



# 데이터 클라우드로 소매 및 소비재가 비즈니스 가치를 창출하는 10가지 방법



소매 성공 가이드

# TABLE OF CONTENTS

- 3** 유일하게 확실한 것은 변화뿐
- 4** 소매업체, 이제 진정한 데이터 기반이 될 때
- 5** 소매 및 소비자 사용 사례
  - 5** #1 개인화된 마케팅 개선
  - 6** #2 원활한 옴니채널 경험 제공
  - 7** #3 고객 만족도 및 유지율 향상
  - 8** #4 소비자 동향 및 행동 이해
  - 9** #5 마케팅 지출에 대한 ROI 극대화
  - 10** #6 데이터 수익화를 통한 수익 창출
  - 11** #7 운영 및 보고 현대화
  - 12** #8 가격 책정, 상품화 및 상품 구색 계획 전략 최적화
  - 13** #9 주문 처리, 배송 및 고객 경험 최적화
  - 14** #10 공급망 효율성 및 채널 파트너와의 협업 촉진
- 15** 소매 데이터의 힘 실현



# 유일하게 확실한 것은 변화뿐

소매, 전자 상거래 및 소비자재(CPG) 산업의 변화가 계속해서 가속화되고 있습니다. 개인화, 속도 및 비용에 대한 고객 요구가 증가하고 있습니다. 소비자가 옴니채널 쇼핑을 수용함에 따라 기업은 새로운 기술들을 구현해야 합니다. 업계는 미디어 및 광고 환경의 전환에 따라 소비자에게 마케팅할 새로운 방법을 찾고 있습니다. 그리고 코로나19 팬데믹의 지속적인 영향과 경제적 여파는 고용에서 공급망에 이르기까지 모든 것에 영향을 끼치고 있습니다.

소매업의 상황이 언제 '정상'으로 돌아올지는 아무도 모르는 가운데, 소매업체와 공급업체가 현재의 문제를 해결하고 비즈니스의 미래 경쟁력을 갖출 무한한 기회가 있다는 것은 확실합니다. 데이터는 앞서 나아가는 데 있어 중대한 도구입니다. 기업이 소비자를 이해하고, 고객을 만족시키고, 운영을 간소화하고, 효율을 높이고, 비용을 절감하고, 새로운 수익원을 찾으려면 데이터를 사용해야만 합니다. 또한 가치 있는 타사 데이터에 액세스하고, 내부 데이터를 다른 기업과 안전하게 그리고 규정을 준수하며 공유할 수 있어야 합니다.

소매업의 선구자들은 데이터를 최대한 활용하기 위해 클라우드를 도입하고 있습니다. 이를 통해 고객 경험을 개인화하고 주문 처리 및 재고 관리를 최적화하며 더욱 스마트한, 데이터 기반 상품화 결정을 내리고 있습니다.



# 소매업체, 이제 진정한 데이터 기반이 될 때

Snowflake는 소매업체, 전자 상거래 및 소비자 기업이 데이터를 집결하여 데이터 기반 의사 결정을 하고 성공적인 비즈니스 성과를 달성할 수 있도록 지원하는 데 앞장서고 있습니다. Snowflake 데이터 클라우드를 통해 조직은 뛰어난 고객 경험을 구축하고 타겟팅된 마케팅 캠페인을 제공할 수 있습니다. 지역 및 매장뿐만 아니라 가치 사슬 전반에 걸쳐 성과와 효율을 높일 수 있습니다. 데이터를 안전하게 공유하고 교환하여 파트너십을 강화하고 고객 통찰을 얻을 수 있습니다. 또한 Snowflake의 안전한 데이터 공유 기능과 Snowflake 데이터 마켓플레이스를 통해, 이전에 사일로화되어 있던 데이터의 가치를

실현하여 수익을 높일 수 있습니다. Snowflake는 수백 개의 소매업체와 소비자 제조업체가 이러한 이점을 달성하고 경쟁에서 앞서 나갈 수 있도록 합니다.

이 전자책에서는 당사의 소매, 전자 상거래 및 소비자 고객이 불확실성의 시대에 앞서 나아가기 위해 이미 데이터의 가치를 실현하고 있는 혁신적이고 흥미로운 몇 가지 방법을 살펴봅니다.



# #1 개인화된 마케팅 개선

## 문제

전자 상거래 판매가 급증하고 있으며 점점 더 많은 브랜드가 고객에게 서비스를 제공하기 위해 강력한 디지털 채널을 개발하고 있습니다.<sup>1</sup> 디지털 채널에 대한 경쟁이 증가함에 따라 마케터는 소비자를 끌어들이고 타겟팅하기 위한 새로운 전략을 개발해야 하게 되었습니다. McKinsey에 따르면, 소매 기업은 매출 증가를 촉진하는 방법으로 개인화에 주력해야 합니다. “개인화는 여러 [소매] 업계 플레이어가 우선순위가 높은 고객 세그먼트 전반에 걸쳐 고객 평생 가치를 20%~30% 증가시키는 데 도움이 되었습니다.”<sup>2</sup> 개인화된 마케팅은 소비자 및 고객의 관심사, 선호도 및 이전 쇼핑 경험과의 상호 작용과 관련되어 있습니다. 그리고 이 모든 것은 데이터에서 시작됩니다.

## SNOWFLAKE의 솔루션

Snowflake의 데이터 클라우드 는 기업이 내부 및 외부 데이터를 쉽게 활용하여 마케팅 분석을 강화하도록 돕습니다. Snowflake 데이터 마켓플레이스의 외부 데이터에는 타사 소스로부터 얻은 실시간 소비자 통찰도 있습니다. 소매업체는 이러한 분석에서 얻은 통찰을 사용하여 타겟팅되고 개인화된 마케팅 콘텐츠를 생성하고 이를 소비자에게 전달하여 그들을 고객으로 전환할 수 있습니다.

## 회사 주요 사항:



본사            텍사스 주, 플레이노  
사업 영역    음식점

2020년 슈퍼볼 기간 동안 Pizza Hut의 엔터프라이즈 데이터 서비스(Enterprise Data Services) 팀은 Snowflake 사용 전에는 불가능했던 거의 실시간으로 통합된 비즈니스 분석 보기를 만들었습니다. 데이터 파이프라인은 시스템 전체에서 데이터를 수집하고 대시보드를 제공함으로써 경영진이 주요 지표를 모니터링하고 리소스 할당을 조정할 수 있도록 합니다. 데이터 과학자는 Python, R 및 Spark를 사용해 데이터를 쿼리하고 머신 러닝 알고리즘을 적용한 다음 Snowflake에 데이터를 다시 씁니다. 이러한 예측 분석은 고객이 올바른 메시지와 제안을 받도록 보장합니다. 그에 더해 Snowflake 데이터 마켓플레이스는 Pizza Hut에 날씨 및 지리적 위치 데이터 소스에 대한 액세스를 제공합니다. Pizza Hut의 엔터프라이즈 데이터 서비스 팀은 기상 패턴을 고객 구매와 연관시키고 해당 데이터를 사용하여 타겟팅된 마케팅 캠페인을 최적화할 수 있습니다.

## 더 알아보기

# #2 원활한 옴니채널 경험 제공

## 문제

선도적인 브랜드는 고객을 위해 원활한 옴니채널 경험을 만들고 있습니다. 이를 통해 매장에서든, 온라인에서든 또는 모바일 앱을 통해서든 한 채널에서 시작하여 다른 채널에서 쉽게 계속할 수 있는 보다 빠르고 쉬운 쇼핑 경험이 가능해집니다. 이를 제대로 하려면, 기업은 이용 가능한 풍부한 데이터를 활용해야 합니다. McKinsey에 따르면 다음과 같습니다. “오늘날 기업은 고객, 금융 및 운영 시스템 전반에서 스마트폰 및 상호 작용 데이터를 정기적으로, 합법적으로 그리고 원활하게 수집하여 자사의 고객에 대한 깊은 통찰을 얻을 수 있습니다. 미래를 내다보는 기업은 데이터 및 분석 기능을 강화하고 예측적 통찰을 활용하여 고객과 더욱 긴밀하게 연결하고 행동을 예측하며 실시간으로 CX 문제와 기회를 식별합니다.”<sup>3</sup>

## SNOWFLAKE의 솔루션

원활한 옴니채널 환경을 구축하기 위해 소매업체는 온라인 거래, 소셜 미디어, 포럼, 물리적 접촉에서 타사 상호 작용, 고객 지원 및 서비스에 이르기까지 여러 데이터 소스에서 전체적이고 시의 적절한 고객 뷰를 확보하는 Customer 360을 강화해야 합니다. Snowflake의 데이터 클라우드는 정형, 반정형 및 비정형<sup>4</sup>의 Customer 360 데이터 포인트를 수집하여 최고의 마케팅, 고객 경험, 비즈니스 인텔리전스, 머신러닝 및 데이터 관리 도구와 이를 합치는, 쿼리하기 쉬운 SQL 데이터 웨어하우스로 통합합니다. 이런 전체적인 관점에서 모은 통찰을 통해 기업은 충성도와 반복 구매를 높이는 옴니채널 고객 환경을 만들 수 있습니다.

## 회사 주요 사항:

# petco

본사            캘리포니아 주, 샌디에고  
사업 영역    소매

최신 데이터 환경의 필요성을 깨닫고 Petco는 Snowflake로 눈을 돌렸습니다. Snowflake의 멀티 클러스터 공유 데이터 아키텍처는 리소스 경합을 없애기 위해 즉시 확장됩니다. 유연한 용량 확장은 Petco의 주기적 보고 문제에 대한 편리한 솔루션을 제공합니다. Snowflake로 Petco의 데이터 환경을 현대화한 것은 운영에 즉각적인 영향을 미쳤습니다. 비즈니스 팀은 Snowflake의 데이터를 사용해 Petco의 매장, 모바일 앱 및 웹사이트 전반에 걸쳐 고객의 행동 양식을 이해하고 그에 영향을 미칩니다. Snowflake에서 지원하는 데이터 시각화는 개인화된 서비스 제안, 판촉 캠페인 및 기타 수익 창출 프로그램에 대한 의사 결정에 가이드가 되는 360도 고객 보기를 제공합니다. Snowflake 컴퓨팅의 거의 즉각적인 탄력성은 사용하지 않는 컴퓨팅의 비용을 발생시키지 않으면서 Petco의 주기적 보고 요구 사항에 부합합니다.

## 더 알아보기

# #3 고객 만족도 및 유지율 향상

## 문제

최근 McKinsey 보고서에 따르면, 소비자의 71%는 기업이 개인화된 상호 작용을 제공할 것으로 기대하고 76%는 이것이 이루어지지 않을 때 좌절합니다.<sup>5</sup> 그들의 기대에 부응하기 위해 소매 업계의 선두주자들은 Customer 360을 사용하여 고객에 대한 포괄적인 관점을 확보하고 있습니다. 각 고객의 여정에 관한 심층적인 통찰을 제공하는 분석, 여러 소스의 데이터로 무장하여 다양한 작업을 수행할 수 있습니다. 여기에는 고객의 고유하고 개별적인 요구 사항을 충족하는 개인화된 경험 생성, 잠재적 문제에 대한 조기 경고를 제공하는 예측 분석 수행, 더 나은 지원 환경을 만들기 위한 지원 최적화, 고객의 특성 및 선호도에 따른 제안 개인화가 포함됩니다. 그러나 데이터 사일로가 Customer 360의 골치를 썩이고 있습니다. 다른 시스템에 있는 데이터는 비즈니스 통찰을 위해 마이닝하고 분석하기가 어렵습니다.

## SNOWFLAKE의 솔루션

기업이 파편화된 데이터를 처리하고 Customer 360을 사용할 수 있도록 Snowflake 데이터 클라우드를 다양한 소스와 다양한 형식(정형, 반정형, 비정형)의 데이터를 하나의 안전한 리포지토리에 중앙 집중화합니다. Snowflake 데이터 마켓플레이스는 타사 소스의 데이터로 데이터를 강화합니다. 이를 통해 기업은 사전 통합된 데이터 분석, 비즈니스 인텔리전스, 머신 러닝 및 데이터 관리 도구를 사용하여 더 깊은 통찰을 얻을 수 있습니다. 그런 다음 이러한 통찰을 사용하여 실시간으로 개인화된 데이터 기반 의사 결정을 내려 고객 경험을 개선함으로써 고객을 행복하게 하고 다시 찾아오도록 할 수 있습니다.

## 회사 주요 사항:



본사            캘리포니아 주, 샌프란시스코  
사업 영역    모바일 배달

데이터 사일로를 제거하고 고객의 필요를 더 잘 충족하기 위해 DoorDash는 Snowflake의 데이터 클라우드로 전환하여 Customer 360을 도입했습니다. Snowflake의 멀티 클러스터 공유 데이터 아키텍처는 DoorDash의 데이터, 사용자 및 워크로드를 이전보다 두 배 빠른 속도로 처리하도록 확장되었습니다. 거의 무한대의 확장성을 갖춘 Snowflake의 완전 관리형 인프라 덕분에 BI 팀은 데이터 분석 및 모델링에 집중할 수 있었습니다. DoorDash의 소비자, 판매자 및 배달원(Dasher) 데이터를 Snowflake로 수집하면 매일 오전 7시까지 전 세계 시장 관리자가 가장 최신의 공급 및 수요 통찰을 제공받게 됩니다. Snowflake에서 DoorDash의 판매자 포털을 설계하면 판매자에게 주문, 재고, 인력 관리를 위한 데이터 기반 보고서를 제공할 수 있습니다.

## 더 알아보기

# #4 소비자 동향 및 행동 이해

## 문제

외부 데이터를 동원하고 사용하는 능력은 좋은 회사와 최고의 회사를 구별하는 기준입니다. 인구 통계, 날씨 및 현지 시장 데이터와 같은 데이터를 내부 고객 데이터와 통합하면 마케팅 캠페인, 공급망 관리 및 매장 운영에 대한 의사 결정을 개선할 수 있습니다. Deloitte에 따르면 다음과 같습니다. “외부 데이터를 분석하면, 기업이 내부 운영, 고객 및 1차 공급업체에서 생성된 데이터로 입력을 제한했을 때 놓칠 수 있는 위험과 기회를 파악하는 데 도움이 될 수 있습니다. 외부 데이터를 분석하면 변화하는 소비자 행동, 경쟁자 이니셔티브 또는 지정학적 사건과 같은 요인이 비즈니스에 어떤 영향을 미칠 수 있는지 알 수 있습니다.”<sup>6</sup> 그러나 타사 데이터를 획득하는 전통적인 방법(예: ELT 프로세스)은 어렵고 비용이 높고 시간이 많이 소요됩니다.

## SNOWFLAKE의 솔루션

Snowflake 데이터 마켓플레이스는 오래된 데이터를 복사 및 이동하는 위험과 번거로움 없이 타사 데이터 공급자 및 데이터 서비스 공급자가 제공하는 수백 개의, 즉시 쿼리할 수 있는 라이브 데이터 세트에 쉽게 액세스할 수 있도록 합니다. 대신 기업은 라이브, 관리형, 공유 데이터 세트에 안전하게 액세스하고 해당 데이터에 대한 자동 업데이트를 실시간으로 받을 수 있습니다. 타사 인구 통계, 구매 의도, 제품/브랜드 선호도 데이터를 통해 소매업체는 고객에게 딱 맞는 제품과 서비스를 홍보할 수 있습니다. 또한 소비자의 개인 정보를 손상하지 않으면서 풍부한 상황별 통찰을 개발할 수 있습니다. 쇼핑객에 대한 전체적인 관점을 통해, 소매업체는 소비자 행동을 예측하여 더 많은 정보에 입각한 상품화, 가격 책정, 마케팅 및 공급망 결정을 내릴 수 있습니다. Snowflake를 사용하면 내부 및 외부 데이터를 강력하게 병합하여 데이터 기반 소매 통찰에 도달할 수 있습니다.

## 회사 주요 사항:

# KraftHeinz

본사            일리노이 주, 시카고  
사업 영역    식품 가공

Snowflake 데이터 클라우드로 이전한 후 Kraft-Heinz는 Snowflake 플랫폼에서 호스팅되는 외부 데이터 세트에 쉽게 액세스할 수 있었습니다. 예를 들어 Kraft Heinz는 Johns Hopkins University(존스 홉킨스 대학교)의 코로나19 데이터를 사용하여 비즈니스의 어느 영역이 가장 큰 영향을 받는지 즉시 확인할 수 있습니다. 또한 이 데이터를 사용하여 정확히 필요한 곳(그리고 때)에 제품을 공급망에 공급할 수 있도록 하는 예측 모델을 구축하여, 파트너와 고객이 슈퍼마켓 진열대의 재고를 유지할 수 있도록 합니다. 새로운 데이터 세트는 일반적으로 사용할 준비가 되기 전에 광범위한 준비와 테스트를 거쳐야 하며 이는 민첩성과 실험을 저해합니다. Snowflake 데이터 마켓플레이스를 사용하면, 타사 데이터 세트가 플랫폼에 이미 마련되어 있으므로 이를 몇 분 만에 사용할 수 있습니다. 그다음 이것들을 Kraft Heinz의 자체 CRM(고객 관계 관리), 인벤토리 및 기타 데이터와 함께 사용할 수 있으므로 데이터 팀이 새로운 애플리케이션을 쉽게 실험하고 구축할 수 있습니다. 이는 회사가 데이터 플러밍(data plumbing)의 메커니즘 대신 혁신에 리소스를 집중할 수 있음을 의미합니다.

## 더 알아보기

# #5 마케팅 지출에 대한 ROI 극대화

## 문제

마케팅 조직은 성공에 따라 예산을 할당하지만 무엇이 성공적인지 어떻게 결정할까요? 어떤 전술이 판매 또는 전환에 기여하는지 그리고 그 기여의 크기가 어느 정도인지 마케터가 어떻게 결정할 수 있습니까? 정답은 마케팅 기여, 즉 소비자가 최초의 마주침에서 최종 구매로 이동할 때까지 각 접점과 상호 작용하는 방식을 평가하는 체계적인 관행입니다. 다양한 채널, 메시지 및 제안이 고객의 결정에 미치는 영향을 파악함으로써 마케터는 향후 캠페인을 최적화하고 마케팅 지출에 대한 ROI를 극대화할 수 있습니다.

## SNOWFLAKE의 솔루션

Snowflake는 마케팅 지출을 최적화하는 데 도움이 되는 맞춤형 멀티 터치 기여 모델을 마케터가 머신러닝을 활용하여 구축하는 데 도움이 됩니다. Snowflake 데이터 클라우드에 데이터 사일로를 제거하고 단일 플랫폼에서 고객 데이터 세트를 통합합니다. 고급 분석을 위해 해당 데이터 세트를 활성화하고 쉽게 공유할 수 있도록 해 마케팅, 데이터 과학 및 엔지니어링 팀이 긴밀하게 협력하여 모델을 설계 및 구축하고 그 결과를 캠페인 최적화에 활용할 수 있도록 합니다. 마케터는 실시간으로 모든 채널에 걸쳐 가장 큰 영향을 미치는 참여에 대한 통찰을 얻고 더 빠르게 조치를 취하여 투자를 극대화할 수 있습니다.

## 회사 주요 사항:



본사          뉴욕 주, 해리슨  
사업 영역    광고

PepsiCo의 데이터 과학 프로젝트 중 하나는 ROI 엔진으로, PepsiCo의 마케팅 및 광고 캠페인의 효과를 평가하고 측정하는 머신러닝 모델링 기반 도구입니다. 이 ROI 엔진은 PepsiCo 마케터가 다양한 미디어 캠페인의 성과에 대한 질문에 답하고 마케팅 비용을 어디에 지출할 것인지에 대해 추천하는 데 도움이 됩니다. ROI 엔진의 일부로 해당 팀이 여러 데이터 소스에서 정보를 수집하고 이 데이터를 데이터 클라우드에 저장합니다. 그런 다음 데이터 과학자는 이 데이터 세트를 사용하여 실행 가능한 통찰을 생성합니다. Snowflake의 안전한 데이터 공유 덕분에 팀은 조직 내 다른 팀과 데이터베이스 또는 테이블을 빠르게 공유할 수 있습니다. 팀은 데이터 파이프라인 구축에 관해 걱정할 필요가 없습니다. 그들은 언제든지 가장 최신의, 최신 상태의 데이터에 액세스할 수 있습니다. 모든 데이터 세트가 한곳에 함께 있습니다. 이 ROI 엔진은 이미 PepsiCo가 특정 브랜드의 디지털 보급률을 두 자릿수까지 늘릴 수 있도록 했습니다.

## 더 알아보기

# #6 데이터 수익화를 통한 수익 창출

## 문제

데이터 수익화: 오늘날 수익 성장의 성배입니다. 2020년에 16억 달러로 추정되었던 데이터 수익화 세계 시장은 2026년까지 41억 달러에 이를 것으로 예상됩니다.<sup>7</sup> 소매업체들은 고객 데이터베이스와 로열티 프로그램에 방대한 데이터를 보유하고 있습니다. 이 데이터는 데이터 및 소비자 개인 정보 보호법에 따라 안전하게 공유될 때 많은 기업에 가치 있는 것이 될 수 있습니다. 공급업체는 재고 계획 및 가격 책정을 개선할 수 있습니다. 광고주는 마케팅 콘텐츠를 더 잘 타겟팅할 수 있습니다. 금융 및 지원 조직은 금융 및 보증과 같은 인접 고객 서비스를 제공할 수 있습니다. 문제는 특정 데이터 세트를 쉽고 안전하게 분리하고 공유하는 방법에 있습니다.

## SNOWFLAKE의 솔루션

Snowflake 데이터 마켓플레이스는 소매업체가 데이터를 안전하게 공유하고 수익을 창출할 수 있도록 합니다.<sup>8</sup> 소매업체는 데이터 클라우드 공급업체로부터 공유하고 싶은 데이터 세트를 선택하고 Snowflake 데이터 마켓플레이스에 라이브, 관리형, 읽기 전용 데이터 세트로 즉시 게시할 수 있습니다. 이는 API 또는 데이터 파이프라인을 구축 및 유지 관리할 필요를 없애고 데이터 변환 및 전달을 위한 ETL 프로세스와 관련된 비용과 노력을 줄입니다. 또한 소매업체가 원할 때 원하는 것을 공유하고 수익을 창출함에 따라 자사의 데이터를 제어할 수 있도록 합니다.

회사 주요 사항:

# Sainsbury's

본사 영국, 런던  
사업 영역 소매

Sainsbury's는 자사의 모든 브랜드에 걸쳐 중요 비즈니스용 데이터에 대한 단일 진실 공급원을 만들기 위해 Snowflake 데이터 클라우드를 선택했습니다. Sainsbury's는 엔터프라이즈 데이터 웨어하우스를 모델링하는 방법 및 접근 방식인 Data Vault를 구현했으며 이는 민첩하고 유연하며 확장 가능합니다. Snowflake를 통해 Sainsbury's는 자사 제품을 경쟁 제품과 비교하는 제품 매칭 서비스를 출시할 수 있었습니다. 이 서비스는 그 웹 사이트에서 인기 있는 기능입니다. 이 기업은 Snowflake의 데이터 과학 엔진이 제공하는 비즈니스 편익을 계산하기 위해 비즈니스 모델을 구축했습니다. Snowflake 이전에는 GDPR 요청을 처리하고 보고서를 생성하는 데 IBM MDM, Oracle 및 PostgreSQL을 비롯한 여러 시스템에서 복잡한 프로세스가 수반되었습니다. Snowflake는 중복과 혼란의 층을 제거하는 데 도움이 되었습니다. 엔지니어는 이제 7~8개의 서로 다른 시스템 대신 하나의 시스템만 살펴보면 됩니다.

[더 알아보기](#)

# #7 운영 및 보고 현대화

## 문제

현대적인 데이터 인프라는 오늘날 경쟁력을 유지하고자 하는 소매업체라면 최소한 지불해야 하는 것입니다. 노후화된 온프레미스 인프라는 민첩성과 혁신에 대한 요구를 충족할 수 없으며 시간과 리소스를 많이 소요합니다. 클라우드 기반 인프라를 사용하면 저렴한 비용으로, 데이터 사일로 또는 형식의 제한 없이 무제한의 데이터를 저장하고 공유할 수 있습니다. 또한 사용자가 다양한 도구를 사용하여 분석 또는 머신 러닝을 실행할 수 있고 더 짧은 시간에 더 많은 양의 데이터를 처리할 수 있으므로 오늘날 비즈니스에 필수적인 실시간 데이터 기반 의사 결정이 가능합니다.

## SNOWFLAKE의 솔루션

Snowflake의 데이터 클라우드는 소매업체가 재고 관리와 같은 핵심 기능의 비효율성을 간소화하는 동시에 비즈니스 성과에 대한 실시간 가시성을 확보하고 예측을 개선할 수 있도록 하는 최신 데이터 인프라를 제공합니다. 데이터 클라우드는 수요를 예측하고 재고, 공급망 및 주문 처리를 최적화할 수 있는 세분화되고 시기적절한 통찰을 제공합니다. 소매업체는 또한 데이터를 복사하거나 이동하지 않고도 쉽게 공유할 수 있으므로 개인 정보 보호 및 보안 제어가 강화됩니다.

## 회사 주요 사항:



본사            일리노이 주, 로즈몬트  
사업 영역    식품 및 음료

Snowflake의 데이터 클라우드는 US Foods의 거래 데이터를 위한 단일 분석 리포지토리로 확장되었습니다. DataRobot 및 Snowflake의 예측 분석은 US Foods가 예측을 구축하고 고객 이탈률을 줄이도록 돕습니다. US Foods는 카탈로그에서 제품을 제거하기 전에 수백만 개의 이전 기록을 분석하여 수익 영향을 추정하고 이탈 가능성이 있는 고객을 식별하며 개별화된 유지 노력을 개발합니다. DataRobot과 Snowflake의 결합은 US Foods의 운영과 보고서를 현대화하여 수동 조작과 인적 오류가 적은 즉각적이고 실행 가능한 통찰을 제공합니다.

## 더 알아보기

# #8 가격 책정, 상품화 및 상품 구색 계획 전략 최적화

## 문제

McKinsey에 따르면, 오늘날처럼 변동성이 큰 소매 시장에서 성공하기 위해 “선반과 창고에 자연스러운 깊이로 다양한 종류의 제품을 구비하고 있는 소매업체는 예상치 못한 공급 충격에 대비할 수 있습니다.”<sup>9</sup> 이러한 결정을 내리기 위해서는 소매 판매업자가 범주의 최적화는 물론 동적 배치, 가격 책정 및 프로모션 결정을 위해 부서 간 팀(cross-functional team)에 영향을 미쳐야 합니다. 그러나 세분화된 제품 판매 정보 및 고객 통찰에 대한 접근 없이는 판매자가 본능에 따라 팀에 영향을 미치고 결정을 내릴 수밖에 없습니다. 결과적으로 팀은 망설임과 결정에 대한 의문으로 마비되고, 차선의 결정을 내려 판매에 영향을 끼칠 수 있습니다.

## SNOWFLAKE의 솔루션

Snowflake 데이터 클라우드를 통해 상품 계획 리더가 거의 실시간으로 제품 판매 통찰에 액세스할 수 있습니다. 그들은 소비자의 필요와 구매 습관을 예측하는 데 사용되는 소비자 인구 통계, 유동인구, 범주 및 기타 데이터 통찰로 이 데이터를 풍부하게 할 수 있습니다. 결과적으로, 그들은 어떤 제품을 우선시해야 하는지, 가격 책정과 홍보 방법, 그리고 매장과 전자 상거래 사이트를 어떻게 구성해야 하는지에 관한 시기적절한 데이터 기반 결정을 통해 매출 성장을 촉진할 수 있습니다.

## 회사 주요 사항:

# URBAN OUTFITTERS

본사            펜실베이니아 주, 필라델피아  
사업 영역    소매

Snowflake의 데이터 클라우드를 통해 UO(Urban Outfitters)는 기업에 대한 360도 보기를 생성하고 비즈니스 리더가 데이터 기반 의사 결정을 내리도록 할 수 있는 단일 진실 공급원을 구축할 수 있었습니다. 매장 관리자는 정보에 액세스하여 이른 아침에 배치 결정을 내릴 수 있습니다. 판매자와 구매자는 많은 계산을 변경하면서 동시에 배송 지연 없이 동등한 TV(올해)와 LLY(재작년) 보고를 추가할 수 있습니다. UO가 데이터 클라우드에 보관할 수 있는 가격 책정 내역의 양은 과거 추세의 광범위한 분석을 가능하게 하여 가격 책정 및 판촉에 대한 최상의 현재 경로를 결정할 수 있도록 합니다. 유통 센터의 데이터는 중앙 집중화되고 실시간으로 업데이트되며 쉽게 액세스할 수 있으므로 신속하고 시기적절한 공급망 관리 결정이 가능합니다. 업스트림에 지연이 있는 경우 UO는 서비스 수준을 유지하기 위해 가상 웨어하우스 크기를 늘릴 수 있습니다.

## 더 알아보기

# #9 주문 처리, 배송 및 고객 경험 최적화

## 문제

오프라인 판매에서 옴니채널 판매로의 진행 추세가 계속됨에 따라 고객은 제품이 필요할 그 순간 그리고 그 장소에서 제품을 사용할 수 있기를 기대합니다. 소매업체는 클릭 앤 콜렉트 및 당일 배송을 포함한 다양한 새로운 모델을 충족해야 합니다. 이를 위해서는 수요를 예측하고 재고, 공급망 및 주문 처리를 최적화할 수 있는 세분화되고 시기적절한 통찰이 필요합니다. 그러나 제품 판매 정보가 사일로 전반에 걸쳐 분산되는 레거시 기술로 인해 운영 리더들이 오래된 데이터를 사용하는 단계를 벗어나지 못하고 있습니다. 이는 시기적절한 주문 처리 및 배송 실패와 평균 이하의 고객 경험으로 이어질 수 있습니다.

## SNOWFLAKE의 솔루션

데이터 클라우드는 데이터를 한 장소에 중앙 집중화하여 운영 리더가 거의 실시간으로 모든 SKU 수준 재고 및 판매 데이터에 액세스할 수 있도록 합니다. 이들은 소비자 인구 통계 및 수요에 영향을 미칠 수 있는 기타 요인에 관한 지역적 통찰을 통해 이 데이터를 풍부하게 할 수 있습니다. 결과적으로 클릭 앤 콜렉트를 운영하고 배송 기간을 몇 주에서 몇 시간으로 단축하는 것과 같은 주문 처리 혁신을 촉진할 수 있습니다. 필요한 것보다 더 많은 제품을 보유한 매장과 품질 가능성이 있는 매장을 식별할 수 있습니다. 그리고 그들은 제 시간에 배송을 완료하여, 고객을 행복하게 하고 다시 찾아오도록 할 수 있습니다.

## 회사 주요 사항:



본사            워싱턴 주, 시애틀  
사업 영역    음식점

2020년 3월, 팬데믹이 MOD Pizza의 모든 것을 바꿨습니다. 하룻밤 사이에, 이 회사는 비용을 절감하고 대면 방문에서 디지털 우선으로 근본적으로 전환해야 했습니다. 회사의 중역들이 데이터 스택에 막대한 투자를 하기로 막 결정한 상태였습니다. Snowflake와 Tableau를 통해 매장 레이아웃과 프로세스를 변경하여 디지털 주문, 커브사이드 픽업 및 모바일 배달을 제공할 수 있었습니다. 그들은 디지털 채널 전반에 걸쳐 패밀리 팩을 홍보하기 위해 메뉴를 변경했습니다. 이는 개별 주문을 극대화하던 이전 전략에서 크게 변화한 것이었습니다. 또한 코로나19 노출 정보를 신속하게 공유하고 다음 단계에 대한 셀프서비스 액세스를 통해 직원들을 지원할 수 있었습니다.

## 더 알아보기

# #10 공급망 효율성 및 채널 파트너와의 협업 촉진

## 문제

소비자 수요와 공급의 계속된 변동으로 인해 운영 리더들에게는 수요를 예측하고 재고를 최적화하기 위한 세분화되고 시기적절한 통찰이 필요하게 되었습니다. 그러나 제품 판매 정보가 사일로 및 채널 파트너 시스템 전반에 걸쳐 분산되어 있기 때문에 운영 리더들이 오래된 데이터를 사용하는 단계를 벗어나지 못해 창고 및 매장 재고 전반에 걸쳐 과도한 재고 부족 및 비효율성을 초래하게 됩니다. 소매업체에는 공급망의 모든 부문에서 실시간으로 통찰을 수집하여 소비자 수요의 변화를 측정하고 이에 대응할 방법이 필요합니다.

## SNOWFLAKE의 솔루션

Snowflake의 데이터 클라우드를 사용하면, 운영 리더들이 SKU 수준 재고 및 판매 데이터에 거의 실시간으로 액세스할 수 있습니다. 이들은 소비자 인구 통계 및 수요에 영향을 미칠 수 있는 기타 요인에 관한 지역적 통찰을 통해 이 데이터를 풍부하게 할 수 있습니다. 결과적으로 더 스마트하게 재고 할당 결정을 내리고 클릭 앤 콜렉트를 운영하거나 배송 기간을 몇 주에서 며칠로 줄일 수 있고 심지어 당일 배송을 하는 등 주문 처리 과정의 혁신을 이끄는 것까지 가능합니다. Snowflake 데이터 마켓플레이스를 사용하면 채널 파트너 및 기타 시스템에서 얻은 2차 당사자 및 타사 데이터를 통합해야만 가능한 강력한 인벤토리 예측도 수행할 수 있습니다. 날씨, 소셜 미디어 감성, 인플레이션 및 노동력 동향과 같은 중요한 실시간 정보를 수집하여 거시적인 이종 산업 간 동향을 이해할 수도 있습니다. 이는 공급망 중단을 예측하고 공급망 효율성을 높이는 데 필수적입니다.

## 회사 주요 사항:



본사            캘리포니아 주, 샌프란시스코  
사업 영역    소매

Instacart는 Powered by Snowflake 프로그램을 통해 Snowflake와 파트너십을 맺고 자사의 소매 파트너들이 Instacart 마켓플레이스에서 보다 포괄적이고 시기적절한 구매 동향과 통찰을 확인할 수 있도록 하는 애플리케이션을 구축했습니다. 모든 식료품점에서 수만 개의 고유한 SKU와 시시각각 변화하는 재고 및 기타 속성이 실시간 동향을 보고함으로써 Instacart는 자사의 소매 파트너에게 훨씬 더 많은 가치를 전달할 수 있습니다. 설계 최적화 및 액세스 제어에 중점을 둔 Powered by Snowflake 프로그램의 워크숍은 Instacart가 자사의 새로운 소매업체 통찰 도구에 대한 개발 일정을 상당히 가속화할 수 있도록 했습니다. 제품 및 가용성 데이터를 보다 원활하게 처리하고 이를 다시 실시간으로 소매 파트너와 공유할 수 있기 때문에 Instacart는 소매업체가 매장 선반에서 무슨 일이 일어나고 있는지 더 명확하게 파악하고 궁극적으로 더 큰 비즈니스 성장을 촉진할 수 있도록 지원합니다.

## 더 알아보기

# 소매 데이터의 힘 실현

사일로화된 데이터와 파편화된 통찰이라는 고민을 안고 있는 소매업체, 전자 상거래 및 소비재 회사는 엔드 투 엔드 민첩성을 구축하고 비즈니스 전반에 걸쳐 데이터 기반 의사 결정을 내리기 위해 고군분투하고 있습니다. Snowflake는 POS(point-of-sale) 시스템, 마케팅 분석 애플리케이션, 로열티 프로그램, 공급망, 유통 및 물류, 상품화, 재고 관리 및 주문 처리에서 나온 데이터를 모두 모아 비즈니스 의사 결정을 지원하는 중앙 집중식 통합 데이터 리포지토리를 제공합니다.

더욱 최신의, 세분화된 데이터와 강력하고 확장 가능한 엔진을 갖춘 소매업체는 고급 분석을 지원하고 운영 효율성을 개선하며 수익성을 극대화하고 비용을 최소화하는 동시에 원활한 옴니채널 고객 경험을 통해 더 큰 가치를 제공할 수 있습니다. Snowflake를 사용하여 소매 데이터의 힘을 실현할 수 있는 방법에 대한 자세한 내용은 [소매 및 소비재를 위한 Snowflake](#)에서 확인하십시오.





## SNOWFLAKE 소개

Snowflake가 제공하는 데이터 클라우드의 거의 무제한의 규모, 동시성, 성능을 통해 수천 개의 조직이 데이터를 모으는 글로벌 네트워크입니다. 데이터 클라우드 내에서 조직은 사일로된 데이터를 통합하고, 관리형 데이터를 쉽게 검색하고 안전하게 공유하며, 다양한 분석 워크로드를 실행합니다. 데이터나 사용자가 어디에 있든 Snowflake는 여러 공용 클라우드에서 단일하고 원활한 경험을 제공합니다. 이미 데이터 클라우드의 새로운 영역으로 비즈니스를 추진하고 있는 Snowflake 고객, 파트너 및 데이터 공급자에 합류하십시오.

[snowflake.com](https://www.snowflake.com)



© 2022 Snowflake Inc. All rights reserved. 여기에 언급된 Snowflake, Snowflake 로고 및 기타 모든 Snowflake 제품, 기능 및 서비스 이름은 미국 및 기타 국가에서 Snowflake Inc.의 등록 상표 또는 상표입니다. 여기에 언급되거나 사용된 기타 모든 브랜드 이름 또는 로고는 식별 목적으로만 사용되며 해당 소유자의 상표일 수 있습니다. Snowflake는 그러한 소유자와 연관되거나 후원 또는 보증을 받지 않습니다.

### 인용

<sup>1</sup> [bit.ly/3EP0Yah](https://bit.ly/3EP0Yah)

<sup>2</sup> [mck.co/3CXyBpy](https://mck.co/3CXyBpy)

<sup>3</sup> [mck.co/3EK6Ykr](https://mck.co/3EK6Ykr)

<sup>4</sup> 비정형 데이터 지원은 현재 공개 미리 보기로 제공됩니다.

<sup>5</sup> [mck.co/3I4RmAJ](https://mck.co/3I4RmAJ)

<sup>6</sup> [bit.ly/3o26242](https://bit.ly/3o26242)

<sup>7</sup> [yhoo.it/3EMX14p](https://yhoo.it/3EMX14p)

<sup>8</sup> 데이터 수익화는 현재 미리 보기로 제공됩니다.

<sup>9</sup> [mck.co/3H64zTe](https://mck.co/3H64zTe)