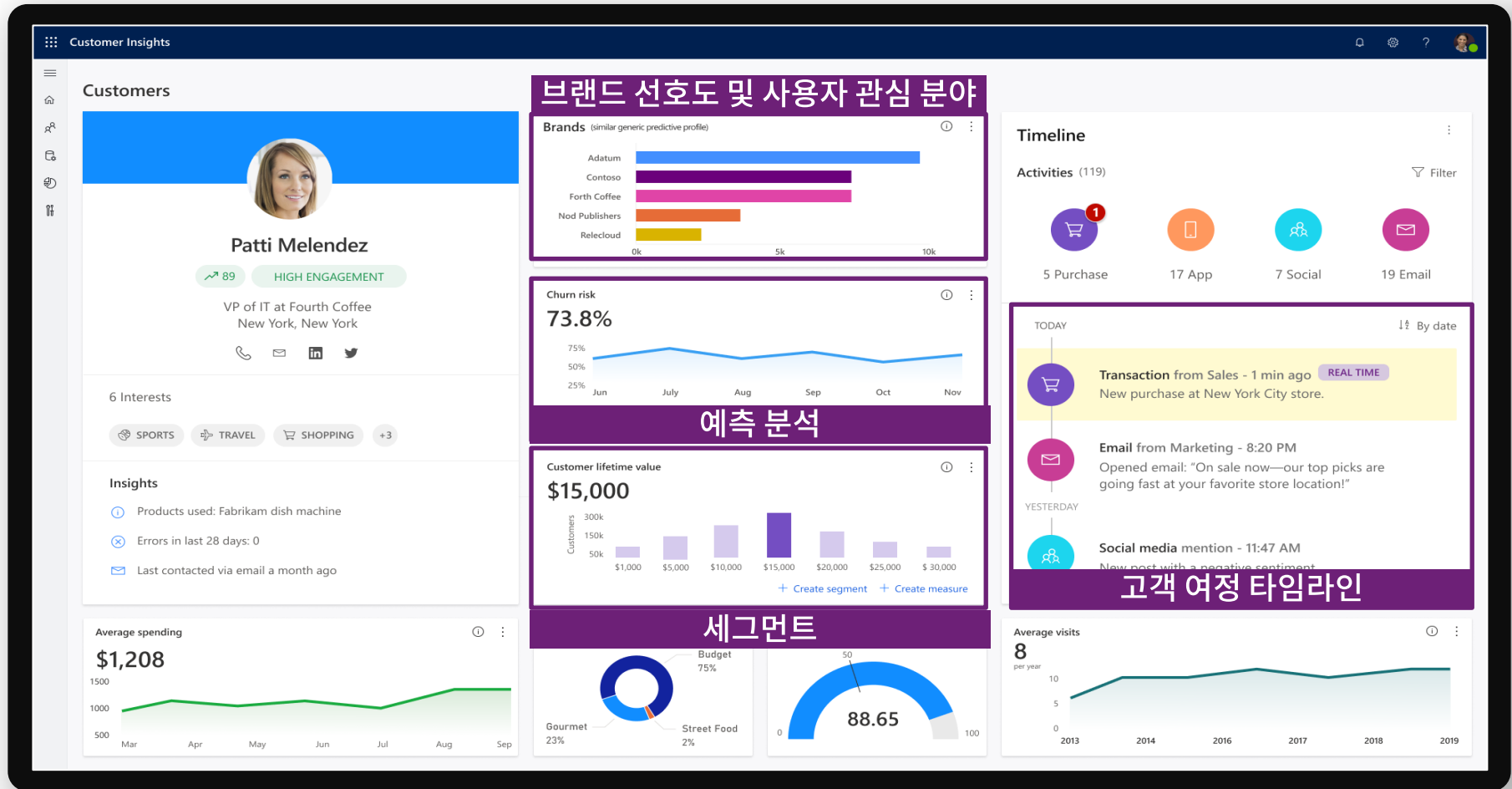
#### 특장점

고객에 대한  
완전한 360° view 확보로  
인사이트 확보 시간 단축

옴니 채널 고객 경험 관리 및  
고객 경험 개선

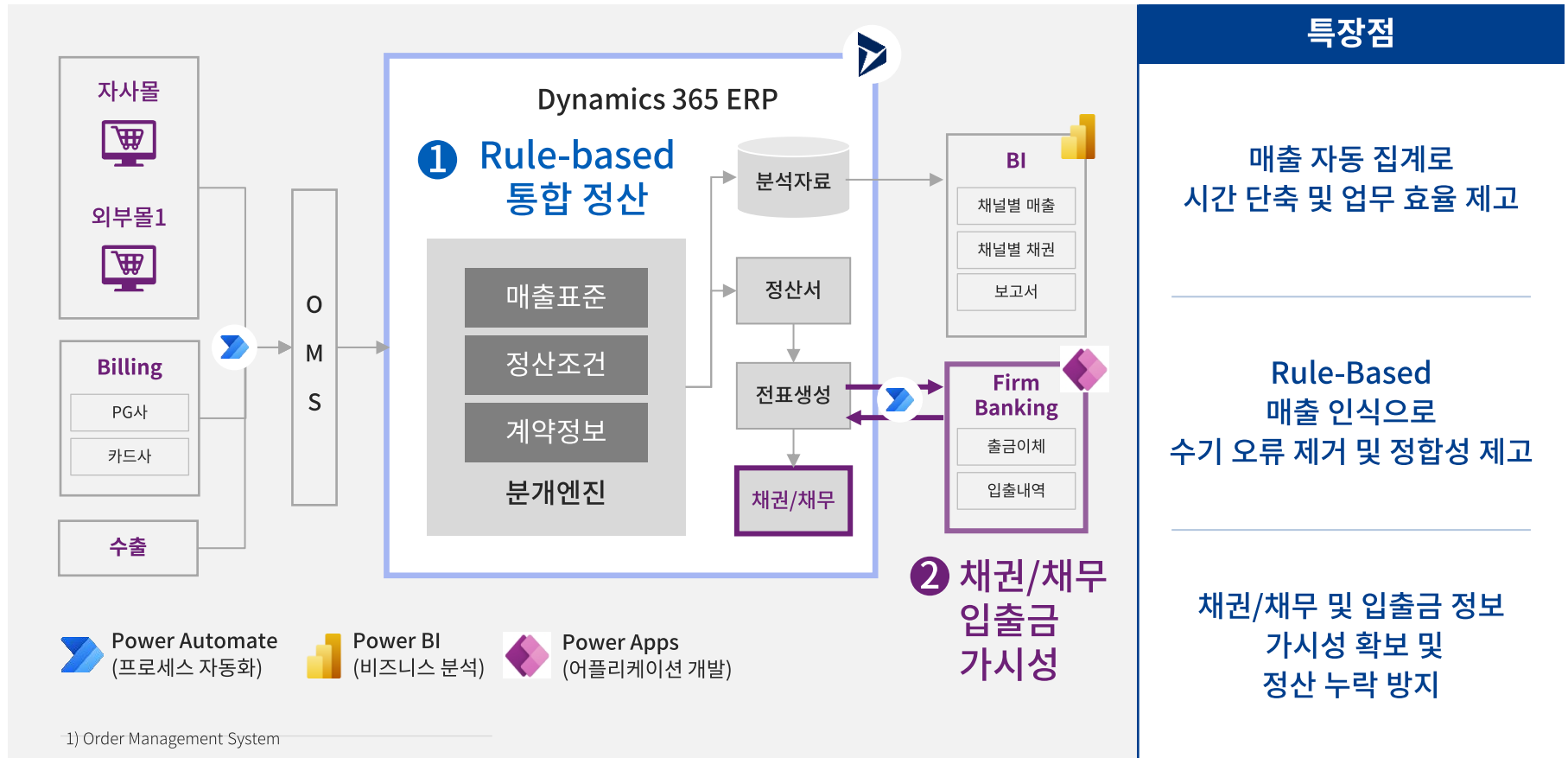
캠페인 성과 향상 및  
기존 고객에 대한  
Cross/Up sell 증대

### 3. 마이크로소프트 솔루션 소개 > ③ 고객정보 활용 인사이트



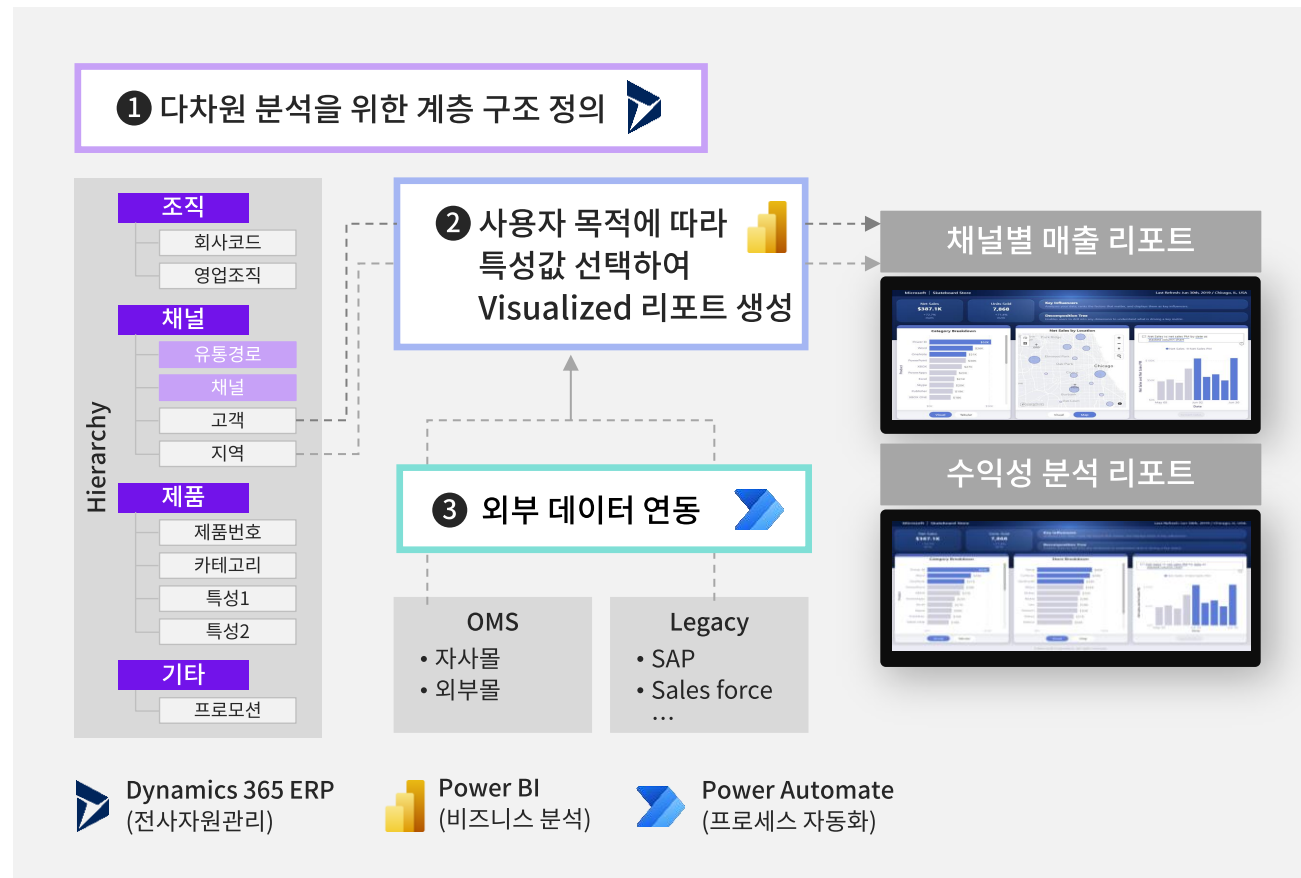
### 3. 마이크로소프트 솔루션 소개 > ④ 채널별 매출 집계 및 입출금 정산

Dynamics 365 ERP는 Rule 기반으로 매출 인식의 정확성을 제고하고, 사용자는 Power Apps를 통해 Firm Banking 연동 앱을 생성하여 전표 기반 입출금 처리 및 정산 누락을 방지합니다.



### 3. 마이크로소프트 솔루션 소개 > ⑤ 상품별 매출 및 수익성 다차원 분석

수익성 분석에 필요한 계층 구조를 Dynamics 365 ERP에 정의하여 사용자가 목적에 따라 개발자의 도움 없이 Visualized 된 리포트를 생성하고, 다차원으로 매출 및 수익성을 분석합니다.



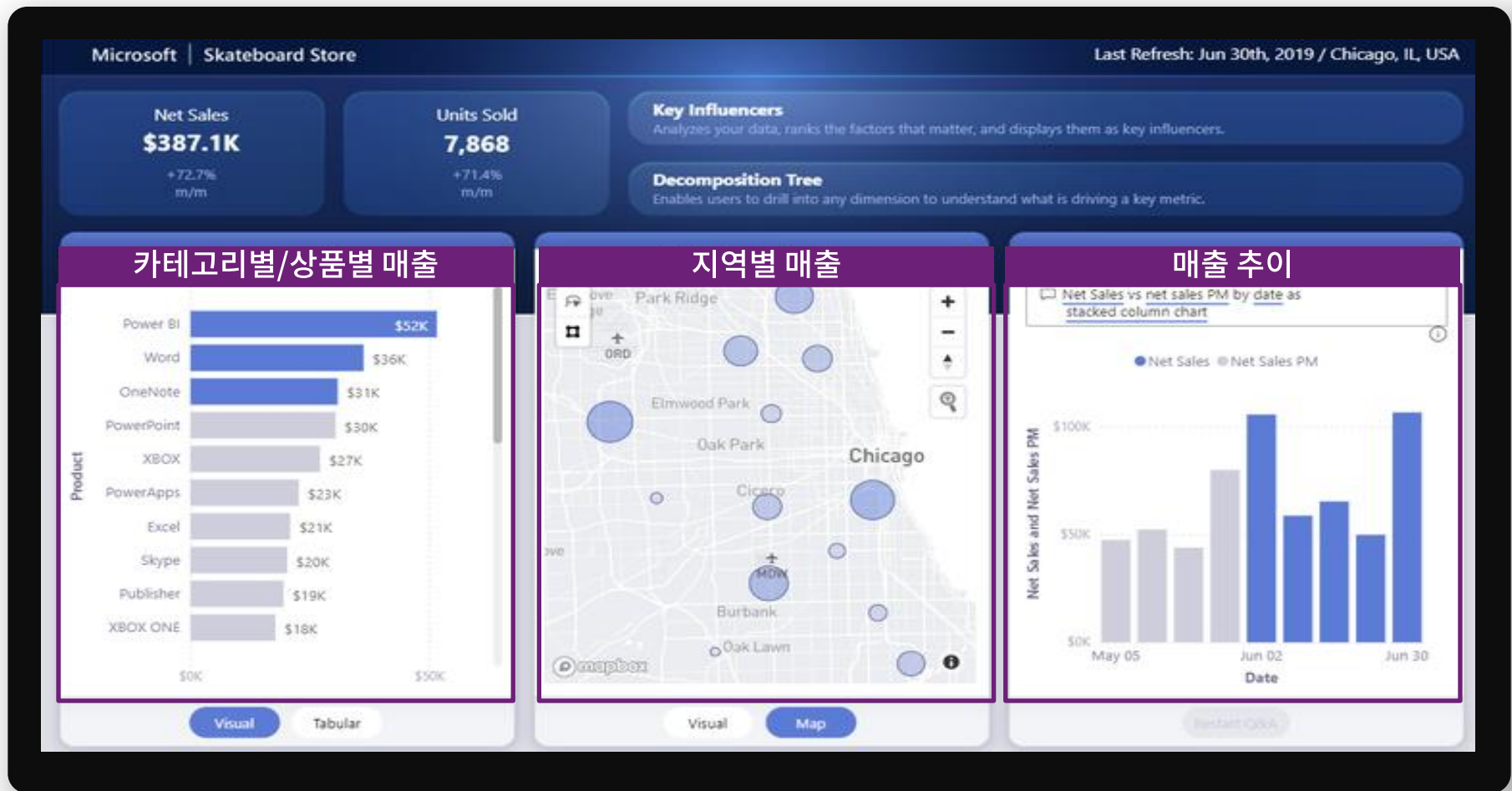
#### 특장점

사용자가 손쉽게  
Visualized 된 리포트 생성 및  
분석에 더 많은 시간 할애

다차원 수익성 분석으로  
의사결정 지원

시스템간 데이터 연동 및  
확장성

### 3. 마이크로소프트 솔루션 소개 > ⑤ 상품별 매출 및 수익성 다차원 분석



## 4. 사례 소개

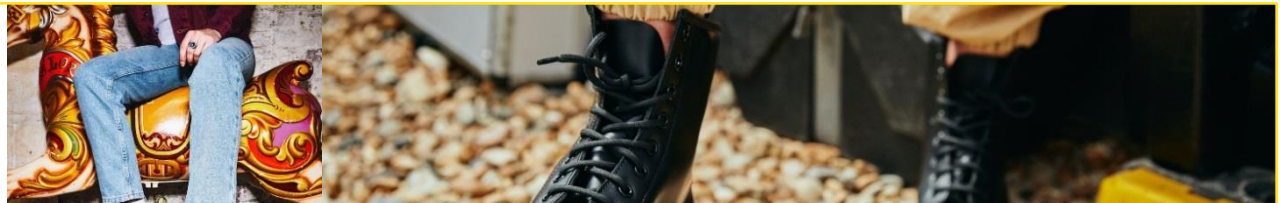


## 4. 사례 소개 > 닥터 마틴

On/Off-line 통합 옴니채널을 구축하여 고객경험을 향상시키고 End-to-End 운영 프로세스를 통합 운영효율 개선을 통해서 신속하고 효율적으로 운영하게 되었습니다.



|                                                                                                                                                                                                    |              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 산업                                                                                                                                                                                                 | 패션           |
| 규모                                                                                                                                                                                                 | 직원수 10,000+  |
| 국가                                                                                                                                                                                                 | 영국, 북미, APAC |
| <b>솔루션</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Microsoft Dynamics 365 Commerce</li> <li>• Microsoft Dynamics 365 Finance</li> <li>• Microsoft Dynamics 365 Supply Chain Management</li> </ul> |              |



“Microsoft Dynamics 365는 고객에게 온라인 구매, 매장 판매를 통합한 옴니채널을 구축한 동시, 전 세계의 직원들이 보다 현명하고 정확한 결정을 내릴 수 있도록 지원합니다.”

- Jackie Reid, Program Lead, Project Reboot, Dr. Martens

### About Customer

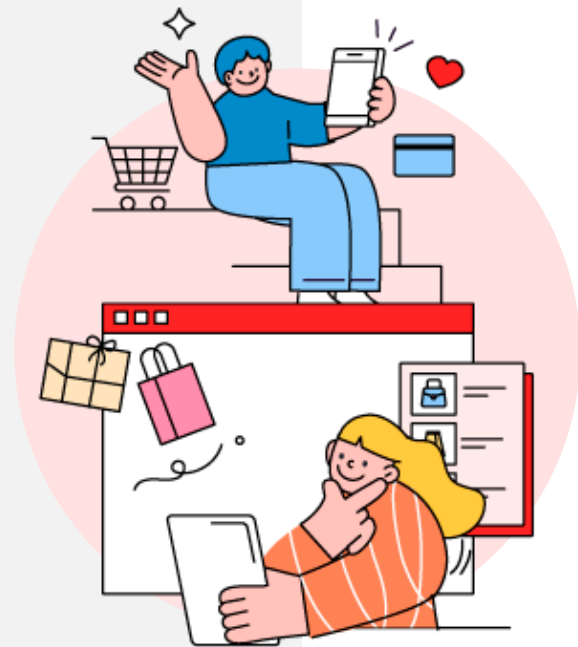
- 1947년 설립된 영국의 상징적인 신발 브랜드
- 전 세계적으로 100 개 이상의 매장 보유

### Business Challenge

- 젊은 소비자 요구에 맞는 소매 및 전자상거래 진화를 통한 성장 필요
- 비즈니스 성장을 위한 도구로 End-to-End 통합 리테일 솔루션 필요

### Impact

- On/Off-line 통합 구매 통한 고객 경험 향상
- 빠르고 정확한 비즈니스 가시성 확보로 더 나은 의사결정 지원
- 리포트 작성 시간 감소 및 데이터 분석 시간 증가
- 매장 및 채널 별 재고관리 자동화를 통한 재고 보충으로 리드타임 감소



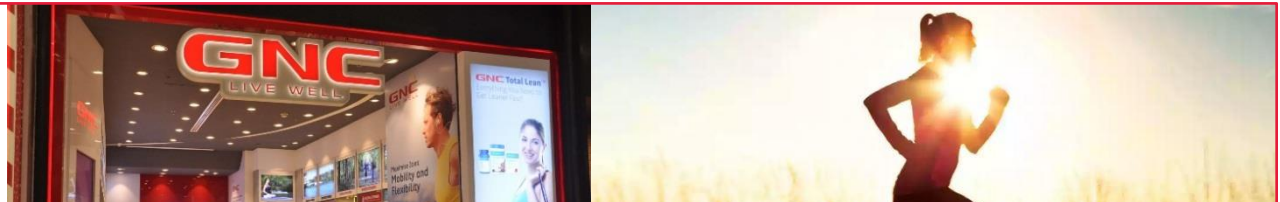
Thank you

## 4. 사례 소개 > GNC Live Well

2,500만명의 회원 정보를 통합하여 고객에게 고도로 개인화된 웰빙 여정 및 일관성 있는 경험을 제공할 수 있었으며 공급망 관리를 통해 재고 관리 효율성을 향상시켰습니다.



|     |                                                                                                                                                     |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 산업  | Retailers                                                                                                                                           |
| 규모  | 직원수 10,000+                                                                                                                                         |
| 국가  | 미국                                                                                                                                                  |
| 솔루션 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Azure</li> <li>• Dynamics 365 Customer Insights</li> <li>• Dynamics 365 Supply Chain Management</li> </ul> |



“우리는 AI 기능을 사용하여 고객 세그먼트를 더 잘 정의하고 모든 고객이 적시에 올바른 커뮤니케이션을 얻을 수 있도록 합니다.”

- Lauren Mannetti, Vice President, Marketing, GNC

### About Customer

- 1935년 설립
- 웰빙 건강식품 제조 및 판매
- 7,300 개 이상의 소매점
- 2,500 만 이상의 멤버십 회원

### Business Challenge

- COVID19 으로 어려워진 비즈니스를 혁신을 위해 고객을 최우선으로 하는 기술 필요
- 고객을 더 잘 이해하여 개인의 웰빙 여정 발걸음을 도와줄 IT 도구가 필요
- 이기종의 다양한 소스에서 고객 정보 통합

### Impact

- 다양한 소스로부터 myGNC Rewards 의 2,500 만 회원의 단일 회원 정보 통합 및 고도의 개별화
- 웰빙 여정에 맞춘 고도로 개인화된 경험 제공
- 일관되고 관련성 있는 옴니채널 경험 제공
- 창고 및 재고 관리 효율성 향상

## 4. 사례 소개 > 코카콜라 유나이티드

전문 개발지식이 없이 개발가능한 Low-Code 어플리케이션을 도입하여 사용자의 의도대로 손쉽게 앱을 개발하여 변화하는 비즈니스 요구사항에 민첩하게 대응하게 되었습니다.



|    |             |
|----|-------------|
| 산업 | 소비재         |
| 규모 | 직원수 10,000+ |
| 국가 | 미국          |

### 솔루션

- Power Apps
- Power Automate
- Power Virtual Agents
- Azure DevOps
- Azure Key Vault
- Azure Logic Apps



“장비, 프로세스 및 앱을 지속적으로 업그레이드 하고 있습니다.  
Power Platform 은 구축이 매우 쉽기 때문에 변화하는 요구사항을 충족하는 것도 더 쉽습니다.”

- Jared Simmons, Systems Analyst, Coca-Cola United

### About Customer

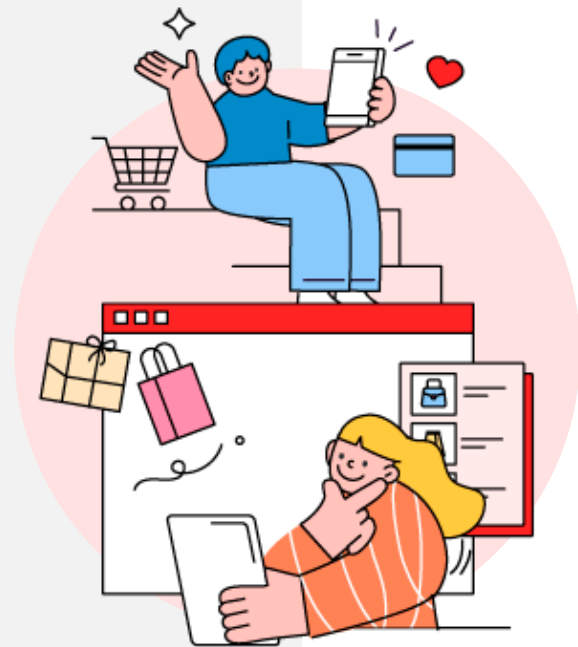
- 미국 최대의 코카콜라 Bottling 및 유통 비즈니스
- 2010년대 후반 4년 동안 빠른 비즈니스 성장
  - 영업센터: 18 → 54
  - 판매: 58m case → 205m case
  - 직원: 3,000명 → 10,000명 이상

### Business Challenge

- 급속한 비즈니스 확장에 따른 수동 프로세스 효율성 저하
- 부족한 개발자로 인해 자동화 구현 지연
- 끊임없이 변화하는 코딩 플랫폼 적응에 많은 노력 필요

### Impact

- 전문 개발자+시민개발자 팀 구성으로 시너지
- Power Platform + Azure 통합: SAP 와 연동한 다양한 프로세스 자동화를 효율적으로 구축
- 재고 검증시간 단축
- 획기적인 인건비 절감
- 고객 만족도 향상



Thank you

## 세션 3.

## Q&A

\*실시간 댓글창으로 질의응답 진행



# 오늘 웨비나에 참석해주셔서 대단히 감사합니다.

웨비나 시청 후 솔루션을 도입하는 분들께 특별한 혜택을 드립니다.  
추가 문의는 아래 메일로 연락 바랍니다.



NHN  
COMMERCE

쇼핑몰 운영을 위한 100만원 상당의 베네피트 제공  
[dl\\_haedream\\_official@nhn-commerce.com](mailto:dl_haedream_official@nhn-commerce.com)

삼성 KPMG

Dynamics 365 컨설팅 Promotion 혜택  
[hyejulee@kr.kpmg.com](mailto:hyejulee@kr.kpmg.com)

Microsoft

MS Teams 안에서 전자결재/근태관리/조직도까지,  
그룹웨어 'Gitgo' 1년 무상제공  
[sunny.yoon@spintech.co.kr](mailto:sunny.yoon@spintech.co.kr)