



Sterling Selling and Fulfillment Suite

Any offer. Any channel. Any supply.



옴니채널 및 O2O 서비스를 위한 심장 - Omni-Channel Order Management

2015. 4. 24 (v3.3)

Agenda

- 현재와 미래에 대한 옴니채널 Landscape
- 옴니채널 국내외 사례 및 이점
- 옴니채널 Enablement를 위한 Next Stage

NO.01

2013년 09월 12일 (목)



똑똑한 소비자는 옴니 채널 카트에 물건을 담는다

한국IBM · 밸류체인, 'Omni-Channel Order Fulfillment를 위한 차세대 전략 세미나' 개최

“효과적인 옴니 채널 운영에 실패한 유통업체는 2015년과 2016년에 그들 카테고리 매출의 15~30%를 잃게 될 것이다.” (세계적인 전자상거래 전문가 IBM Smarter Commerce의 John Stelzer Worldwide Industry Lead)

최근 각광받고 있는 인터넷, 모바일, 카탈로그, 오프라인매장 등 여러 가지 채널을 유기적으로 결합해 고객 경험을 극대화하는 '옴니 채널(Omni-Channel)'과 고객으로부터 주문을 받아 배송하는 '주문 충족(Order fulfillment)'을 주제로 한 세미나가 열렸다.

지난 4일 한국IBM과 물류IT 솔루션 전문기업인 밸류체인씨엔티(주) (대표이사 백인권, 이계주)는 서울신라호텔 영빈관에서 'Omni-Channel

Order Fulfillment를 위한 차세대 전략 세미나'를 개최했다. 인터넷, 모바일, 카탈로그, 오프라인 매장 등 커머스 시장의 현주소와 미래 비전, 더불어 다양하고 복잡한 주문을 신속하고 정확하게 처리할 수 있는 물류 솔루션을 소개하기 위해 열린 이날 세미나에는 300명이 넘는 업계 관계자들이 참석해 'Omni-Channel Order Fulfillment'에 대한 뜨거운 관심을 나타냈다.

이날 세미나에서 IBM Smarter Commerce팀의 John Stelzer Worldwide Industry Lead는 'Evolving From Cross-Channel To Omni-Channel-스마트 커머스 미래 전략'이라는 주제발표를 통해 “오늘날의 똑똑한 소비자들은 오프라인 매장, 콜센터, 인터넷... (후략)

화학적 통합은 아님

단일 채널 Single channel

멀티 채널 Multi channel

크로스 채널 Cross channel

온/오프 채널간 개별 대응

각 채널별 통합 관리

채널간 '협업'

채널별 상품/서비스 구분

채널별 상품/서비스 구분

채널별 상품/서비스 통합

채널별 고객 관리

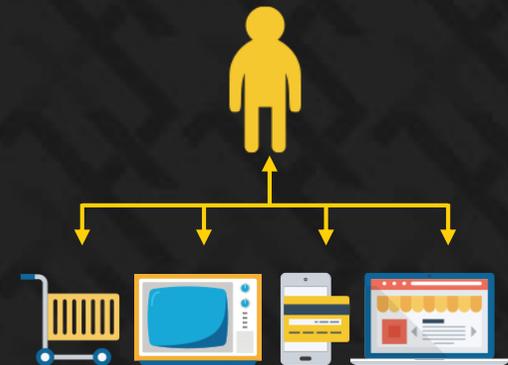
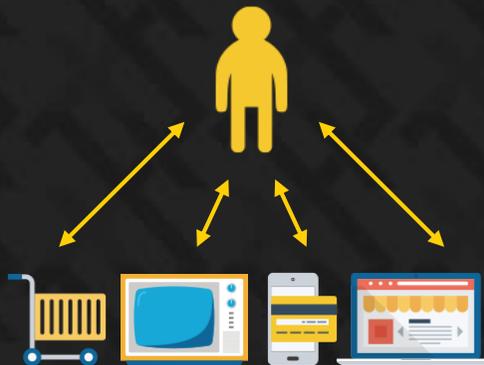
채널별 고객 관리

채널별 고객 통합 관리

채널별 관리 조직 분리

채널별 관리 조직 분리

채널별 관리 조직 분리



- 전체 채널을 통합
- 채널별 상품/서비스 일원화
- 고객 관리 통합
- 관리 조직 통합
 - ▶ 끊임 없는 (seamless) 고객 관리
 - ▶ 조직간 경쟁이 아닌 협력



고객의 다양한 탐색 및 구매 과정 온라인과 오프라인을 넘나드는 고객



* 출처 : Google, Holiday Shopping Intentions Study 2012 (2012년 10월)

✧  **50%**
 이상 연간 더 많이 소비

웹이나 매장만을 고집하는 소비자들에 비해 옴니채널 소비자들은 **연간 50% 이상 더 소비**

4.5배[✧]
 이상 고객 보유율이 더 큼  ✧

✧ 한 채널만 고집하는 쇼핑객에 비해 옴니채널 고객들은 평균적으로 **고객 생애 가치 (Customer Lifetime Value)가 4.5배 더 큼**

 **\$30**
 이상 매장 방문에서 구매

매장을 방문할 때 매장만 방문하는 고객보다 옴니채널 고객들은 **\$30 이상의 비용을 소비**

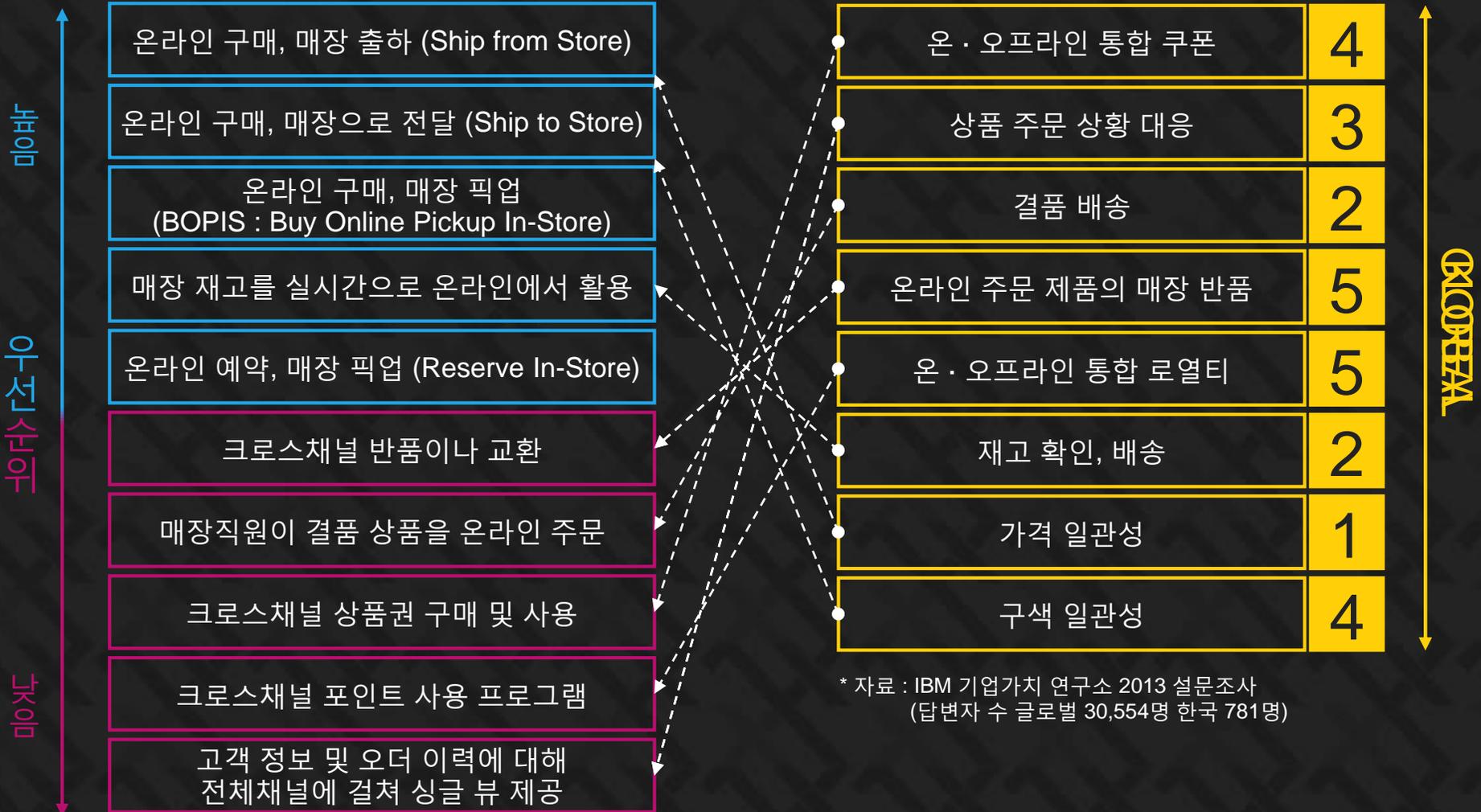
옴니채널 소비자



* 출처: 앤드류모리스 투자자문

옴니채널 프로그램의 기업전략 우선 순위

옴니채널에 대한 소비자 요구사항 순위



* 자료 : IBM 기업가치 연구소 2013 설문조사 (답변자 수 글로벌 30,554명 한국 781명)

* 자료 : 포레스터 리서치 2013년 10월 설문조사 (글로벌 유통사 의사결정권자 337명)

소매유통 체인을 보유한 전체 159개 기업 (Internet Retailer Top 500)

	24개 기업	135개 기업
옴니채널 서비스 제공	Pickup-In-Store, Ship-to-Store, Return-to-Store 등 옴니채널 서비스 제공 (일부 기업은 Ship-from-Store 기능도 제공)	제한적
Online 매출 성장률 (2012년 → 2013년)	27.0%	13.4%



인터넷 리테일러
24개 기업 중에서
IBM 솔루션을 활용
하여 선도적인
옴니채널 서비스를
제공하는 기업

* 출처: 인터넷 리테일러, "똑똑한 Top 500 유통체인 기업들은 온라인 성장을 위해 매장을 활용한다", 2014년 4월

Agenda

- 현재와 미래에 대한 옴니채널 Landscape
- 옴니채널 국내외 사례 및 이점
- 옴니채널 Enablement를 위한 Next Stage

“

”

*David Jones의 옴니채널 전략은
기반 구축에 먼저 중점을 두었으며,
이러한 기반을 통해
기술 인프라와 물리적 인프라를 정비하고,
프로세스를 재조정하고, 인적자원 및 매장관리에
투자해야 했습니다.*

- David Robinson, David Jones 마케팅, 재무 서비스 및 고객혁신 그룹 임원 -

*IBM WebSphere Commerce
IBM Digital Analytics
IBM Product Recommendation
IBM Sterling OMS / WMS*



2014년 회계보고
(2014. 5. 31)

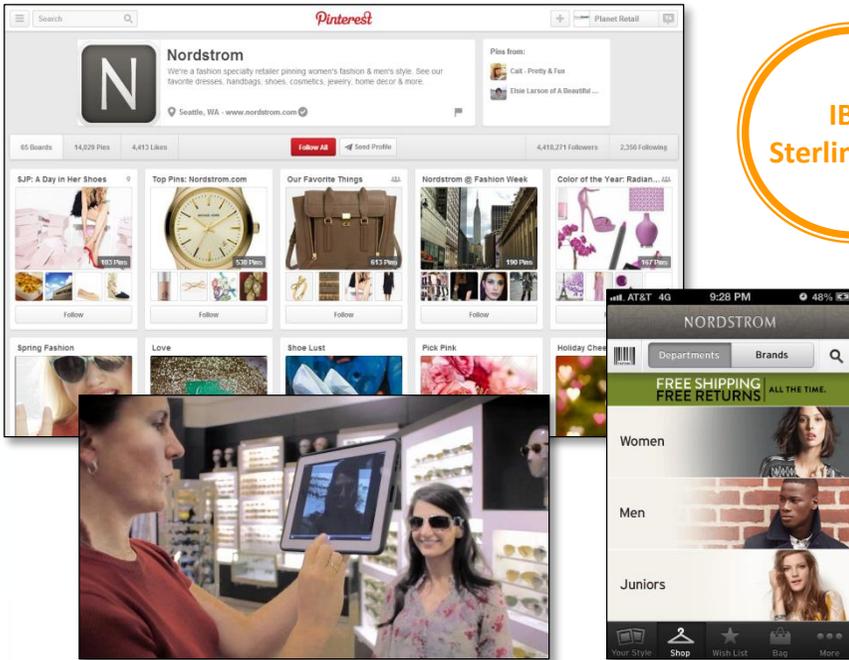
- 글로벌 Web 세일즈 : 42% 증가 (767 m\$)
- Web/Store 소비자 직접 판매 : 21.6% 증가 (5.3 bn\$)

“우리는 e-커머스 분야에서 보다 향상된 고객경험을 제공하기 위해 **인프라, 기능, 글로벌 확장에** 있어 중요한 투자를 단행했습니다.

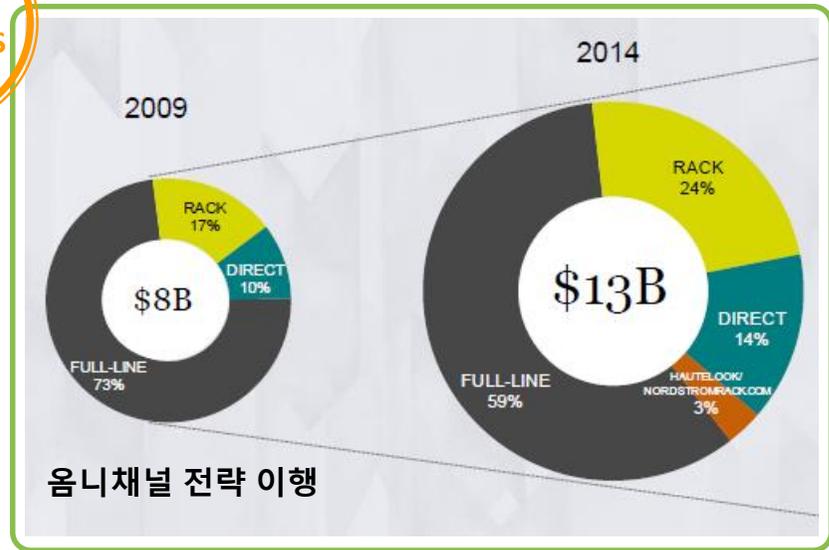
소비자들이 온라인으로 쇼핑할 때 **끊김 없는 프리미엄 경험을 원하고 있다**는 사실과 이것이 Nike.com을 위한 목표라는 것을 우리는 알고 있습니다.”



- Mark Parker, Nike CEO



지난 5년간 50% 이상 매출 성장



옴니채널 전략 이행

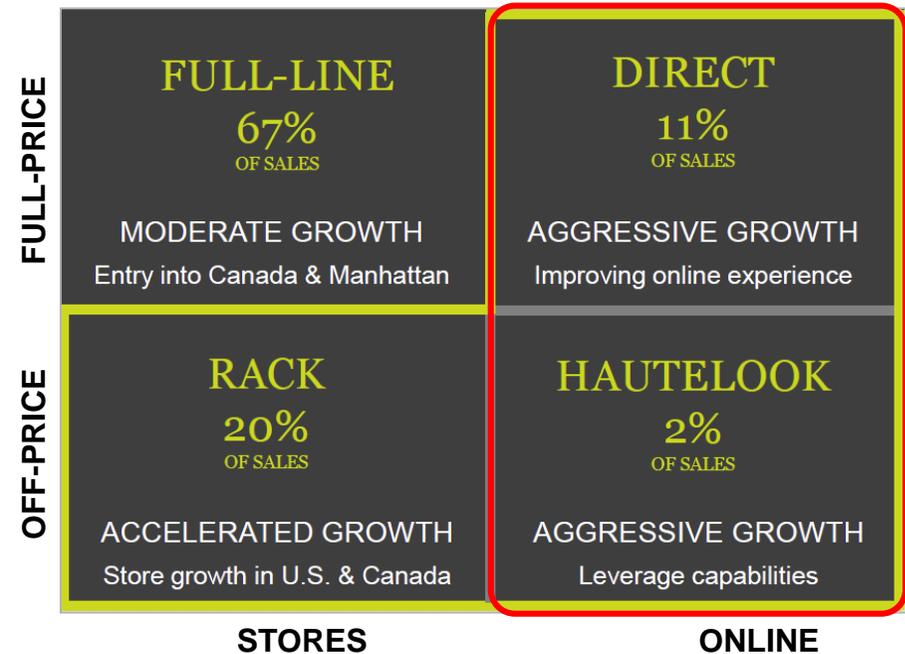
* 출처: Retail Info Systems, "Omni-Channel Readiness", 2013년 10월 / Internet Retailer, "Nike grows global web sales 42%", 2014년 6월 27일

Nordstrom사는 2009년부터 **옴니채널 Synergy**를 통한 고객경험 향상을 목표로 경쟁사를 Positioning 하고, **향후 5년간의 성장전략으로 On-line**을 선택했습니다.

옴니채널 Synergy / 경쟁사 Positioning



5년 이상의 장기 성장전략 및 성장동인



Value Proposition

- 고객 위주
- Fashion Authority
- 서비스 & 경험
- Offer 다양성
- 옴니채널

판매의 50% 까지

RACK 및 **ONLINE** 에서 매출 기대

목표:

- 높은 1자리수의 판매 성장
- 15% 정도의 투자자본이익률(ROIC)

* 출처: Nordstrom 2013 IR자료

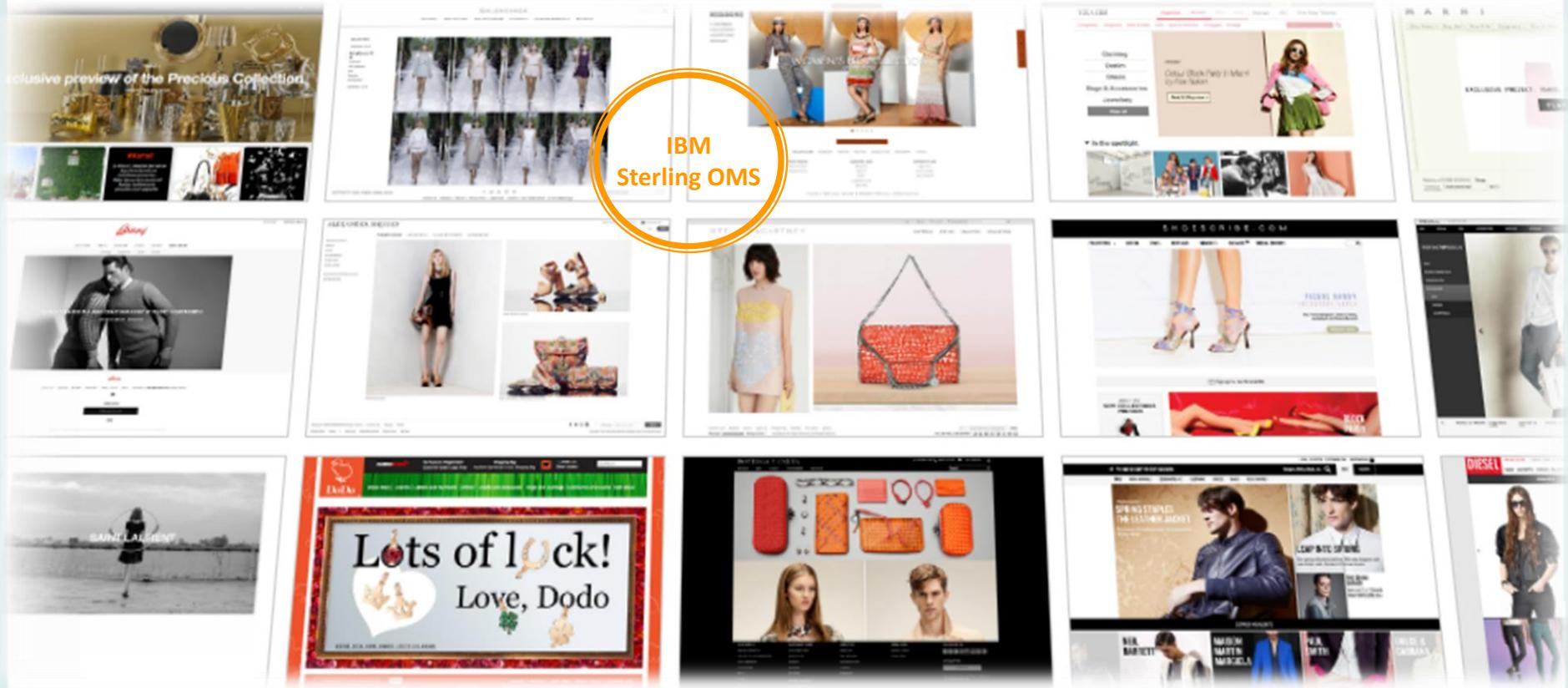
Yoox (IR Top500 184위)는 전체 커머스 솔루션(커머스, 업무운영, 콜센터, 물류창고, 물류)을 In-house 구축. (4개의 물류센터와 Yoox사의 직접적인 통제를 벗어나는 **수천 개의 유통 로케이션을 통해 100개국 이상에서 40개 이상의 브랜드를 서비스 하는 복잡도를 관리**하기 위해 비즈니스 기반을 이루는 플랫폼을 향상시키고 시장의 수요에 보조를 맞추는데 있어 애로사항을 겪고 있었음)

상품 추적(Serialization) 및 반품관리, Yoox사가 소유하지 않은 물리적인 점포로 오더 관리 확장이 필요



YOOX.COM | THECORNER.COM | SHOESCRIBE.COM

ALEXANDER WANG



A black car bumper is visible at the top of the frame. Below it, a black mat with white text is placed on the ground. The text on the mat reads "WEB PICKUP" in a bold, sans-serif font. The mat is surrounded by a white border on the ground.

WEB
PICKUP

#1. Store Pickup (매장 픽업)

신세계, 통합 쇼핑몰 ('14.01)

- SSG닷컴 플랫폼을 통해 기존 온라인몰과 백화점, 마트 전체를 아우르는 새로운 형태의 채널 구축
- 고객 데이터 통합 및 DW / 빅데이터 활용



롯데, 픽업 데스크 ('14.11)

- 롯데닷컴(웹, 앱) 주문 후 롯데백화점에서 픽업
- 매장 서비스 제공 : 선물 포장, 수선 등
- '10년 첫 시작(2개점), 현재 9개점으로 확대



◀ BACK TO ALL JACKETS

◀ PREV NEXT ▶

NEW ARRIVALS

CITY CREPE - FLYAWAY JACKET

SEARCH WITHIN 10 MILES OF 10007

CHANGE

Your selection is available at 7 stores.
Select a store to pick it up.

NEWPORT CENTER MALL (2 ml.)

86TH STREET (6 ml.)

58TH STREET (4 ml.)

MYRTLE AVE. (6 ml.)

STEINWAY STREET (6 ml.)

QUEENS CENTER MALL (7 ml.)

SHOW MORE LOCATIONS

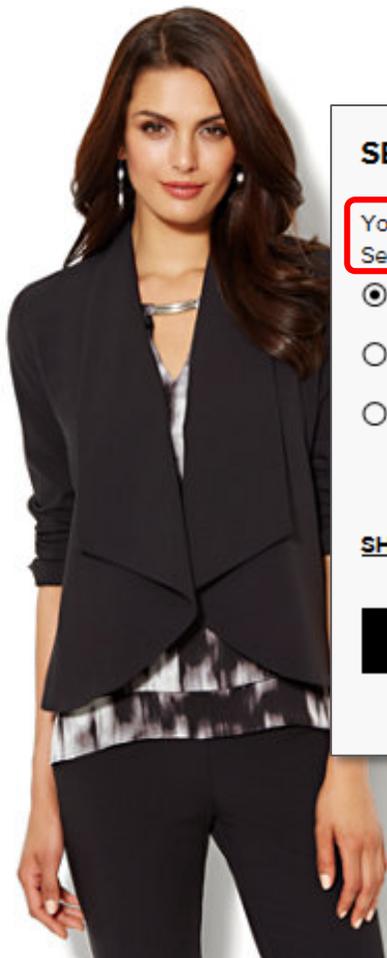
PICK UP IN STORE

SHIP INSTEAD

PICK UP IN STORE

BUY ONLINE & PICK UP IN STORE IS AVAILABLE IN ALL STORES (EXCLUDING OUTLETS).

YOU MAY ALSO LIKE



FLYAWAY JACKET
\$66.95
BUY 1 GET 1 50% OFF



SCUBA EPAULETTE
BLAZER
~~-\$79.95~~ **-\$39.97**



SHARE

DOUBLE CLICK TO ZOOM

인터넷 리테일러 2014 Top 500의 19위를 차지하고 있는 GAP사는 **온라인 예약, 매장 픽업 (Reserve Online, Pickup-In-Store)** 서비스를 2013년 6월부터 시작하여 드라마틱한 매출증진을 경험했습니다.

FY2013 Web 매출 USD 2.26bn, Web 매출비중 14.0%



	2013년 4월 19일	2014년 4월 17일
인터넷 리테일러 Top 500	22위	19위
온라인 예약 서비스	Reserve-in-Store 또는 Reserve Online, Pickup In-Store	
매출 변화	-	2013년 대비 : 21.5% 증가
브랜드	GAP, Old Navy, Athleta, Banana Republic, Piperlime	
향후 계획	-	2014년 Q2까지 1,600개 이상의 매장 전체에 적용



“우리의 자체 기술력은 전체 채널에 걸쳐 고객 경험을 디자인 할 수 있도록
스피드, 확장성, 유연성을 제공합니다.”

- Art Peck, GAP Chain's President of Growth, Innovation & Digital

출처: InternetRetailer, “Gap will try a variation of order online and pick up in store Called reserve-in-store, the program begins in June.”, 2013년 4월 19일
InternetRetailer, “Gap closes the gap between e-commerce and stores”, 2014년 4월 17일

A photograph of a car's rear bumper and trunk area. A black mat with the words 'WEB PICKUP' in white, bold, sans-serif capital letters is placed on the ground directly in front of the car. The mat is rectangular and has a white border. The car is dark-colored, and the background is a dark, paved surface.

. 매장 방문객 증가
.. 구매 전환율 (Conversion Rate) 향상

신속한 상품 구매
상품 구매의 신뢰성 향상



#2. Ship-to-Store (그리고, 다른 편리한 장소로)



Free shipping on orders of \$50 or more*

Free pickup in-store with **site to store***[†]

Free returns in-store or by mail*

**Pickup In-Store
Return to-Store**

	site to store*		Shipping		
	In-store pickup <small>As soon as today or in 6 to 9 days**</small>	Value <small>6- to 9- day delivery</small>	Standard <small>3- to 5- day delivery</small>	Expedited <small>2- to 3- day delivery</small>	Rush <small>1- to 2- day delivery</small>
Orders of \$50 or more	Always free	Always free	just 2 ⁹⁷	Varies per item	Varies per item
Orders under \$50	Always free	just 4 ⁹⁷	just 6 ⁹⁷	Varies per item	Varies per item



Website header for Bass Pro Shops. Includes search bar, navigation links (Shop, 1Source - News & Tips, Stores, Boats & ATVs, Big Cedar Lodge), and utility links (Gift Cards, Contact Us, My Account, My Cart).

Ship to Store

IT'S NOT TOO LATE receive your order by Father's Day More Info ©
Some exclusions apply

Free Shipping
with "Ship to Store"

Bass Pro Shops offers FREE shipping to our stores! This feature allows you to ship most items to any of our retail store locations (excluding Canada). Best of all, there is NO SHIPPING CHARGE on ship to store orders!

amazon

All Departments
 ▲ Help
 ▲ Shipping & Returns
 ▲ Site to Store
 Site to Store Shipping with FedEx
 New Customer

Amazon은 수많은 7-Eleven 매장에서 무료 Locker 픽업 기능 제공



Free Shipping to a FedEx Office using **site to store**

Now you can use Site to Store for free shipping to a FedEx Office. We've added FedEx Office locations to our list of Site to Store pickup points to make it even easier to find a place that's convenient for you.

To use a FedEx Office as a pickup location:


 Shop at Walmart.com

➔


 Get free shipping

➔


 Pick up at a FedEx Office

- 1 Look for the Site to Store logo on the product details page.
- 2 During checkout, select Site to Store as your shipping method.
- 3 Select a FedEx Office where you would like to pick up your order.

Find a FedEx Office near you

Locate now

Walmart는 FedEx 오피스가 있는 위치로 상품 배송

your local Walmart for complete Walmart.com returns, return cannot be returned to a FedEx Office for details, please see our [Returns Policy](#).

FedExOffice 

[Cancel or return your order](#)
 [Learn more about site to store](#)
 [Contact customer service](#)

*Business days, plus processing. Limitations apply. Please see terms and conditions for full details.

Walmart 
 Save money. Live better.



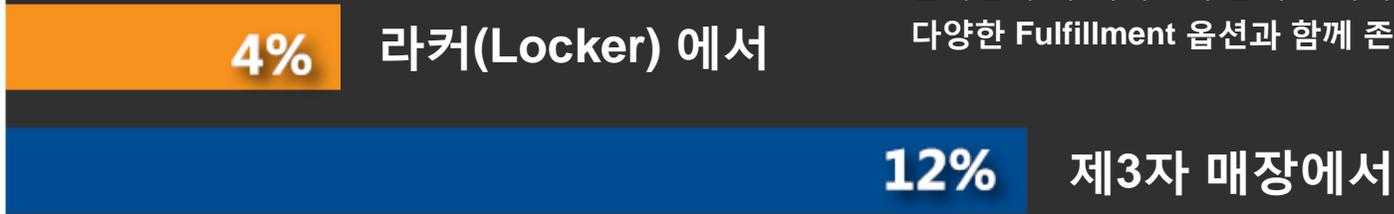
John Lewis

성공한 유통사들: NEXT사의 온라인 오더의 45%는 Click & Collect 사용. **John Lewis사의 Click & Collect 오더의 57%는 Waitrose 매장에서 픽업**

매장 컬렉션은 가장 인기있는 방식. 유통사들은 전통적인 쇼핑 환경 만큼 이 기능을 유연하게 만들기 위해 보다 노력할 필요가 있다.

수많은 유통사들은 Click & Collect 서비스를 더욱 더 매력적으로 만들면서 복잡한 배송 서비스가 증가하는데 따른 **재무적인 부담감에 대응** 할 수 없을 것이다.

온라인 쇼핑객별 컬렉션



택배 서비스를 위한 옵션은 온라인 구독 서비스와 같이 고객에게 가치를 전달할 수 있는 다양한 Fulfillment 옵션과 함께 존재해야 한다.

편의성은 쇼핑객에 의해 정의 – 그리고 쇼핑 미션 – Click & Collect 서비스는 결코 성배가 아니다.

CLICK & COLLECT
AVAILABLE FROM JOHN LEWIS & SELECTED WAITROSE SHOPS

FREE STANDARD DELIVERY
ON ALL ORDERS OVER £50

INTERNATIONAL DELIVERY
TO OVER 30 COUNTRIES

PRICE MATCH

Today we are matching a competitor's promotion

Find your
summer in fashion

패션의류 업계의 글로벌 경쟁사들은 이미 전세계 배송을 처리하고 있으며, 패션을 포함한 국내의 수많은 기업들은 **역직구 모델을 통해 해외 온라인 구매에 대한 대응을 시작하고 있습니다.**



. 배송 비용 절감
.. 매장 방문객 증가

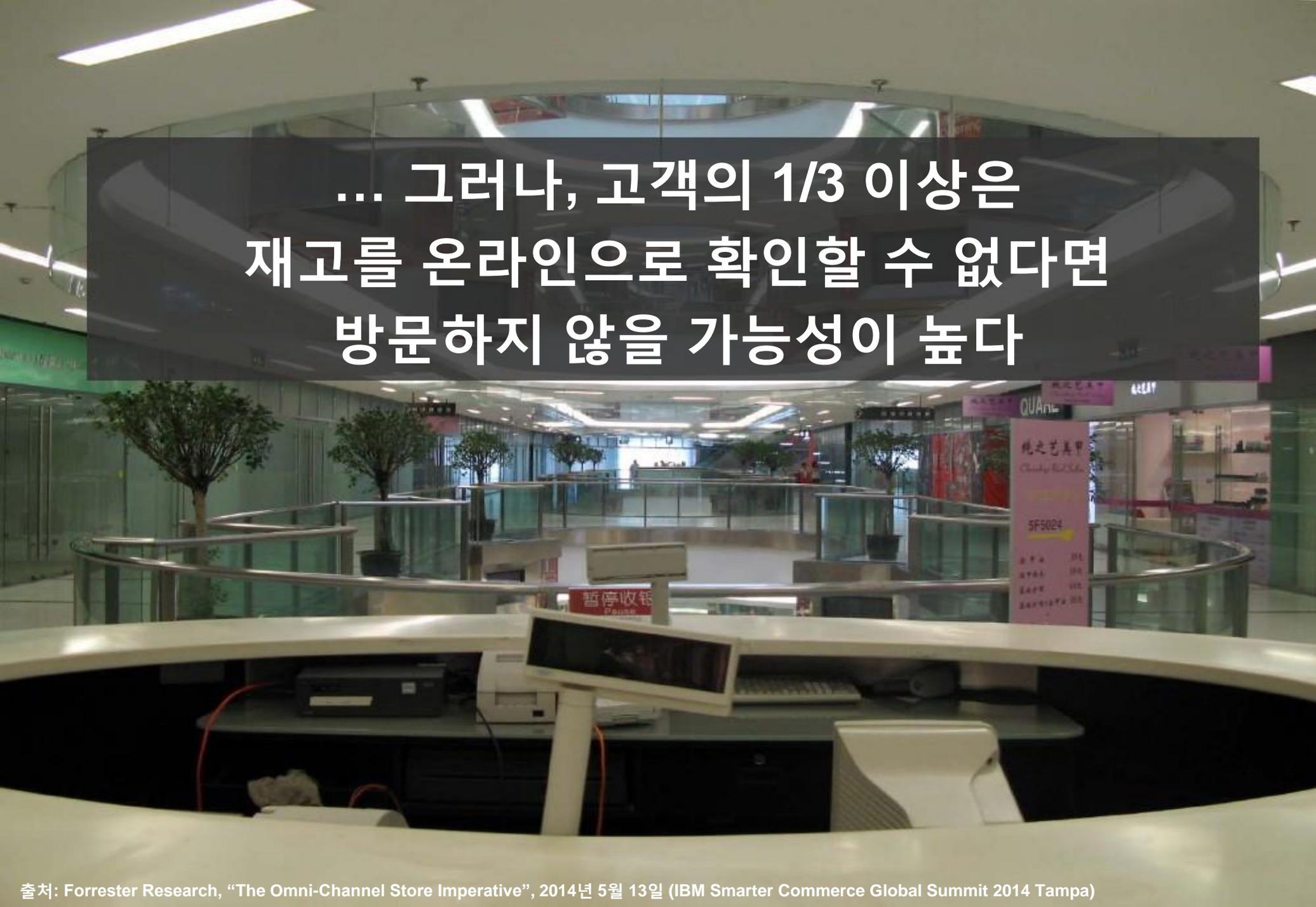
배송비 무료
주문의 신뢰성 향상 및 안전도 보장



#3. Store Inventory Visibility (온·오프라인 단일 재고 뷰)



고객의 75%는
온라인에서 매장 재고가 확인된다면
매장을 방문할 가능성이 높다 ...



... 그러나, 고객의 1/3 이상은
재고를 온라인으로 확인할 수 없다면
방문하지 않을 가능성이 높다

매장을 방문한 소비자가 바지와 자켓을 구매하고자 하는데,
바지와 잘 어울리는 자켓이 사이즈는 맞는데 컬러가 마음에 들지 않는 경우에
매장직원이 모바일 기기에서 상품의 재고 현황을 보여주며

**“이 상품의 재고가 한 블록 떨어진 매장과 물류센터에 있는데,
다른 매장을 방문하여 구매하실 수 있도록 조치를 취해드릴까요?
아니면 물류센터에서 택배로 배송해드릴까요?”** 라고 응대를 한다.

이러한 서비스를 소비자가 받는다면
열에 아홉은 그 매장에서 상품 구매 결제를 하고 배송을 받는다고 한다.
소비자에게 편의성을 제공한다는 것은 이런 서비스가 아닐까 생각해본다.

- 출처: 리테일 매거진 2015 “옴니채널로의 여행”

모바일 기기로 무장한 소비자



태블릿 기기를
활용한
매장직원의
고객 응대





Search



Ask Anna!

My account
My shopping cart
My shopping list

Join IKEA FAMILY
Join our email list
Información en español

- Offers
- New
- Living room
- Bedroom
- Kitchen & Appliances
- Children's IKEA
- Textiles & Rugs
- For Business
- Departments

Home / Kitchen / Interior organizers / Shelves & drawers

View more images



Search

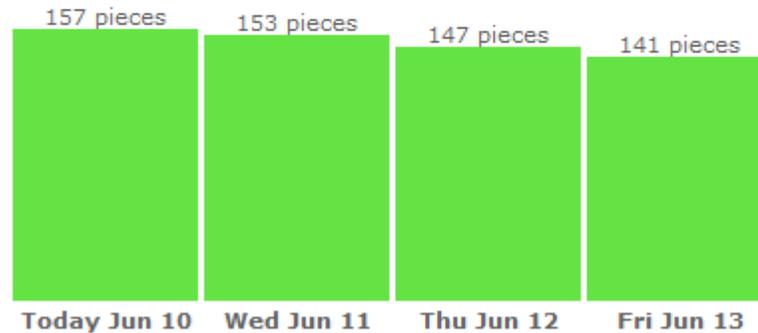
Welcome!

- Offers
- New
- Living room
- Bedroom
- Kitchen & Appliances
- Children's IKEA
- Textiles & Rugs

Product availability

Product: VARIERA Box, Store: MN, Twin Cities

This product will be in stock: Today Jun 10, Wed Jun 11, Thu Jun 12, Fri Jun 13
This product is also available for online purchase. See "Buy online".



- Available at your store
- Most likely available at your store
- Small chance of availability at your store



Share Pin it

Like Share 4

Services

Kitchen Planning Measuring Service

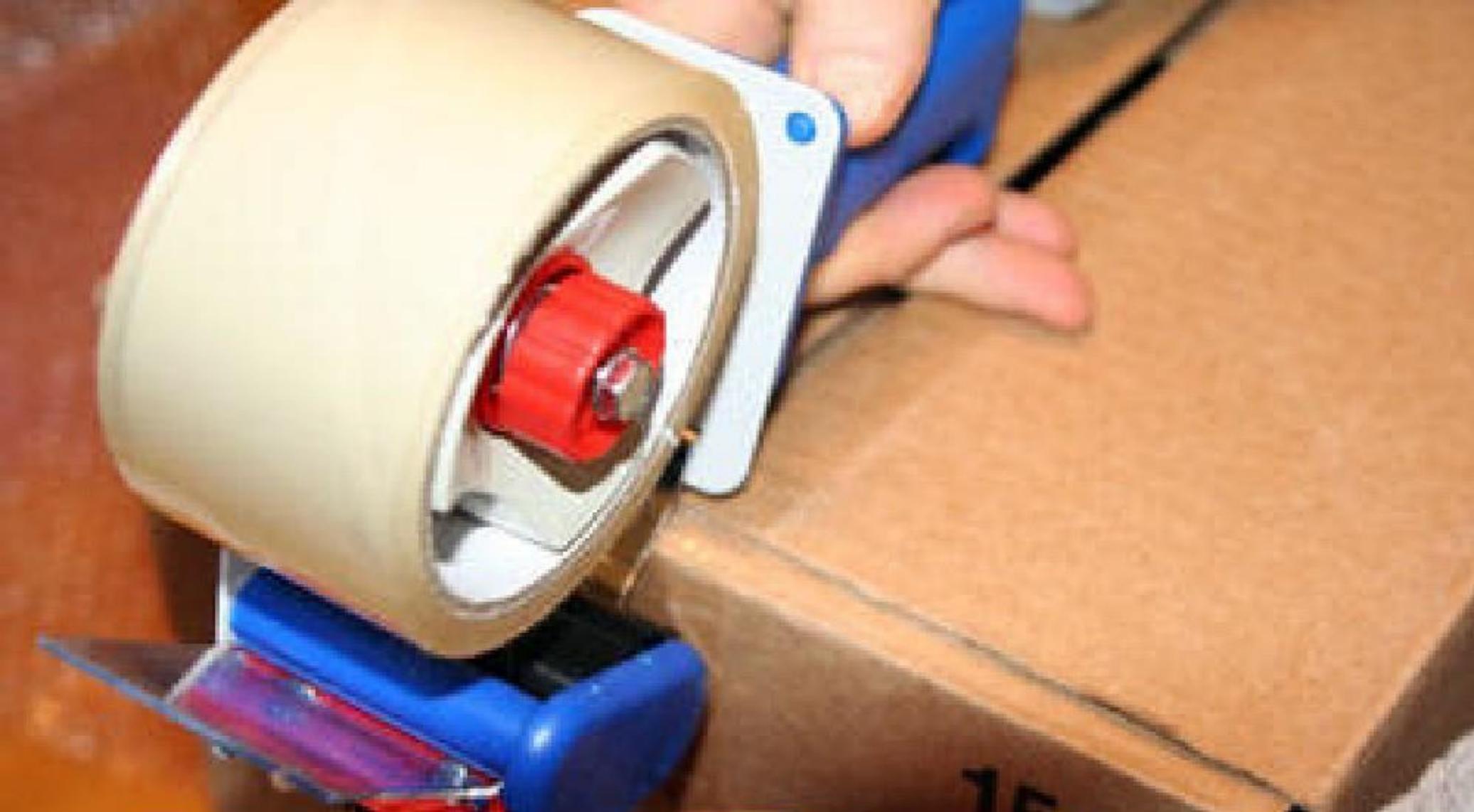
Installation Service

More Models



. 매장 방문객 증가
.. 매장 직원의 업무를 감소

온라인으로 편리하게 재고 확인
쇼핑의 편의성과 신뢰성 향상



#4. Ship-from-Store (매장 출하)

USA Today지는 2013년 9월 28일자 “소매유통을 위한 매장들은 아마존과 경쟁하기 위해 배송 센터가 되고 있다” 라는 기사를 통해 여러 글로벌 유통사들의 매장배송 전략에 대해 기술했습니다.



수천개의 매장을
배송허브(Shipping Hub)로
사용하여
Amazon의 100 여개
물류센터와 경쟁

매장출하 (Ship-from-Store)
기능을 통해
물류비를 절감하고
매장의 매출을 향상시키며
재고를 소진함으로써
경쟁 효과를 높이고 있다



BestBuy 사는
매장배송 기능을 통해
2014년도에 USD\$ 5.8B
추가 매출을 기대



출처: 출처: USA Today, “Retail stores become shipping hubs to battle Amazon”, 2013년 9월 28일

BestBuy는 Amazon과 경쟁하기 위해 2013년 적용한 **매장출하(Ship from Store)** 서비스를 통해 경쟁력을 높이고 매출을 증진시키고 있습니다.

IR 2014 15위 (2013 Web 매출 USD 10.03bn, Web 매출비중 2.1%)



고객 서비스 등급을 제공하는 **StellaService에 따르면**
2013년 10월 매장배송 서비스 이전과 이후를 비교했을 때, **더 빠른 배송시간**을 고객에게 제공



Ship from Store 프로그램	BestBuy 배송시간	Amazon 배송시간
적용 이전 배송시간	평균 7일	4일
적용 이후 배송시간 (2013. 10 조사)	2일 7시간	3일 12시간
2013년 11월 2일 3Q 실적	2013년 11월 2일 3Q 실적 보고: 전년 대비 온라인 판매 15.1% 증가 (USD \$4억 9,900만불)	-
성장 이유	매장배송 서비스를 통한 재고 가용성 고도화 및 온라인 오더를 위한 물류센터확장 (매장)	-
물류센터	2013년 2월 기준 북미 23개 물류센터 (e-커머스 전용 센터수는 미제공)	북미 물류센터 49개 (e-커머스 전용)



FY2015 Q2 (2014. 6 ~ 8) 온라인 세일즈 22% 증가
BestBuy.com 트래픽 증가 이유는 더 높은 평균 주문단가와 보다 향상된 디지털마케팅 프로그램인 **"Ship From Store"** ... CEO Herbert Joly



출처: USA Today, "Retail stores become shipping hubs to battle Amazon", 2013년 9월 28일
InternetRetailer, "Best Buy's online sales increase 22% in Q2", 2014년 8월 26일

Buy Online Ship from Stores (BOSS) Capability

IBM Sterling OMS



1



고객은 온라인으로 상품 주문

2



매장 직원은 주문 정보를 수신

3



매장에서 정확한 상품을 발견 (Pick)

4



상품 포장 (Pack)

5



고객에게 상품 배송 (Ship)

Benefits

- 매장에 있는 많은 상품을 e-커머스 고객을 위해 노출함으로써 고객 경험을 보다 향상 시킴
- 판매를 점진적으로 증가시키고 장바구니 크기 및 전체 구매전환률을 증진
- 운영 효율도를 향상시키고 재고를 효과적으로 사용

출처: American Eagle Outfitters, "Delivering Omni-Channel Commerce", 2014년 5월 13일 (IBM Smarter Commerce Global Summit 2014 Tampa)

Kohl's는 1,155개에 이르는 할인백화점에서 매장출하를 처리하고, Staples는 2,215개에 이르는 매장의 재고관리를 위해 Omni-channel OMS 솔루션의 **매장 재고관리 모듈**을 사용하고 있습니다.



- 입고**
- 입하작업 워크시트 출력
- 오더서 출력
- 화물입하 워크시트 기재
- 오더서 기록
- 명목검수
- 인바운드출하 검색
- 인바운드오더 찾기
- 출하**
- 출고 요청서 인쇄
- 화물출하문서 검색
- 백물피킹 기록
- 고객 오더피킹 기록
- BOL 생성
- 적하 목록에 추가
- 적하목록작업 완료
- BOL 검색



IBM Sterling Store
파일(F) 창(W) 도움말(H)

재고 상세내역 (704395270)

상점 번호: Auro_Store_1 | admin(Store Inventory Administrator)

재고

- 재고 검색
- 재고 조정
- 로케이션재고 검색
- 재고 이동 기록
- 재고감사정보 조회
- 로케이션 관리

재고실사

- 재고실사 시트 출력
- 아이템별 재고실사 요청
- 레코드 재고실사
- 월말 활동
- 재고실사 시트 아카이브 조회
- 재고실사 시트 조회
- 재고실사 요약정보 조회

실보관재고실사

- 실보관재고실사 시작
- 실보관재고실사 종료
- 실보관재고실사 기록
- 상태 조회
- 재고수량편차 수락
- 감사 조회

아이템 상세내역

아이템 ID	704395270	조직 코드	Aurora-Corp
UOM	단가	설명	Womens Zipped Hoodie - Size: S Color: Pink

중요 속성

로케이션재고

로케이션	수량	UOM

특별 판매

간략 설명	자세한 설명

Store Inventory Management

입고	재고 가시성
순환조사재고실사 (Cycle / Physical)	재고 조정
피킹, 패킹, 선적 (Pick, Pack, Ship)	재고 이동
로케이션 관리	재고 감사

납기내 배송가능 재고량

현재 가용성	0.00	가용성 적용구간(LEAD DAYS)				이동
시작 날짜	종료 날짜	공급	수요	사용 가능한	부족	



. 재고 회전 향상
.. 마크다운 / 폐기 감소

결품 상품에 대한 구매가 쉬움
빠른 배송시간 (매장이 DC보다 가까움)

Agenda

- 현재와 미래에 대한 옴니채널 Landscape
- 옴니채널 국내외 사례 및 이점
- 옴니채널 Enablement를 위한 Next Stage

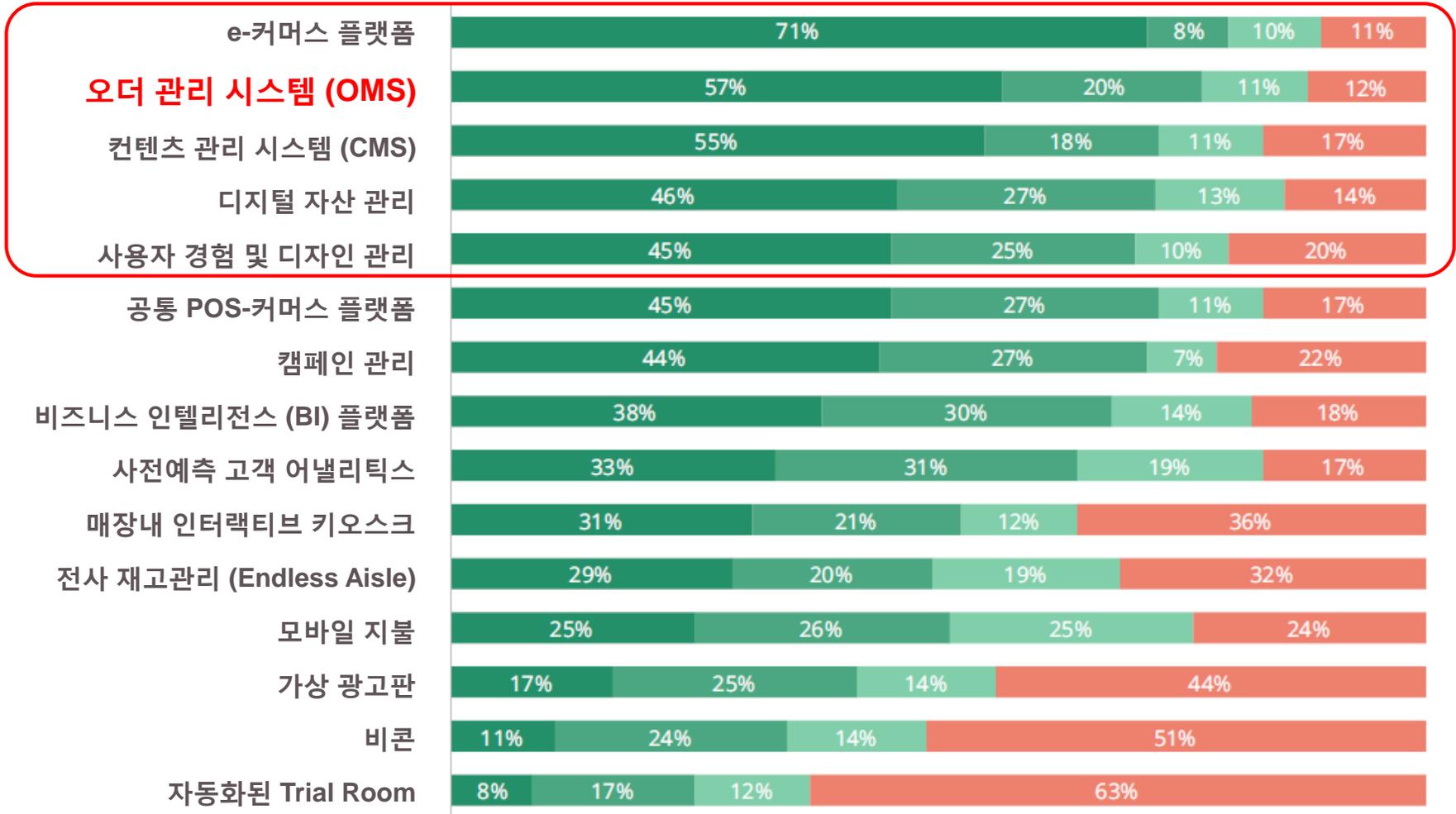
**옴니채널 성숙을 위한 Next Phase :
Omni-channel 전략을 위한 신기술 필요**



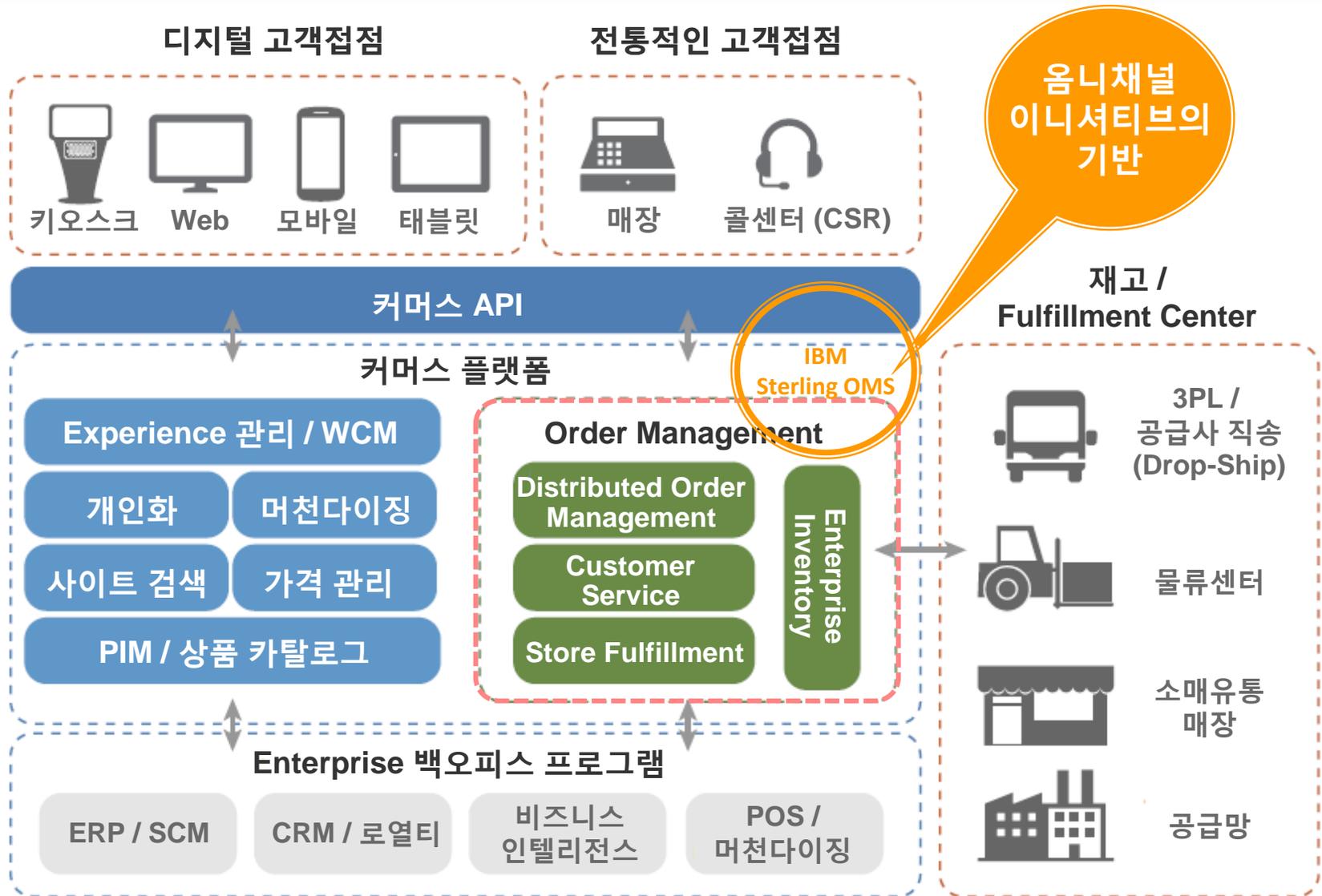
고객 편의성 제공을 위한 Customer Engagement 플랫폼



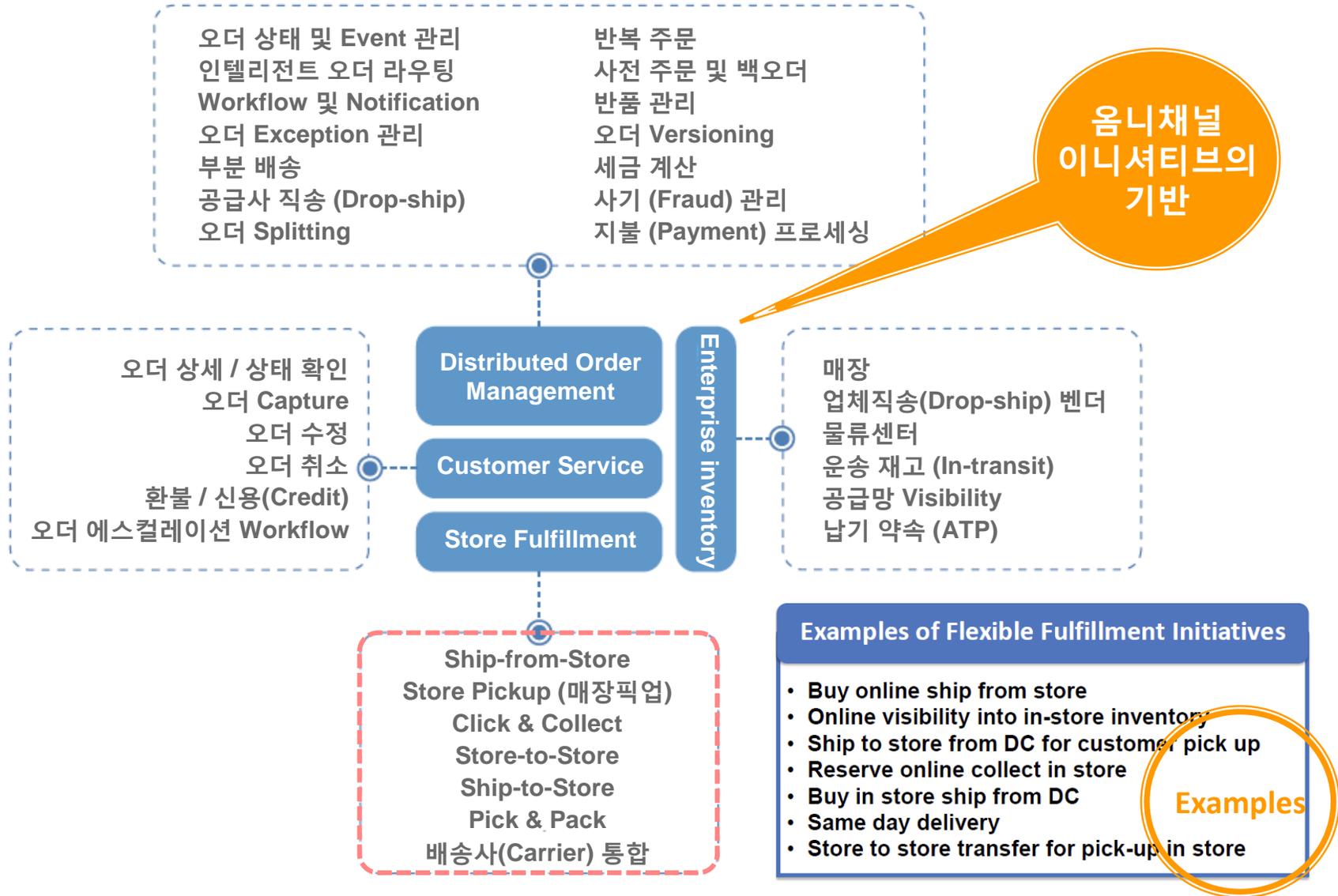
■ 현재 적용 ■ 1년 이내 적용예정 ■ 2년 이내 적용예정 ■ 적용계획 없음



* 출처: EKN-Symphony, "Omni-channel Customer Profitability Study", 2014

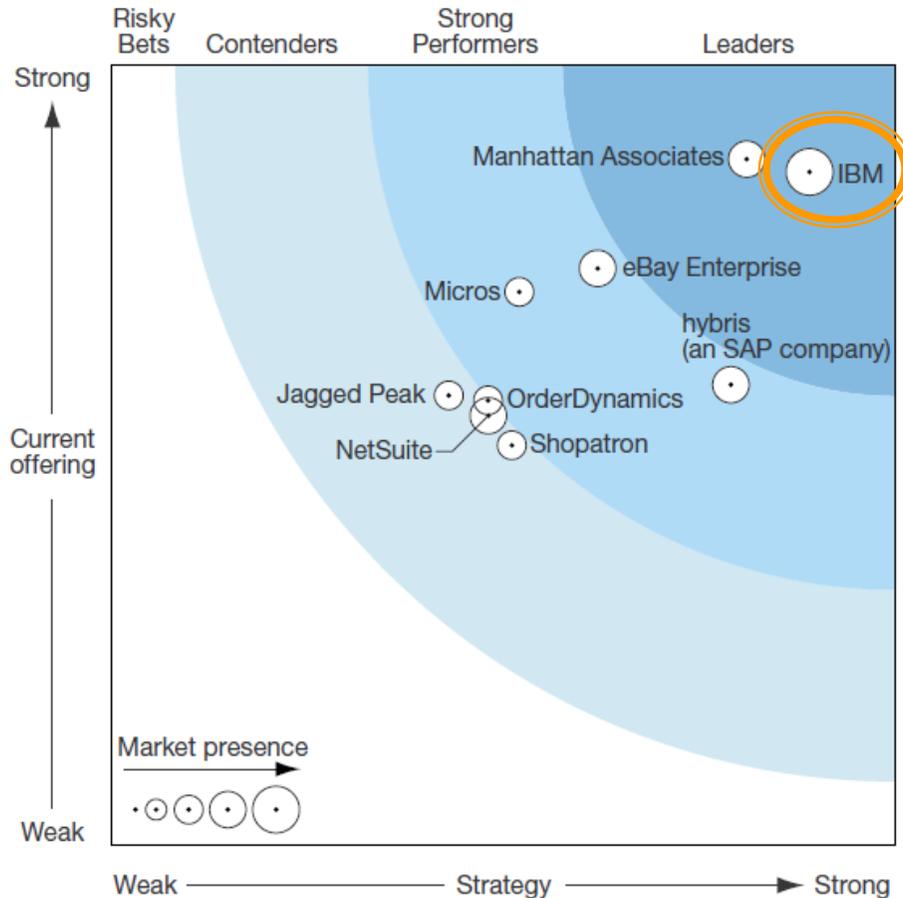


출처: Forrester Research, "The Forrester Wave™: Omni-Channel Order Management, Q3 2014", 2014년 7월 29일



출처: Forrester Research, "The Forrester Wave™: Omni-Channel Order Management, Q3 2014", 2014년 7월 29일

Figure 5 Forrester Wave™: Omnichannel Order Management, Q3 '14



현재 **IBM Sterling Order Management** 솔루션은 광범위한 산업군의 수 많은 Fortune 100대 기업에 대해 강력한 기능을 제공하고 있다.

IBM 솔루션은 이 평가에서 Leader 로써 재고 가시성, 납기약속(Order Promising), 분산 오더 관리, 콜센터 지원 뿐만이 아니라 온라인과 매장에서 **옴니채널 커머스를 가능하게 하는 Store Associate** 어플리케이션을 제공한다

출처: Forrester Research, "The Forrester Wave™: Omni-Channel Order Management, Q3 2014", 2014년 7월 29일

옴니채널 기능의 실현은
의미있고 가치적인 이점을 제공한다...



소매유통 기업과 소비자 고객들
모두를 위하여.

의류, 패션, 전자제품, 소비재 제조, 식자재 유통 등



슈퍼마켓, 마트, 편의점, 할인점, 백화점 등



수많은 백화점 및 패션의류 유통사들은 Sterling OMS 및 Sterling Store 모듈을 자사의 POS 시스템과 연계하여 **다양한 옴니채널 서비스를 제공**하고 있습니다.

고객사	개요	적용 솔루션
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 미국의 선도적인 Footwear 리테일러 ▪ 현재 미국 41개주에 335개 점포 운영 ▪ 2011년 기준 매출 20억불 ▪ 400 브랜드 / 2,000 스타일 보유 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sterling OMS ▪ Sterling Call Center ▪ Sterling Store
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 미국의 저명한 백화점으로 의류, 신발/핸드백, 액세서리, 화장품, 가정용품 등을 판매 ▪ 42개의 SAKS Fifth Avenue, 66개의 OFF 5TH 점포 운영 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sterling OMS ▪ Sterling Call Center ▪ Sterling Store
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 현재 미국 49개주에 1,155개 할인 백화점 운영 ▪ 2012년 기준 매출 19.3억불 ▪ 의류, 신발, 액세서리, 가정용품 등을 판매 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sterling OMS ▪ Sterling Store ▪ Sterling Store Inventory Management
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 캐나다의 유서 깊은 리테일러 ▪ 캐나다에서 600개 이상의 로케이션을 운영하고, 미국은 Lord & Taylor로 46개 점포를 운영 ▪ The Bay의 메이저 홈 패션에 Sterling 적용 후, 다른 부문 및 타 사업부문으로 확산 적용 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sterling OMS ▪ Sterling Call Center ▪ Sterling Store

선도적인 소매유통 기업들은 옴니채널 이니셔티브를 이행하기 위해 **고객 접점의 운영 효율성** 이니셔티브를 포함하여 **조직 구조 혁신** 이니셔티브를 시작하고 있습니다.

내부 접점의 이니셔티브

외부 접점의 이니셔티브



조직 구조 혁신

기업 부서간 채널 충돌 감소 및 기업 전체의 세일즈를 향상 시키도록, 조직 간에 걸쳐 효율성 공유

마케팅 및 고객 데이터베이스 관리

채널에 걸쳐 소통을 동기화 하고, **쇼핑객과 관련된 프로 모션**과 프로그램을 만들기 위해 쇼핑객 정보를 레버리지

고객 접점의 운영 효율성

매장픽업과 매장반품과 같은 이니셔티브를 서비스하기 위한 노력은, 다양한 채널을 통해 탐색하고 구매하는 쇼핑객에게 큰 가치를 제공



출처: Forrester Research, 2013년 11월 26일
"How A Retail OMS Accelerates Omni-Channel Commerce"

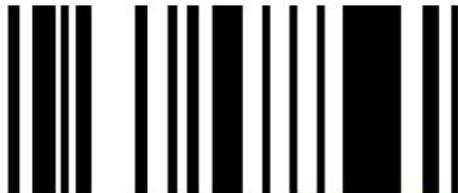
감사합니다.

옴니채널 및 O2O 서비스를 위한 심장

- Omni-Channel Order Management

IBM 소프트웨어사업부 이용호 부장

(010-4995-6191 / yohlee@kr.ibm.com)



Making **Retail** Smarter