



차세대 소매유통 업을 위한 전략

오늘날의 소매업 환경에 적응하고 번창하기
위한 현대적 접근 방식



목차

- 3 서문
- 5 1장: 식료품점
- 7 2장: 전문점 및 명품 매장
- 9 3장: 편의점
- 11 4장: 대형 매장
- 13 5장: 패스트푸드점
- 15 6장: 소비재
- 17 결론



인사이트를 극대화하여 소매업의 가장 큰 문제를 해결하세요

가장 성공적인 소매업체는 경쟁력과 수익성을 높이는 데 도움이 되는 새로운 기술에 적응하고 있습니다. 매장에 직원을 배치하고, 진열대에 재고를 채우고, 원활한 옴니채널 쇼핑 경험을 형성하고자 할 때, 많은 소매업체는 격차를 해소하는데 도움이 되는 기술 솔루션을 찾습니다. 노동력 부족, 이익 마진 감소, 물리적 경험과 디지털 경험을 연결하려는 지속적인 노력이 필요한 오늘날 특히 그렇습니다.

“ 연구에 따르면 소프트웨어에 막대한 투자를 하는 소비자 및 소매업체는 동종 업체를 능가합니다. 성숙한 기술 운영 모델을 갖춘 기업은 기존 운영 모델을 뛰어넘습니다...”

McKinsey



오늘날 소매업의 가장 큰 과제

- 고객 지출 장려** > 가격 인플레이션, 지정학적 문제, 대량 해고 및 기타 문제와 같은 경제적 우려로 많은 고객이 예산을 긴축하고 소매업체의 이익 마진에 더 많은 압박을 가하고 있습니다.
- 생산적이고 만족스러운 인력 유지** > 인력 부족 문제는 항상 업무량을 관리할 수 없는 소규모 팀에 더 큰 부담을 주어 직원 이직률을 높이고 잠재적으로 고객에게 부정적인 쇼핑 경험을 제공합니다.
- 예측할 수 없는 시장에서의 성장 계획** > 트렌드는 빠르게 변하는데, 공급망이 항상 따라갈 수는 없습니다. 많은 소매업체가 인기 있는 품목을 선반에 보관하기 위해 고군분투하기 때문에 고객은 필요한 것을 얻기 위해 다른 소매업체를 찾습니다.
- 고객의 요구와 행동 이해** > 대부분의 소매업체는 고객을 더 잘 이해하는 데 필요한 데이터를 보유하고 있지만, 해당 데이터를 신속하게 분석하고 최적화에 필요한 실행 가능 인사이트로 전환할 수 있는 방법이 부족합니다.



이 eBook에서는 소매유통업 및 소비재 분야의 리더가 데이터를 극대화하고 고유한 요구 사항에 적합한 기술 기능을 통합하여 업계의 가장 큰 과제 중 일부를 해결할 수 있는 방법을 살펴봅니다.

식료품점

주요 과제: 인플레이션, 비용 상승, 인력 부족

간소화된 운영으로 인플레이션의 영향을 상쇄합니다

식료품 쇼핑 습관은 지난 몇 년 동안 대대적인 개편을 거쳤습니다. 인플레이션이 쇼핑객의 최우선 관심사가 됨에 따라 식료품점 소매업체는 고객에게 편안한 가격으로 가격을 유지할 수 있도록 운영을 보다 간결하고 효율적으로 만들고자 합니다. 또한 많은 사람들이 더 적은 인력으로 일상적인 작업을 더 쉽게 관리할 수 있도록 하여 직원 이직률을 줄이기를 원합니다.

클라우드 기술 솔루션은 통로, 컴퓨터 또는 모바일 장치에서 쇼핑객을 위해 보다 편리하고 합리적인 쇼핑 경험을 제공할 수 있는 많은 기회를 제공합니다. 이러한 방식으로 식료품점 소매업체는 고객 가격을 최적화하는 동시에 이익 마진을 높일 수 있습니다. 또한 기술 솔루션은 직원의 업무량을 줄여 작업자가 일상 업무를 수행하는데 걸리는 시간을 줄이고, 누가 무엇을 하고 있는지 추적하기 위해 화이트보드와 클립보드에 의존하지 않아도 되도록 도와줍니다.

식료품 소매업체를 위한 기술 혁신 전략:

- ▶ 작업 관리 솔루션으로 **일상 업무를 간소화**하여 일상적인 작업을 수행하고 보고하는 데 드는 시간과 노력을 줄입니다.
- ▶ 매장 운영 지원 애플리케이션 템플릿 과 같은 **매장 내 지원 기술**을 통합하여 쇼핑객에게 풍부한 지식으로 신속하게 지원합니다.
- ▶ 구매 내역을 기반으로 하는 **AI 기반 추천**을 사용하여 온라인 식료품 쇼핑객에게 필요한 품목을 빠르게 안내합니다.
- ▶ 클라우드에서 **데이터 분석**을 사용하여 고객의 예산 책정 "최적 지점"에 해당하는 경쟁력 있는 가격을 설정합니다.



가장 성공적인 식료품 업체는 고객을 유치하고, 참여를 유도하고, 유지하고, 가치를 제공하기 위해 개인화 및 옴니채널 기능에 계속 투자할 것입니다."

McKinsey¹

¹The state of grocery in North America 2023 | McKinsey

고객 사례: Profi

Profi는 1,645개 이상의 매장과 28,000명 이상의 직원을 보유한 빠르게 성장하는 식료품 소매업체입니다. 매장 내 작업 관리에는 일선 직원이 사무실 컴퓨터에서 작업을 확인하고 현장에서 해당 작업을 실행한 다음 보고를 위해 사무실로 돌아가는 등 왔다 갔다 이동하는 작업이 많았습니다.

이 회사는 Microsoft Power Apps를 사용하여 이러한 작업자의 작업 관리를 간소화하고 소모적인 이동을 없애는 솔루션을 구축했습니다. 관리자는 쉽게 작업을 할당하고 진행 상황을 추적하여 팀원의 시간을 매일 최소 30분 이상 절약할 수 있습니다.



AI 기반 전략적 인텔리전스

Microsoft 파트너인 TCS Optumera™는 지역 이벤트, 경쟁, 날씨, 수요, 인구 통계, 쇼핑 행동 등과 같은 1,000개 이상의 매개변수를 분석하여 소매업체가 이익 마진을 개선하고 비용을 절감하는 가치 사슬 머천다이징 및 공급망 결정을 내릴 수 있도록 지원하는 [전략적 AI 기반 플랫폼](#)을 개발했습니다.

다음 단계

매장 운영 지원 애플리케이션 템플릿이 어떻게 작업자의 역량을 강화하고 일상적인 효율성을 높이는지 알아보세요.

[더 많은 내용 알아보기 >](#)

전문점 및 명품 매장

주요 과제: 하이브리드 쇼핑, 재고 관리, 고객 참여

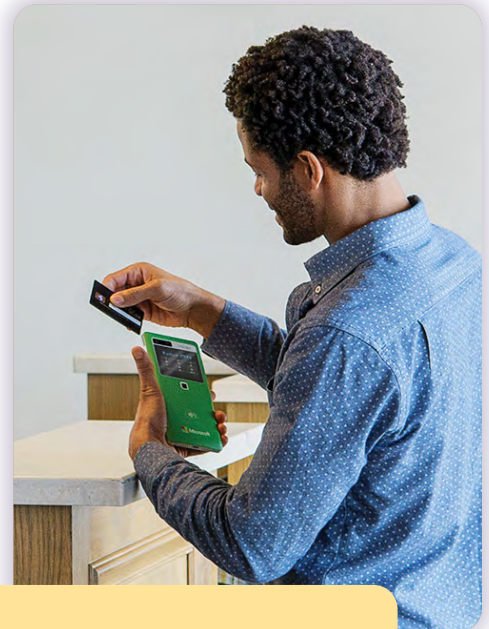
충성도 높은 고객에게 그들이 여러분에게 관심을 기울이는 만큼 당신도 그들에게 관심을 기울인다는 것을 보여주세요

명품 및 전문 소매업체는 강력한 고객 관계를 통해 장기적인 충성도와 수익성 있는 성장을 주도합니다. 이커머스가 부상하면서 명품 브랜드 쇼핑객은 점점 더 하이브리드로 변하고 있으며, 명품 구매의 70%는 온라인 상호작용의 영향을 받지만, 거래의 75%는 매장에서 이루어집니다.² 소셜 미디어에서 좋아하는 브랜드의 신제품을 홍보하는 연예인을 보면 매장에 들어가서 같은 제품을 찾을 수 있기를 기대합니다. 명품 소매업체는 고객이 온라인에서 매료된 품목을 직접 구매할 수 있도록 하여 수요 창출에서 거래에 이르기까지 원활히 연결하고자 합니다.

클라우드 기술은 명품 소매업체가 전자 상거래와 물리적 위치를 연결하여 각 쇼핑객을 위한 통합 고객 프로필을 생성함으로써 만족스러운 하이브리드 쇼핑 경험을 가능하게 하는 데 도움이 됩니다. 그러나 이것은 Teams가 제공하는 기능의 일부에 불과합니다. AI 솔루션은 구매 내역에 더 쉽게 액세스하고 구매 습관을 이해할 수 있도록 하여 충성도를 높입니다. 이 접근 방식을 통해 매장 직원은 쇼핑객이 해당 위치에 발을 들여놓은 적이 없더라도 이러한 프로필을 기반으로 개인화된 지원을 제공할 수 있습니다. 또한 클라우드 지원 가시성을 통해 매장에 수요가 많은 제품을 더 쉽게 비축할 수 있으므로 쇼핑객은 원하는 제품을 구할 수 없을 때 실망하거나 빈손으로 돌아가지 않습니다.

명품 소매업체를 위한 기술 혁신 전략:

- ▶ AI 엔진으로 주문 내역을 처리하여 개별 쇼핑객의 취향과 선호도에 맞는 제품을 추천합니다.
- ▶ [클라이언틀링](#)을 통해 직원을 고객 지원 기능을 갖춘 신뢰할 수 있는 조연자로 전환하여 고객이 좋아하는 것과 싫어하는 것을 추적하고, 상향 판매 기회를 식별하고, 고객 상호작용 후 메모를 기록합니다.
- ▶ 모바일용 매장 운영 지원 애플리케이션 템플릿과 같은 모바일 친화적인 도구를 사용하여 직원의 주머니에 신속한 지원군을 넣어 [고객을 빠르고 효율적으로 지원](#)할 수 있습니다.
- ▶ 어떤 제품을 어느 위치에서 사용할 수 있는지에 대한 실시간 가시성을 확보하여 영업 담당자가 약속된 주문이 이행되도록 할 수 있습니다.



“

하이브리드 쇼핑객은...여러 채널을 통해 동시에 브랜드와 소통할 수 있을 것으로 기대합니다. 이러한 두 가지 욕구를 충족하기 위해 명품 소매업체는 채널 전반에 걸쳐 통합된 경험을 수용하여 기대에 부응하는 디지털 및 물리적 서비스를 제공해야 합니다.”

Sia Partners

²M 세대의 사고 방식

고객 사례: [Herbelin](#)

명품 시계 브랜드 Herbelin은 경쟁력을 유지하기 위해 항상 데이터를 사용해 왔습니다. Dynamics 365 Business Central로 마이그레이션하고 Microsoft Power BI 및 Power Apps를 사용하여 회사는 실시간으로 재고를 모니터링하고 생산 측면에서 더 신속하게 대응할 수 있었습니다. 이제 현장의 영업 담당자는 주어진 시간에 회사 금고에서 어떤 시계를 사용할 수 있는지 알고 가용성에 따라 제안을 조정할 수 있습니다. 이 회사는 재고 최적화를 통해 최소 15%의 매출 증가를 예상하고 있습니다.



적절한 고객에게 적절한 가격을 제공할 수 있는 차세대 가격 책정을 제공합니다.

[Flintfox Intelligent Pricing Platform for Retail](#)은 Microsoft Dynamics 365와 함께 작동하여 실시간 트랜잭션 데이터를 제공하므로 소매업체는 경쟁력 있는 가격을 설정하기 위해 신속하게 행동할 수 있습니다. 리베이트, 지불 거절 및 클레임 관리에 대한 가격 책정을 실행하고 채널별 계산을 제공하여 고객이 어디에서 쇼핑하든 적절한 가격을 받을 수 있도록 합니다.

다음 단계

개인화된 지원을 제공하기 위해 [클라이언틀링을 사용하여](#) 실제 시나리오가 어떻게 전개되는지 확인하세요.

[Cclienteling 데모 시작](#) >

편의점

주요 과제: 시장 변동성, 공급망 제약, 노동 압박

번거롭지 않은 스마트 스토어

편의점 쇼핑객은 각계각층에서 왔지만 모두 공통적으로 속도에 대한 요구가 있습니다. 진열대에서 필요한 물건을 찾는 것부터 선택한 항목에 대한 비용을 지불하는 것까지, 고객은 가능한 한 빨리 여행을 떠날 수 있는 안팎의 경험을 찾고 있습니다. 안타깝게도 많은 편의점 소매업체는 매장 트래픽 패턴에 대한 가시성이 제한적이거나 점원 부족으로 인해 계산대에 긴 줄이 있으면 프로세스를 빠르게 진행하기 어려울 수 있습니다.

클라우드 기술과 AI 솔루션은 편의점의 새로운 시대를 열어 쇼핑객이 기다리지 않고 필요한 것을 더 빨리 찾고 스스로 결제할 수 있도록 매장을 "더 스마트하게" 만들고 있습니다. 예를 들어, AI 및 데이터 분석을 채택하면 제품 탐색을 개선하고, 소매업체가 유동 인구를 이해하고, 레이아웃을 최적화하기 위해 일반적으로 함께 구매하는 제품을 공개하면 도움이 될 수 있습니다. 또한 마찰 없는 결제 경험을 제공하여 필요한 직원 수를 최소화하고 고객을 더 빨리 안내할 수 있습니다.

편의점 소매업체를 위한 기술 혁신 전략:

- > [Smart Store Analytics 애플리케이션 템플릿](#)과 같은 딥 러닝 솔루션으로 **고객 행동을 실시간으로 추적**하여 제품 발견부터 구매 고려, 결제에 이르는 소비자 여정을 이해합니다.
- > **데이터 분석**을 사용하여 어떤 제품을 자주 함께 구매하는지 확인하고 전략적으로 서로 가까이 배치합니다.
- > 쇼핑객이 대기를 건너뛸 수 있도록 자율 결제를 **활성화**합니다.
- > 개인의 선호도와 지출 습관에 따라 할인 및 프로모션을 제공하여 경쟁업체가 아닌 매장으로 다시 방문하도록 장려하는 **디지털 로열티 프로그램**으로 고객 참여를 구축합니다.



고객 사례: Żabka

유럽 전역에 9,000개의 매장이 있으며, 약 1,550만 명의 소비자가 가장 가까운 Żabka 편의점에서 500미터 이내에 거주하고 있습니다. Microsoft Cloud for Retail 및 ISV 파트너인 [AiFi](#)의 도움으로 Żabka는 계산대를 없애고 회사가 고객 행동을 더 쉽게 이해할 수 있도록 하는 Nano 스토어를 출시하고 있습니다. 행동 기반 시를 통해 이러한 매장은 물리적 경험과 디지털 경험을 특정 고객에게 맞춤화된 특별 프로모션 또는 제안과 연결할 수 있습니다.



처음에는 무인 매장을 여는 것으로 시작했지만, 궁극적인 목표는 AI의 힘을 최대한 활용하기 위해 서로 다른 시스템과 데이터 리소스 간의 사일로를 제거함으로써 진정한 자율 소매 운영을 달성하는 것입니다."

Pawel Grabowski
Żabka Future 무인 솔루션 책임자



Blue Yonder의 Supply Chain Planning으로 인텔리전트한 계획을 수립할 수 있습니다

Blue Yonder의 [공급망 계획](#)은 기존의 대응 계획을 뛰어넘어 기업이 비용을 최적화하고 고객 만족도를 높이는 매우 유연한 계획을 수립할 수 있도록 지원합니다. AI 및 ML 알고리즘은 고객, 공급업체, 공장 및 유통업체로부터 실시간 데이터를 가져와 잠재적인 중단을 예측하고 계획을 신속하게 조정하여 기업이 공급망 계획의 위험을 최소화할 수 있도록 합니다.

다음 단계

스마트 스토어 분석 애플리케이션 [템플릿](#)의 실제 용도를 살펴보고 AI 기반 인사이트를 사용하여 쇼핑 경험을 향상시킬 수 있는 방법을 알아보세요.

[가이드 투어 참여하기](#) >

대형 매장

주요 과제: 공급망 제약, 노동력 부족, 인플레이션

매력적인 옴니채널 쇼핑 경험을 만드세요

대형 소매업체는 주로 인플레이션과 거대 전자 상거래 업체의 파괴적인 힘으로 인해 몇 가지 문제에 직면해 있습니다. 경쟁력을 유지하기 위해 모든 채널에서 원활하고 개인화된 고객 경험을 제공하고 온라인 쇼핑과 매장 내 쇼핑 간의 격차를 해소하는 방법을 개척하고 있습니다. 제품의 종류가 다양하고 작업자의 수가 줄어드는 상황에서 소매업체는 광범위한 재고와 대규모 매장을 효율적으로 관리해야 하는 복잡한 과제에 직면해 있습니다.

점점 더 많은 대형 소매업체가 비용 절감 기술 솔루션을 도입하여 경쟁력을 높이려고 합니다. 재고 추적에 도움이 되는 클라우드 및 작업 관리 도구가 있으며, 선반에 재고가 있는지 확인합니다. 또한 많은 기업이 디지털 및 매장 내 쇼핑 경험을 BOPIS(Buy-Online-Pick-Up-In-Store) 경험과 결합하고 있습니다. 대형 소매업체는 AI와 고급 분석을 사용하여 쇼핑객의 구매 습관에 대한 더 많은 인사이트를 수집하고 디지털 및 물리적 세계에서 쇼핑 경험을 개선하는 점진적인 변화를 만들 수 있습니다.

대형 소매업체를 위한 기술 혁신 전략:

- > **작업 관리 솔루션**을 구현하여 현장 운영을 간소화하여 직원들이 최소한의 런어라운드로 작업을 쉽게 추적하고 수행할 수 있도록 합니다.
- > **매장 운영 지원 애플리케이션 템플릿**을 사용하여 매장 운영을 수행하고, 계획 및 템플릿을 만들고, 다른 위치에 작업을 할당하여 직원의 생산성을 높이고 고객을 지원할 수 있습니다.
- > **온라인 구매-매장 반품 기능**을 구현하여 쇼핑객이 온라인으로 구매한 품목을 매장에서 반품할 수 있도록 하여 재포장하고 우체국에 가는 번거움을 건너뛸 수 있습니다.
- > 재고 관리, 창고 채우기 및 주문 관리를 위해 고급 분석을 활용하는 **인텔리전트한 공급망**을 구축합니다.



소매업체는 소비자와 직접 소통하고, 커뮤니티의 성장을 장려하고, 브랜드와의 상호작용을 적극적으로 장려함으로써 경쟁이 치열한 시장에서 차별화될 것입니다."

Deloitte

고객 사례: Sportisimo

스포츠 용품 소매업체인 Sportisimo는 유럽 전역에서 약 200개의 매장을 운영하고 있으며 국제 전자 상거래 매장을 운영하고 있습니다. 회사가 확장됨에 따라 운영 인프라가 성장을 저해하는 병목 현상이라는 것을 빠르게 깨달았습니다. Microsoft Dynamics 365 Finance를 배포하면 더 쉽게 새로운 시장으로 확장하고 회사 데이터를 극대화하여 배송 계획, 상품 승인 및 보충의 정확성을 높일 수 있습니다.



Sitecore OrderCloud로 유연한 전자 상거래 및 주문 관리를 지원합니다

Microsoft Azure를 기반으로 구축된 [Sitecore OrderCloud](#)를 통해 소매업체는 여러 채널과 시장에서 제품 카탈로그, 주문, 재고, 가격 책정 및 이행을 관리하기 위한 확장 가능한 전자 상거래 솔루션을 만들 수 있습니다. 처음부터 솔루션을 구축하여 디지털 판매 기회를 확장하고, 대량 주문을 위한 워크플로를 자동화하고, 고도로 개인화된 경험을 제공하세요.

다음 단계

유연한 주문 처리 도구가 AI 및 재고 데이터를 사용하여 소매업체가 제품을 적시에 적절한 장소로 이동할 수 있도록 지원하는 방법을 알아보세요.

[가이드 투어 참여하기](#) >

패스트푸드점

주요 과제: 노동 압박, 공급망 제약, 속도 및 편의성

여러 위치에서 운영 효율성을 높입니다

퀵 서비스 레스토랑(QSR)을 운영함에 있어, 시간에 민감한 여러 요인이 노동력 부족으로 악영향을 받습니다. 팬데믹 이전에도 직원 채용과 유지는 어려웠습니다. 이는 임금 인상과 직원 이직률로 인해 더욱 어려워졌습니다. 또한 트럭 운전자 부족과 예측할 수 없는 공급망 중단으로 인한 배송 지연으로 인해 QSR에 문제가 발생하여 메뉴를 변경하기도 했습니다. 식당 주인은 또한 신선한 농산물에서 육류, 심지어 커피 컵과 테이크아웃 용기와 같은 기본 품목에 이르기까지 모든 것을 얻는 데 어려움을 겪고 있으며, 가장 인기 있는 품목에 대한 메뉴 옵션을 제한할 수 있습니다. 또한 위치에 따라 다를 수 있는 음식 준비와 관련된 많은 규정이 있어 전반적인 관행을 구현하기가 어렵습니다.

이러한 과제 속에서도 속도와 주문 정확성에 대한 고객의 기대치는 높습니다. 카운터 뒤에서 일하는 사람의 수가 줄어든 기술 솔루션은 모든 기반을 포괄하는 데 도움이 되는 작업 오케스트레이션 및 자동화 기능을 제공하므로 직원은 고객 요구 사항을 처리하고 주문 대기 시간을 최소화하는 데 더 많은 시간을 할애할 수 있습니다. 이러한 솔루션은 빠르게 움직이는 활동을 추적하기 위한 클립보드의 대안으로 아주 좋으며, 관리자에게 특정 작업에 적합한 시간에 자동 경고를 제공하고 직원이 빠르고 고품질의 음식 준비를 제공하는 데 집중할 수 있도록 도와줍니다. 또한 QSR은 실시간 분석 기능을 사용하여 수요를 정확하게 예측하고 공급망 중단을 해결하여 인기 있는 식품을 메뉴에 유지할 수 있습니다.

패스트푸드점 소매업체를 위한 기술 혁신 전략:

- ▶ 직원이 위생 스테이션의 적절한 유지 관리 및 정기적인 화장실 체크인과 같은 안전 및 규정 표준을 준수할 수 있도록 지원하는 **작업 오케스트레이션 솔루션**으로 모든 지점을 보호하세요.
- ▶ **매장 운영 지원 애플리케이션 템플릿을 사용하여** 관리자에게 빠르게 진행되는 시나리오 작업을 경고하면 관리자가 다른 활동으로 바쁠 때 해당 작업을 기억할 필요가 없습니다.
- ▶ **고급 데이터 분석**을 통해 실시간 가시성을 확보하여 공급망 문제를 완화하고 수요가 많은 식품을 고객이 사용할 수 있도록 합니다.
- ▶ 고객이 좋아하는 식품을 기반으로 추천 및 프로모션을 제공하는 **디지털 로열티 프로그램**을 통해 고객 참여를 구축합니다.



“

기술은...테이크아웃 주문의 증가, 우수한 고객 경험에 대한 수요 증가, 프로세스에 대한 더 큰 인사이트로 적응하고자 하는 레스토랑에 점점 더 중요해지고 있습니다.”

QSR 매거진

고객 사례: Americana Group

Americana Group은 중동 전역에 2,000개 이상의 레스토랑과 25개의 식품 생산 현장을 보유한 QSR을 이끌고 있습니다. 운영에 대한 가시성을 높이기 위해 이 회사는 데이터를 통합하고 분석 및 데이터 시각화 기능을 확장하는 데 도움이 되는 Microsoft Azure 및 기타 솔루션을 선택했습니다. 이 회사의 지표에 따르면 이제 서비스 시간의 속도를 파악하고 15분 이내에 모든 레스토랑에 변경 사항을 구현할 수 있습니다. 그 결과, Americana는 고객들이 줄을 서서 기다리는 시간이 5분 줄어들었고 주문 접수 시간도 평균 1분 미만으로 줄었다고 보고했습니다.



AI 기반 전략적 인텔리전스로 수익 마진을 개선합니다.

[LS First for Restaurants](#)는 여러 운영을 단일 플랫폼으로 연결하여 레스토랑에서 재고, 생산 및 메뉴 관리를 간소화하는 동시에 IT 비용을 절감하고 중복 작업을 없앨 수 있도록 합니다. 메뉴, 레시피, 재료 및 원활한 모바일 주문 및 셀프 서비스 POS를 제공하기 위한 옵션을 관리할 수 있는 중앙 집중식 장소를 제공합니다.

다음 단계

전체 소매 에코시스템을 아우르는 원활한 커뮤니케이션 도구를 통해 일선 직원의 역량을 강화합니다.

[더 알아보기](#) >

소비재

주요 과제: 트렌드 예측, 수요 예측, 제품 개인화

예측할 수 없는 세상에서 민첩한 운영을 가능하게 합니다

오늘날 빠르게 변화하는 시장에서 소비재(CG) 기업은 공급망이 중단될 때마다 운영에 어려움을 겪지 않도록 민첩하게 대처할 수 있는 방법을 찾고 있습니다. 많은 CG 조직이 경쟁력을 유지하고 보다 개인화된 고객 경험을 제공하기 위해 디지털 시장에서 점유율을 확대하고 있습니다. 또한 고객은 사회적, 환경적 책임과 근로자 유지를 강조하는 CG 기업의 구매를 모색하고 있어 많은 기업이 새로운 비즈니스 모델을 개발하고 있습니다.

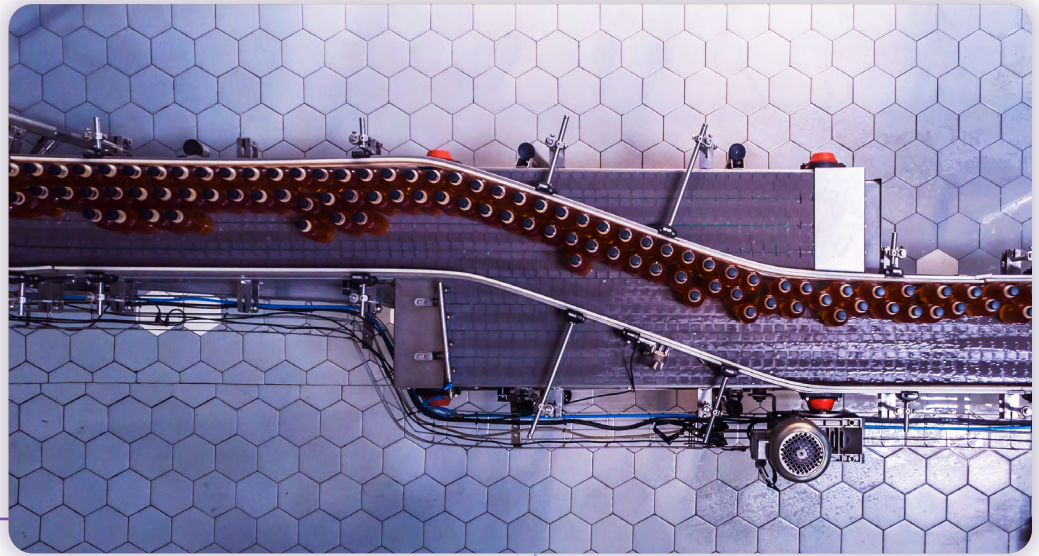
이러한 CG 과제의 핵심은 데이터입니다. CG 운영에는 많은 움직이는 부분이 있으며, 클라우드 기술은 CG 운영 조직이 중단에 직면하여 보유한 데이터를 극대화하여 보다 간소화되고 유연해지는 데 도움이 될 수 있습니다. 클라우드 기술과 고급 분석을 사용하여 여러 소스에서 데이터를 가져와 날씨, 과거 구매 패턴, 지정학적 복잡성과 같은 요인을 고려하여 몇 달 전에 수요를 예측할 수 있습니다.

- > [AI 기반 공급망 관리 기술](#)을 사용하여 우선순위 기반 계획을 지원하고, 추세를 예측하고, 예측을 강화하고, 고객에게 실시간 재고 가시성을 제공합니다.
- > 실시간 고급 데이터 분석을 사용하여 배출량을 추적하고, 폐기물을 줄이고, 지속 가능성 관행을 개선합니다.
- > 제품 설계에 AI를 적용하여 더 많은 사용자 지정 옵션을 사용할 수 있습니다.



고객 사례: BRF

세계에서 가장 큰 고품질 식품 회사 중 하나인 BRF는 20,000개의 공급업체를 보유하고 있으며 100,000명의 직원을 고용하고 있습니다. 이 회사는 변동하는 가격과 변덕스러운 기상 조건에 대한 가시성을 높일 수 있는 데이터 기반 전략을 채택하기로 결정했습니다. 그들은 특정 기계 학습 기능을 자동화하여 고객 구매 습관을 기반으로 더 나은 공급망 가시성과 예측 기능을 제공하는 추천 엔진을 만들거자 했습니다. Microsoft Azure Machine Learning을 채택하여 이를 실현할 수 있었습니다.



B2C 및 B2B 고객 데이터를 Adobe Real-time Customer Data Platform으로 통합할 수 있습니다.

[Adobe Real-time Customer Data Platform](#)을 통해 기업은 고객 데이터를 B2B 및 B2C 고객 모두를 위한 실행 가능한 계정 프로필로 전환할 수 있습니다. 실시간 CDP는 통합 프로필에 대한 단일 뷰를 제공하고 내장된 중앙 집중식 거버넌스를 제공하여 전체 고객 라이프사이클에서 더 쉽게 참여를 유도할 수 있습니다.

다음 단계

소비재 조직이 보다 효율적이고 지속 가능한 미래를 실현하기 위해 어떻게 혁신하고 있는지 알아보세요.

[더 알아보기 >](#)

결론

소매 산업의 모든 틈새 시장에는 운영 및 서비스 개선과 관련하여 고유한 요구 사항이 있습니다. 이러한 개별 문제의 핵심에는 데이터를 사용하고 이를 실행 가능한 개선 전략으로 전환하는 방법이라는 공통적인 과제가 있습니다.

데이터를 극대화하고 이를 사용하여 AI 기능을 강화하는 것은 오늘날의 역동적인 시장 환경에서 소매업체에게 매우 중요합니다. 올바른 클라우드 기술과 도구를 갖추면 소매업체는 점점 더 데이터 중심적인 소매 에코시스템에 적응하고 경쟁하며 번창할 수 있습니다.

Microsoft Cloud for Retail 솔루션으로 혁신하세요

Microsoft Cloud for Retail은 동적 클라우드 컴퓨팅 서비스 및 솔루션과 연결하여 운영을 최적화하고 성장을 촉진하는 데 도움이 됩니다. 소매 가치 사슬 내에서 다양한 데이터 소스를 원활하게 통합합니다. 또한 쇼핑객 여정 전반에 걸쳐 경험을 연결하여 소매업체가 수익을 늘리고 고객에게 더 많은 가치를 제공할 수 있는 혁신적인 잠재력을 제공합니다.

Microsoft Cloud for Retail은 다음을 실현합니다.

- > **원활한 옴니채널 쇼핑:**
매장 내 및 옴니채널 쇼핑 경험을 개선하고 혁신하여 고객 충성도를 강화합니다.
- > **회복탄력성이 더욱 강화된 공급망:**
민첩하고 탄력적인 공급망을 구축하여 비즈니스 연속성을 보장합니다.
- > **자동화 및 작업 관리:**
직원의 수동 작업량을 줄이고 시간을 확보하여 우수한 고객 서비스를 제공할 수 있습니다.
- > **개인 맞춤형 고객 참여:**
개별 구매자의 선호도와 요구 사항에 직접 반영하는 상시 마케팅 콘텐츠를 제작합니다.

Microsoft Cloud for Retail 알아보기 >

