

David Jones Ltd.

*세계적으로 오랜 역사를 자랑하는 백화점을
옴니채널 소매업체로 변모시킨 IBM*



개요

요구사항

David Jones Ltd.는 경쟁력을 유지하려면 비즈니스 모델을 혁신하고 다양한 채널을 통해 고객과 만나면서 새로운 서비스를 제공하고 모든 채널에서 일관성 있는 경험을 실현해야 한다고 판단했습니다.

솔루션

IBM은 David Jones가 다시 새로운 온라인 쇼핑 채널을 구축, 통합하고 새로운 창고 관리, 상품 기획 및 재고 시스템이 뒷받침하는 부가 서비스를 제공하면서 일관성 있는 원활한 고객 경험을 실현하도록 지원했습니다.

혜택

이 소매업체는 다양한 채널을 통해 기존 고객과 신규 고객을 공략할 수 있게 되었고 분기별 온라인 매출이 전년 대비 1,000% 증가했습니다.

1838년에 설립된 David Jones Ltd.는 호주에서 가장 오래된 단일 브랜드 백화점이자 전 세계적으로도 초창기 이름을 그대로 사용하는 가장 오래된 백화점으로 꼽힙니다. 호주 전역의 38개 매장에서 약 10,000명이 일하고 있으며, 연 매출은 약 20억 호주달러에 달합니다.

2008년 - 2009년 세계 경제 위기 이후에 소매업계가 부진에 빠지고 온라인 경쟁업체의 위협이 더욱 거세어지는 가운데 David Jones는 빠르게 진화하는 글로벌 소매 환경에서 살아남기 위해서는 대규모의 변화가 필요함을 인식했습니다.

CEO인 Paul Zahra가 이끄는 가운데 David Jones는 고객과 교류하는 방식, 고객에게 제공하는 경험과 선택을 완전히 새롭게 바꾸기로 결정했습니다. 기업의 전면적인 혁신을 통해 진정한 옴니채널 소매업체로 거듭나 고객이 기대하는 우수한 서비스와 최고급 제품을 어떤 채널에서도 제공하는 것을 목표로 삼았습니다. 또한 고객의 선택 범위를 확대하는 한편 기존 또는 신규 채널 중 어디서든 빠르고 효율적으로 거래를 시작하고 마칠 수 있게 해야 한다고 생각했습니다.

David Jones는 이러한 비전을 달성하고 혁신을 통해 디지털 경제의 선두 주자로 자리매김하기 위해 IBM에 도움을 청했습니다. 100여 명의 IBM 기술 및 산업 전문가들이 참여하여 소매업체가 현재 소비자의 요구사항을 해결하도록 지원하는 각종 신기술을 활용함으로써 빠듯한 일정에도 불구하고 David Jones의 혁신을 성공적으로 뒷받침했습니다.

고객 경험의 과제

David Jones는 지난 176년간 최고급 화장품, 의류, 가정용품, 전자 제품, 가구, 식품을 취급하는 호주 최고의 백화점으로 소비자들에게 인정받았습니다. 그러나 글로벌 경제 위기의 여파로 소비 위축과 호주 및 해외 온라인 경쟁업체의 급성장이라는 이중고를 안게 되었습니다.



"2014년 1분기에 온라인 매출이 1,000% 이상 증가하면서 분기당 이익에 크게 기여했습니다. 매출 실적이 기대 이상입니다. 매주, 매월, 매분기 더욱 늘고 있습니다."

— David Robinson, David Jones Ltd. 그룹
마케팅, 금융 서비스, 고객 혁신 책임자

2010년, David Jones는 해외 소매업체의 공세에 맞서 자체적으로 온라인 쇼핑몰을 개설하기로 했습니다. 시작은 성공적이었지만, 쇼핑몰의 기능이 제한적이었기 때문에 기대한 성과를 거두지 못했습니다. 결국 설계상의 제약 및 부실한 제품 정보로 인해 고객이 이 백화점에 기대하는 수준을 충족할만한 소매 경험을 선사하는 데 실패했습니다.

David Jones는 온라인, 모바일, 소셜 매장을 별도의 플랫폼으로 업그레이드하기보다는 진화하는 디지털 소매 경쟁 환경에 적응할 방법을 찾아야 했습니다. 2012년에 Zahra의 주도 하에 David Jones 경영진은 고객이 선택하는 어떤 상호 작용 방식에서도 동일한 수준의 서비스, 품질, 구매 만족도를 실현할 수 있는 옴니채널 소매업체로 거듭나겠다는 결정을 내렸습니다.

David Jones는 항상 호주 소매업계를 대표하는 최고의 브랜드로 인정받아 온 만큼 서비스와 품질이 그 명성과 인기의 비결이며 향후 성공의 핵심 조건이기도 합니다. 이번 혁신의 목적은 두 가지입니다. 고객이 원한다면 시간, 장소, 방법의 제약 없이 자유롭게 David Jones에서 쇼핑을 즐길 수 있게 하고, 또한 이 기업이 향후 고객 구매 트렌드에 지속적으로 적응할 수 있는 체질을 갖추는 것입니다.

"옴니채널 소매업체는 고객이 어떤 쇼핑 방식을 선택하더라도 동일한 소매 경험을 선사합니다."라고 IBM 호주 및 뉴질랜드의 Andrew Stevens 경영 이사는 말합니다. "어떤 소매업체든 앞으로 성공을 거두기 위해서는 옴니채널화되어야 합니다."

David Jones가 고객에게 더 확장된 매장 경험을 제공할 새로운 방법을 모색한 것은 이번이 처음이 아닙니다. 1960년대에 상당수의 소매업체는 우편 주문을 대수롭지 않은 새로운 유행으로 치부했지만, David Jones는 이를 기회로 받아들이고 호주 업계에서 선도적으로 전면적인 프로세스 혁신에 나섰습니다. 이번 옴니채널 혁신에도 그와 비슷한 수준의 재창조가 필요했습니다.

David Jones는 옴니채널 전략에서 4가지 새로운 온라인 채널을 개발하기로 결정했습니다. 바로 새로운 웹 사이트, 모바일 사이트, 모바일 및 태블릿 애플리케이션, 소셜 커머스 플랫폼입니다. 그러나 당시 이 회사의 인프라는 David Jones에서 구상한 것과 같은 일관성 있는 쇼핑 경험을 지원하기에 역부족이었습니다. 이러한 혁신에는 사내 각처의 직원들이 개별 주문을 검색하고 처리할 수 있도록 새로운 재고 및 창고 관리 시스템도 필요했습니다.

David Jones에서 새로운 디지털 채널을 구현하기 위해서는 더 강력한 컴퓨팅 기능과 넉넉한 스토리지 용량이 필요했습니다. 또한 이러한 채널을 통합하여 고객이 어떤 쇼핑 방식을 선택하더라도 일관성 있는 소매 경험을 제공하게 할 솔루션도 요구되었습니다.

일관성 있는 원활한 고객 경험 실현

David Jones는 엔드 투 엔드 옴니채널 플랫폼의 비전을 실현하기 위해 IBM® Global Business Services®와 손잡았습니다. 가장 먼저 할 일은 이 소매업체의 모든 부서 및 구매 채널에서 트랜잭션의 일관성을 실현할 방법을 찾는 것이었습니다.

"옴니채널 소매란 어떤 채널에서 시작한 고객의 프로세스가 다른 어떤 채널에서도 마무리될 수 있는 것"이라고 IBM 호주 및 뉴질랜드의 전략 및 분석 책임자인 Brock Douglas는 말합니다. "고객은 이 모든 채널을 일관성 있게 효과적으로 이용할 수 있어야 합니다. 이를테면 웹 사이트에서 쇼핑을 시작했더라도 오프라인 매장에서 제품을 찾아 오는 것이 가능해야 합니다."

David Jones는 IBM Sterling Selling and Fulfillment Suite 소프트웨어로 옴니채널 비전 실현에 필요한 복잡한 공급망을 관리할 수 있게 되었습니다. 이 솔루션의 핵심인 IBM Sterling Order Management 소프트웨어는 백화점의 재고 관리 및 온라인 주문 처리 업무를 단일 가상 소프트웨어 허브로 통합합니다. 매장 및 콜 센터 시스템용 추가 기능 덕분에 이 부서의 실무자들이 주문 처리 프로세스를 진행하는 동안 수평적으로 주문을 조회하고 업데이트하는 것이 가능합니다.

그리고 IBM Sterling Warehouse Management System 소프트웨어로 David Jones의 창고가 온라인 주문 처리 센터로 변모했습니다. 이를 위해 창고에 8km의 랙을 설치했는데, 이 시스템은 현재 2가지 기능을 담당합니다. 즉 창고 직원은 기존대로 재고 및 상품 피킹을 관리할 뿐 아니라 선물 포장 등 David Jones를 차별화시킬 특별 서비스도 수행합니다.

"옴니채널 소매란 어떤 채널에서 시작한 고객의 프로세스가 다른 어떤 채널에서도 마무리될 수 있는 것입니다."

— Brock Douglas, IBM 호주 및 뉴질랜드의 전략 및 분석 책임자

IBM WebSphere® Commerce 소프트웨어도 각각의 단편적인 옴니채널 요소를 통합하여 단일 종합 시스템으로 구성되도록 지원합니다. 이 시스템은 IBM Cloud Managed Services(이전의 IBM SmartCloud® Enterprise) 솔루션을 사용하여 호스팅되며, 이 시스템의 개발 및 제공 속도를 높여주는 IBM SmartCloud Data Virtualization 솔루션과 연계하여 운영됩니다.

"Sterling Suite와 IBM WebSphere는 전체 옴니채널 환경에 필수적인 요소"라고 Douglas는 설명합니다. "업무 영역의 전반에서 실무자가 주문 사이클의 어떤 단계에서든, 고객이 구매하거나 반품하는 어떤 경우에도 동일한 주문을 찾아내고 처리할 수 있습니다."

"소매업체인 우리의 목표는 비즈니스 전반에서 데이터 중심의 인사이트와 기술 플랫폼을 십분 활용하면서 탁월한 고객 경험을 선사하는 것입니다."

— Paul Zahra, David Jones Ltd.의 CEO

포괄적 통합

100여 명으로 구성된 우수한 전문가 팀과 기술을 투입한 IBM의 지원 아래 David Jones는 4가지 새로운 디지털 쇼핑 플랫폼을 구축했을 뿐 아니라 이 플랫폼을 기존 콜 센터 및 소매 채널과 통합했습니다. 오프라인 매장, 웹 및 모바일 매장과 애플리케이션, 콜 센터, 소셜 커머스 플랫폼을 통합함으로써 고객에게 일관성 있는 원활한 소매 경험을 선사하고 고객이 원한다면 언제나 어떤 방식으로든 쇼핑을 즐길 수 있게 했습니다.

"거래 과정에서 고객에게 보여지는 것은 빙산의 일각에 불과하다"고 Douglas는 말합니다. "이 플랫폼에서 처리하는 작업의 약 80%는 백엔드 시스템에서 이루어집니다."

이로써 모든 플랫폼의 전 범위에서 단일화된 고객 경험이 제공됩니다. 고객은 모바일 장치에서 거래를 시작했다가 온라인으로 또는 콜 센터를 통해 주문을 변경하고 필요하다면 직접 찾아가 반품할 수도 있습니다. 완벽하게 통합된 플랫폼 덕분에 David Jones 고객은 어떤 채널에서도 일관성 있는 가격을 적용 받습니다. 즉 오프라인 매장의 프로모션은 웹 및 모바일 매장, 모바일 앱, 콜 센터를 통해서도 이용 가능합니다.

회사의 전 범위에서 재고 및 주문 처리 시스템의 조화가 가능해졌으므로 고객은 David Jones의 일반 매장과 동일하게 다양한 제품을 구경하고 거의 실시간으로 재고 현황을 확인할 수 있습니다. 또한 이 플랫폼은 고객에게 호응을 받았던 기존 David Jones 서비스를 한층 더 업그레이드합니다. 예를 들어, 웨딩 레지스트리(Wedding Registry) 이용 고객이 선물 목록을 작성하고 관리함으로써 하객들이 각자 선호하는 채널을 통해 결혼 선물을 구매하는 것이 가능해졌습니다.

이 옴니채널 혁신은 통합의 이점과 더불어 David Jones의 웹 매장 기능도 발전시켰습니다. 온라인 쇼핑물 고객은 검색 엔진, 장바구니, 쇼핑 동영상 서비스(Shoppable Videos), 고객 구매 후기, 다양한 결제 옵션 등 여러 기능을 이용할 수 있습니다.

"소매업체인 우리의 목표는 비즈니스 전반에서 데이터 중심의 인사이트와 기술 플랫폼을 십분 활용하면서 탁월한 고객 경험을 선사하는 것입니다." Zahra의 말입니다. "David Jones가 IBM의 Interactive Experience 프랙티스를 선택한 것은 글로벌 산업 경험, 고객 전략, 분석 인사이트와 설계 기능을 효과적으로 연계함으로써 우리의 고객 관계 혁신을 뒷받침할 수 있는 파트너를 찾았기 때문입니다."

온라인 고객용 상품 범위 10배 증가 및 계속 확대

David Jones가 이전에 구축했던 온라인 매장에서는 한정된 상품 범위가 걸림돌이 되었습니다. 새로운 솔루션으로 이 백화점의 모든 채널에서 취급하는 상품 수가 9,000점에서 90,000점으로 늘어났으며 계속 확대되고 있습니다. 따라서 고객은 호주의 어디서든 David Jones 대표 매장과 마찬가지로 다양한 상품을 만날 수 있습니다.

매출원가 감소, 이윤 증대

David Jones의 새로운 효율적인 시스템은 장기적으로 상당한 비용 절감 및 제품 이윤 증대 효과를 가져올 것입니다. 이제 창고는 주문 처리 센터의 2배에 달하는 규모이므로 매장의 2차 처리 과정 없이 고객에게 곧바로 배송될 수 있습니다.

이러한 효율성 덕분에 2013년 8월에 시작된 Click & Collect와 같은 이니셔티브가 가능해졌습니다. David Jones와 같은 규모의 소매업체는 대개 이러한 기능을 구현하는 데 어려움을 겪습니다. 고객이 온라인으로 구매한 지 사흘이 지나서야 소매업체 직원이 재고를 확인하고 품질임을 알려 주문을 취소하는 경우가 비일비재합니다.

"그 때문에 우리는 David Jones에게 상품, 재고 및 공급망 통합이라는 까다로운 문제를 먼저 해결하도록 조언했습니다."라고 Douglas는 말합니다. "David Jones의 새로운 시스템에서는 제품의 재고가 있을 확률이 98%에 달합니다. 고객이 웹 사이트에서 재고 있음을 확인하고 주문을 완료하며, 그에 따른 불편은 최소화됩니다. 언뜻 간단해 보이지만 고객에게 매우 큰 효과를 발휘합니다. 이 기본적인 기능이 갖춰졌으므로 David Jones는 경쟁에서 크게 앞서나갈 수 있습니다."

"IBM 덕분에 David Jones는 6년 걸릴 일을 6개월 만에 완수할 수 있었습니다."

— Paul Zahra, David Jones Ltd.의 CEO

온라인 판매 활성화

2012년 10월에 새 플랫폼이 정식 가동된 후 David Jones는 온라인 채널을 통해 고객으로부터 새로운 기회를 발굴하고 온라인 프로모션 이벤트에 대한 고객 참여도를 높일 수 있었습니다.

2012년 말에 이 플랫폼의 서비스가 시작되었으므로 David Jones는 바로 그 해의 크리스마스 시즌에 이 플랫폼을 운영하면서 앞서 말한 성과를 거뒀습니다. 2014년 1분기에는 4억 2,420만 호주달러의 총 매출을 올렸는데, 2013년 1분기 대비 2.1% 증가한 것이었습니다.

이러한 성장에는 새로운 디지털 채널의 매출 신장이 크게 기여했습니다. 2013년 11월 6일 수요일에 새로운 웹 사이트는 1주년을 맞이했습니다. 현재 평균 온라인 주문은 오프라인 매장 구매의 3배에 달합니다.

"모바일 사이트의 실적과 iPad 사이트의 실적 또한 기대를 뛰어넘었습니다. 트래픽의 약 30%가 이러한 장치를 통해 발생합니다. Click & Collect는 고객에게 선풍적인 인기를 끌었으며, 이 고무적인 결과 역시 애초의 기대를 뛰어넘습니다."라고 Robinson은 말합니다.

*"경쟁자에서 우승자로
올라서기 위해 거쳐야
할 까다롭고 중대한
전 단계를 모두 완수
했다고 확신합니다."*

— Paul Zahra, David Jones Ltd.의 CEO

분석과 향후 단계

David Jones는 고객의 새로운 옴니채널 시스템 사용 실태를 파악하기 위해 IBM Digital Analytics 및 IBM Product Recommendations 소프트웨어를 구축했습니다. 즉 더 방대한 양의 데이터를 수집할 뿐 아니라 고객이 어떻게, 언제 제품 구매에 옴니채널 플랫폼을 이용하는가를 이해하게 된 것입니다.

현재 시스템에서 고객을 위한 소셜 커머스 및 소셜 미디어 추천 기능을 통합했지만, 향후 계획은 소셜 미디어 분석을 통합하여 Facebook, Twitter와 같은 플랫폼에서 어떻게 구매 사이클에 정보를 제공하고 고객 경험을 향상시키는지 면밀하게 알아내는 것입니다. 이 모든 정보는 David Jones의 기획 업무에 매우 유용할 것입니다. 이를 통해 궁극적으로 해외 소매 트렌드까지 예측할 수 있기 때문입니다. 미래를 예측하고 그에 따라 대처하는 것은 더없이 중요합니다.

David Jones는 2014년에 새로운 분석 기능을 십분 활용하고 옴니채널 플랫폼으로 매출을 늘리고 고객 서비스를 발전시킬 새로운 방법을 개발할 계획입니다. 이는 David Jones에게 시작에 불과하며, IBM의 지원과 함께 호주 및 글로벌 소매업계의 변화에 대응할 만반의 준비를 갖춘 상태입니다.

솔루션 컴포넌트

소프트웨어

- IBM® WebSphere® Commerce
- IBM Integration Bus
- IBM Sterling Order Management
- IBM Call Center for Commerce
- IBM Sterling Warehouse Management System
- IBM Sterling Selling and Fulfillment Suite
- IBM Cognos®
- IBM Digital Analytics
- IBM Product Recommendations

서비스

- IBM Global Business Services® – Business Consulting Services
 - IBM Global Business Services – Application Innovation Services
 - IBM Global Business Services – Application Management Services
 - IBM Interactive Experience
 - IBM Cloud Managed Services
 - IBM SmartCloud® Data Virtualization
 - IBM SmartCloud for Smarter Commerce
-

추가 정보

IBM Global Business Services에 대해 자세히 알아보려면 IBM 마케팅 담당자 또는 IBM 비즈니스 파트너에게 문의하거나 다음 웹사이트를 방문하십시오.

ibm.com/consulting/au



© Copyright IBM Corporation 2014

IBM Corporation
Route 100
Somers, NY 10589

Produced in the United States of America
May 2014

IBM, IBM 로고 및 ibm.com은 전세계 여러 국가에 등록된 International Business Machines Corp.의 상표입니다. 기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 타사의 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보" (www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

이 문서는 최초 발행일을 기준으로 하며, 통지 없이 언제든지 변경될 수 있습니다. IBM이 영업하는 모든 국가에서 모든 오퍼링이 제공되는 것은 아닙니다.

이 문서의 정보는 상품성, 특정 목적에의 적합성에 대한 보증 및 타인의 권리 침해에 대한 보증이나 조건을 포함하여(단, 이에 한하지 않음) 명시적이든 묵시적이든 일체의 보증 없이 "현상태대로" 제공됩니다. IBM 제품에 대한 보증은 제품의 준거 계약 조항에 의거하여 제공됩니다.



Please Recycle
