

SNOWFLAKE와 SEGMENT를 통해 ALLÈ 로열티 프로그램 재출시와 10억 달러의 D2C 매출을 달성한 ALLERGAN

RETAIL +
HEALTHCARE

Allergan Aesthetics

an AbbVie company

회사 Allergan Aesthetics
위치 미국 캘리포니아주 어바인

SNOWFLAKE WORKLOADS USED



Allergan Aesthetics는 매년 400만 명 이상이 사용하는 JUVÉDERM®과 LATISSE® 등 여러 미용 제품과 더불어 BOTOX® Cosmetic을 제조하는 글로벌 제약 회사입니다. Allergan의 이전 비즈니스 모델은 B2B2C 기반으로, Allergan이 헬스케어 의료진에게 제품을 판매하면 이들이 최종 소비자에게 제품을 재판매하는 방식으로 운영되었습니다. 그 결과, Allergan은 제품을 재판매하는 헬스케어 의료진에게 마케팅의 대부분을 투자했으며, 최종 소비자에 대해서는 많이 고려하지 않았습니다. 하지만 경쟁이 갈수록 치열해지자 Allergan은 지속적인 성장을 위해서는 최종 소비자와 직접 연결될 수 있도록 관계를 개선하고 구축해야 한다는 사실을 깨달았습니다.

주요 내용:

커넥터, 드라이버, 프로그래밍 언어 및 유틸리티에 대한 확장 네트워크

Allergan은 Snowflake와 Segment를 연결하여 완전한 고객 프로필을 구축할 수 있었습니다.

데이터 사이언스 & ML 활용

Allergan은 Snowflake와 Segment를 통해 머신러닝 모델을 사용하여 획득당 비용을 41% 절감할 수 있었습니다.

데이터 민주화 및 사일로 제거

Snowflake와 Segment reverse ETL은 다운스트림 애플리케이션 전반에 걸쳐 데이터를 자동화하여 데이터 사일로를 제거합니다.

당면 과제:

단편적이고 단절된 레거시 아키텍처로 인한 고객 경험의 품질 저하
Snowflake와 Segment를 도입하기 전까지 Allergan의 레거시 아키텍처에는 상당한 격차가 존재했습니다. 브랜드와 디지털 제품 포트폴리오 전반에서 고객 데이터가 단절되어 있었고, 팀은 디지털 경험 전반에 걸쳐 사용자를 하나로 묶는 데 어려움을 겪었습니다. 레거시 아키텍처는 팀이 보다 직접적이고 개인화된 경험을 제공하는 데 매우 중요한 ‘이벤트’, 즉 고객 행동을 추적할 수 없었습니다.

Allergan의 데이터 프로세스는 운영 측면에서 부담이 컸으며 확장도 쉽지 않았습니다. 또한, 셀프서비스 모델에서 데이터를 사용할 수 없었습니다. 데이터 분석가는 데이터베이스를 쿼리하고 보고서를 생성하여 Excel로 가져온 다음 조직 전체에 이메일을 전송해야 했습니다. 게다가 데이터를 수집하려면 제한적인 고객 정보를 웹 사이트와 모바일 앱에서 Microsoft SQL Server로 스트리밍할 필요가 있었습니다. 그런 다음 데이터 엔지니어링 팀이 레거시 CRM 시스템에 데이터를 보내면 마케팅 팀은 이 시스템을 통해 일반 고객을 대상으로 이메일과 메시지를 전송했습니다.

Allergan의 수석 데이터 사이언티스트인 Mehrdad Hosnieh Farahani는 이러한 과제에 대해 다음과 같이 설명합니다. “마케팅 관점에서 보면 사내 여러 브랜드와 디지털 엔터티 전반에서 긴밀한 통합이 이뤄지지 않았기 때문에 기회를 많이 놓쳤다고 볼 수 있습니다. 소비자에 대한 주요 데이터가 중앙에 집중되지 않았기 때문에 마케팅 채널에서부터 등록, 치료에 이르는 소비자의 여정을 파악하지 못했죠. 즉, 데이터 아키텍처에 핵심적인 부분이 빠져있었습니다.”

4.9

Allè의 App Store 평점
(5점 만점)

10%

JUVÉDERM® ‘구매 완료’
획득당 비용 감소

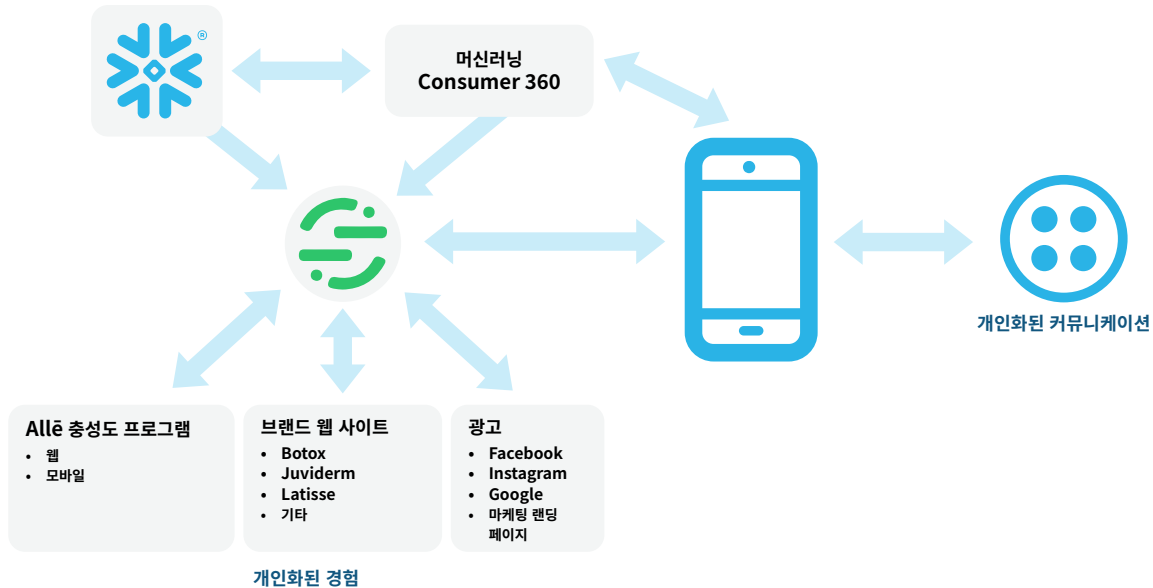
300만 명 이상

적극적으로 참여하는 Allè 충성 사용자

10억 달러 이상

2021년 이후 D2C로 달성한 매출

INTELLIGENT CUSTOMER ENGAGEMENT



파편화된 데이터는 일반적이고 획일화된 레거시 로열티 프로그램 앱인 Brilliant Distinctions의 등장으로 이어졌습니다. 프로그램 사용자의 절반은 의사가 추가하였으며, 정작 해당 사용자는 등록되어 있다는 사실조차 몰랐습니다. App Store 내 평점이 5점 만점 중 2.6점에 그치자 팀은 사용자 경험을 개선하고 더욱 개인화된 방식으로 고객 관계를 구축할 필요가 있다는 것을 깨달았습니다.

솔루션:

개인화된 고객 참여를 위한 지능형 데이터 플랫폼 구축

경쟁이 갈수록 치열해지자 Allergan은 지속적인 성장을 위해서는 데이터를 더 효율적으로 활용하여 고객과 직접 연결될 수 있도록 관계를 개선하고 구축해야 한다는 사실을 깨달았습니다. 그러나 팀은 이를 위해 기술 스택을 재구축하고 중앙 집중화된 고객 데이터 소스를 마련해야 했습니다. Allergan Aesthetics의 CTO인 Tory Brady와 그의 팀은 고객과의 직접적인 관계를 효과적으로 발전시키기 위해 인텔리전트한 고객 참여 모델을 구축하는 작업에 나섰습니다.

선택한 솔루션은 다음과 같습니다.

- **Segment:** 고객 데이터를 수집, 통합 및 연결하고 정확한 사용자 프로필을 지원
- **Snowflake:** 머신러닝 모델을 구동하고 잠재 고객 구축에 정보를 제공하는 하나의 데이터 소스
- **Twilio Programmable Messaging:** 충성도 프로그램 멤버에게 트랜잭션 텍스트 메시지를 전송하여 원활한 고객 경험을 제공

Allergan은 Segment와 Snowflake를 통해 개인화된 고객 충성도 프로그램을 재출시할 수 있었고, 이제 팀은 고객을 대상으로 보다 적합한 메시지를 직접 전달할 수 있습니다.

Segment는 고객 데이터를 수집하고 표준화하며, 해당 데이터를 Allergan의 데이터 플랫폼인 Snowflake에 자동으로 로드하여 고객에 대한 단일 뷰를 제공합니다. Allergan의 프로덕트 엔지니어링 팀은 Segment를 통해 강화된 데이터를 Snowflake에서 사용하여 각 고객과 관련된 혜택, 제품 및 콘텐츠를 예측하는 머신러닝 모델을 구축했습니다. 팀은 이러한 예측을 애플리케이션과 웹 사이트에 연결하여 개인화된 콘텐츠를 제공하고 참여를 높입니다.

Allergan의 수석 데이터 아키텍트 Vishwanath Tanneeru는 Segment와 Snowflake가 자사의 데이터 사이언스 및 마케팅 이니셔티브에 어떻게 도움을 주는지에 대해 다음과 같이 설명합니다. “머신러닝 팀은 사용자 지정 잠재 고객과 소비자 프로필에 대한 데이터 사이언스 점수를 Snowflake 데이터 플랫폼에 로드합니다. 이제 마케팅 팀, 개인화 팀, CRM 팀은 Segment의 잠재 고객 빌더로 목표 잠재 고객 그룹을 생성하고 Segment가 지원하는 여러 마케팅 채널을 통해 해당 고객에게 도달할 수 있습니다. Segment와 Snowflake를 통해 이러한 엔드 투 엔드 자동화를 신속하고 손쉽게 이뤄낼 수 있었으며, 이는 Allergan의 비즈니스에 즉각적으로 가치를 더해 주었습니다.”

“Snowflake와 Segment를 통해 손쉽게 데이터를 통합할 수 있었습니다. Snowflake는 우리가 Segment에서 추적 중인 이벤트의 다운스트림 수신자 역할을 합니다. 말 그대로 Snowflake에 데이터를 로드할 때 켜는 토글 버튼인 셈이죠.”

—TORY BRADY,

CTO, Allergan Aesthetics / 프로덕트, 엔지니어링,
데이터 부문 부사장, Allergan Data Labs

결과:

2021년 이후 D2C를 통해 10억 달러 이상의 매출 달성

Allergan의 새로운 기술 스택은 보다 의미 있고 시의적절하며 영향력 있는 방식으로 고객과의 직접적인 소통을 지원했으며, 궁극적으로 더욱 강력한 고객 관계를 구축할 수 있었습니다. 또한, Allergan이 D2C 비즈니스로 전환하는 데도 도움을 주었습니다. Allergan은 Allē 전반에서 고객에게 초점을 맞추고 개인화된 고객 커뮤니케이션을 실현하여, 2021년에 4억 달러 이상의 새로운 수익을 창출할 수 있었습니다. Brady는 Snowflake와 Segment를 인수합병에 따른 통합과 같은 예상치 못한 변화에 민첩하게 적응할 수 있는 미래 지향적인 시스템으로 보고 있습니다.

“Segment를 통해 데이터를 수집하고 Snowflake로 원활히 로드함에 따라 사내 분석가와 BI 팀이 대시보드와 인사이트를 신속하게 생성할 수 있습니다. 덕분에 시장 출시 시간이 단축되고 의사 결정 속도가 빨라졌습니다.”

—VISHWANATH TANNEERU,
리드 데이터 아키텍트, Allergan Aesthetics

JUVÉDERM® ‘구매 완료’ 획득당 비용 10% 감소

Allergan Aesthetics는 Snowflake 및 Segment를 통해 데이터 사이언스 및 머신러닝을 활용하여 고객 획득 비용을 최적화합니다. Farahani는 “Snowflake와 Segment 덕분에 머신러닝 모델을 사용하여 실행 중인 캠페인을 빠르게 반복할 수 있었습니다. 그 결과 소셜 미디어 광고를 통해 JUVÉDERM®에 대한 구매 완료 획득당 비용을 10%까지 줄일 수 있었습니다. 통합에 따라 캠페인을 신속하게 제공할 수 있었으며 머신러닝 인사이트가 캠페인 결과 개선에 기여했습니다.”라고 말합니다.

향후 전망:

Segment, Snowflake 및 Twilio 덕분에 Allergan의 마케팅 기술 스택은 보다 유연하게 고객 중심으로 바뀌었습니다. 마케팅 팀은 새로운 도구를 더 신속하고 손쉽게 테스트할 수 있으며, 프로덕트 팀은 사용자 중심의 새로운 피쳐와 기능을 빠르게 구축할 수 있습니다. Allergan은 Segment와 Snowflake 간의 새로운 통합을 모색하고 있습니다. Segment의 새로운 리버스 ETL 도구는 Allergan이 플랫폼 전반에서 데이터 사일로를 추가로 제거하도록 지원합니다. Allergan은 리버스 ETL을 통해 데이터 플랫폼과 Braze 등의 애플리케이션 간의 데이터 품질 보증을 자동화하고 데이터 일관성을 개선할 수 있습니다. Allergan의 마케팅 기술 책임자인 Christine Li는 Snowflake와 Segment를 인프라의 핵심 부분으로 여기며 앞으로도 투자를 이어갈 계획입니다.

Snowflake 소개

Snowflake와 함께하면 어떤 조직이든 Snowflake 데이터 클라우드를 통해 데이터를 한 곳에서 활용할 수 있습니다. 고객은 데이터 클라우드를 사용하여 사일로화된 데이터를 통합하고, 데이터를 검색 및 안전하게 공유하며, 데이터 애플리케이션을 강화하고 다양한 AI/ML 및 분석 워크로드를 실행합니다. 또한, 데이터나 사용자가 어디에 있는 Snowflake는 여러 클라우드와 리전에 걸쳐 단일 데이터 환경을 제공합니다. 2023년 7월 31일 기준, 2023년 Forbes Global 2000 기업(G2K) 중 573개사를 비롯한 다양한 산업 분야의 많은 고객이 Snowflake 데이터 클라우드를 사용하여 비즈니스를 강화하고 있습니다.

더욱 자세한 내용은 snowflake.com에서 확인하세요.