

마스터 데이터를 통한 가치 실현 시간 (Time-to-Value) 단축 6단계

마스터 데이터를 사용하여 가치 실현 시간을 단축하는 방법은 무엇일까요? 6가지 기본 실천법을 통해 마스터 데이터가 가진 진정한 잠재력을 최대한으로 활용하십시오

마스터 데이터를 활용하기 위해서는 완벽한 전략뿐만 아니라 사용자 친화적이고 실행하기 쉬운 고성능 마스터 데이터 관리(MDM) 시스템이 필요합니다.

시스템을 사용하면 MDM이 보장하는 공유 마스터 데이터의 접근성, 정확성 및 균일성을 얻을 수 있습니다. 일반적으로 자체 시스템에 저장되고 관리되는 여러 데이터 도메인을 결합할 수 있다면 혜택은 더욱 더 커질 것입니다.

대부분의 MDM은 제품 데이터와 같은 단일 데이터 도메인에 연결되는 반면, 스티보시스템즈의 MDM은 여러 데이터 도메인을 포괄합니다. 데이터 도메인을 결합하면 숨겨진 비용 절감은 물론 높은 효율성 및 판매 기회를 얻을 수 있는 경우가 많습니다.

소매업체를 사례로 들면, 공급업체와 벤더의 제품 데이터와 소셜미디어, 소비자 앱 및 로열티 프로그램의 고객 데이터를 결합하면 재고를 낮추고, 신규 상품을 시장에 더 빠르게 출시하고, 진정한 맞춤형 메시지를 통해 소비자를 공략할 수 있습니다.

문제는 마스터 데이터가 기업 전반에 걸쳐 서로 다른 시스템에만 존재하는 경우가 많다는 것입니다.

마스터 데이터의 일반적인 문제는 다음과 같습니다.

- 각 도메인 내 데이터가 일관되지 않거나 완전하지 않습니다. 그 결과, 정확하고 업데이트된 뷰를 얻기가 힘들고, 잘못된 가정을 바탕으로 결정을 내리게 되며, 마케팅 활동은 효과를 거두지 못합니다.
- 데이터가 도메인 간 통합 없이 사일로에 존재합니다. 그 결과, 데이터를 활용해 시너지 효과를 얻기가 어렵습니다.

스티보시스템즈의 MDM을 사용하면 기존 데이터를 함께 사용할 수 있으므로 가치 창출 시간을 단축할 수 있습니다. 신뢰할 수 있고 시기 적절한 데이터를 확보하여 고객 만족도 향상, 높은 운영 효율성 달성, 유럽연합 정보보호협(GDPR) 및 의료산업규정 21 CFR Part 11과 같은 규정 준수를 달성할 수 있습니다.

스티보시스템즈의 MDM은 여러 도메인에 대한 단일 버전의 진리를 제공하여 전 세계적인 차원에서 기업 데이터를 볼 수 있게 해줍니다.

마스터 데이터 도메인의 유형:



제품



고객



위치



공급업체



벤더



자재 명세서



부품



임직원

마스터 데이터를 활용하는 6단계

1

확장성 고려

데이터 관리 솔루션을 시작하기 전에, 향후 3년 후 이 솔루션이 어떻게 개발되고 어디에서 종료될지를 고려해야 합니다. 현재 단일 사업 라인 내에 문제가 있을 수 있지만, 이 문제가 해결되기만 하면 두 개 이상의 사업 라인이 결합하는 과정에서 시너지 효과를 얻을 수 있습니다.

스티보시스템즈는 고객사가 단일 도메인 내에서 소량의 데이터를 수정하기 시작할 때부터 효과를 거두는 모습을 목격합니다. 그런 고객사는 경험을 쌓고 점차 더 많은 데이터와 도메인으로 확대해 나갑니다.

데이터 정리

2

MDM을 처음 사용할 때에는 우선 데이터를 정리해야 합니다. 대부분의 조직에서는 중복되거나 잘못된 데이터가 넘쳐나 마케팅 효과를 저해하고 과도한 인력을 필요로

합니다.

MDM은 매칭 및 연결을 통해 기존 시스템에서 중복되고 부정확하거나 불완전한 데이터를 식별해 냅니다. 그런 다음이라면 데이터를 손쉽게 정리하고 검증하여 우수한 데이터 거버넌스를 위한 첫 번째 단계를 진행할 수 있습니다.

제품 수명주기 관리 사용

3

제품 데이터 관리에는 다양한 솔루션이 있습니다. 일반 PIM 솔루션에 포함되는 것보다 훨씬 더 많은 제품 마스터 데이터를 활용할 수 있습니다.

심지어 제품 데이터 도메인 내에서도 다양한 단계에서 제품 데이터를 처리하는 다양한 시스템을 찾을 수 있습니다. 아이디어화에서부터 수명이 다한 제품 데이터까지 전체 수명주기에 걸쳐 제품 데이터를 관리하면 완벽한 추적 기능을 확보하게 되어 새로운 공급업체 및 벤더와 더욱 수월하게 거래하고, 규정을 준수하며, 시장 출시 기간을 단축할 수 있습니다.

이러한 이유로 제품 수명주기 관리를 권장합니다.

- 제품 가격과 브랜드 데이터를 모두 관리하는 동시에 로드맵에 맞춰 제품을 조정할 수 있습니다.
- 개발 과정 전반에 걸쳐 규정 준수를 보장합니다.
- 어느 단계에서나 적시에 문제를 보고하여 신속하게 변화에 적응할 수 있습니다.

마지막으로, 제품 데이터 도메인을 다른 도메인과 통합하여 마스터 데이터의 잠재력을 최대한 활용합니다.

4

인적 데이터 신디케이트

스티보시스템즈의 MDM은 여러 시스템에서 분산된 고객 데이터를 동기화하고 360도 고객뷰를 생성할 수 있습니다. 쇼핑 습관, 위치, 연락처 정보 및 다양한 출처에서 나온 개인 데이터를 통합하여 탁월한 고객 경험을 제공할 수 있습니다. 경영컨설팅 기업인 액센추어는 고객의 구매 기록을 파악하면 고객이 해당 업체를 선택할 가능성이 65% 늘어난다고 합니다.

또한 통합된 고객 데이터를 이용하면 유럽연합 개인정보보호법(GDPR)에서 구상한 대로 개인 데이터 배포 요청에 보다 쉽게 대응할 수 있습니다.

하지만 고객 정보에서 끝나는 것이 아닙니다. 대기업은 직원의 기술 수준에 대한 인사부의 직원 정보에 직원의 능력과 위치, 계획된 프로젝트를 통합해 인력을 보다 효율적으로 활용할 수 있습니다.

MDM의 가능성은 무한합니다. MDM이 귀사의 비즈니스 목표 및 데이터 모델과 어떻게 일치하느냐에 따라 성과가 달라집니다.

5

제품 데이터 신디케이트

소매업체는 제품 출시 기간을 단축하기 위해 다양한 외부 소스에서 데이터를 수집하여 제품에 대한 정보를 한눈에 볼 수 있습니다. 제조업체, 유통업체, 데이터 풀, 번역업체는 동일한 제품에 대해 서로 다른 데이터를 제공합니다. 스티보시스템즈의 MDM은 이러한 소스에서 데이터를 수집하고 검증하는 프로세스를 자동화하여 제품 출시 기간을 단축할 수 있습니다.

스티보시스템즈의 MDM을 사용하면 완전한 프로모션 정보로 구성된 단일 파일을 인쇄업체나 웹 에이전시로 전송할 수 있습니다.

6

도메인 간 데이터 동기화

데이터 도메인 간에 데이터를 동기화하면 운영 효율성을 다각도로 높일 수 있습니다. 단일 기술 스택을 사용하여 위치, 인력, 자산 및 제품을 한눈에 볼 수 있게 되어,

- 신제품과 새로운 공급업체 및 벤더에 대한 온보딩 작업이 한결 쉬워집니다.
- MDM이 서로 다른 제품과 고객, 참고 시스템을 연결하기 때문에 인수합병 시 인프라 측면을 보다 쉽게 처리할 수 있습니다.

아울러 스티보시스템즈의 MDM 시스템은 확장 가능하므로 추후 더 많은 데이터 도메인을 추가할 수도 있습니다.

스티보시스템즈 고객의 성공 사례

몇 가지 사례만으로도 조직에서 마스터 데이터를 사용하여 가치 창출 시간을 단축하는 다양한 방법을 엿볼 수 있습니다. 소매업체, 제조업체, 은행 및 소비자 기업은 다양한 비즈니스 목표를 달성하는 데 활용할 수 있는 다양한 유형의 마스터 데이터를 갖추고 있습니다.

- 네덜란드 온라인 판매 1위 업체인 볼닷컴(Bol.com)은 550만 개의 제품을 보유하고 있습니다. 이 업체는 확장 가능한 스티보시스템즈 솔루션을 통해 제품 도입 시간을 80% 단축하고 신제품을 신속하게 출시했습니다.
- 홈디포(Home Depot)는 2,200여 개의 점포를 보유한 세계 최대 홈인테리어 유통업체로, 스티보시스템즈의 MDM을 사용하여 공급업체 제품 출시 시간을 2주에서 단 2일로 단축했습니다.
- 31개국에 소재한 산업용품 제조업체인 브래디(Brady)는 유지관리 비용을 84% 절감했습니다.
- 97여 개의 슈퍼마켓 체인점이자 미국 최대 규모의 민간기업 중 하나인 웨그먼스(Wegmans)는 수백만 건의 서로 다른 고객 기록을 통합뷰로 해결했습니다.
- 차량 및 차량 부품 제조업체인 제너럴 모터스(General Motors)는 시장 출시 기간을 14주에서 2주로 단축했습니다.
- 1,700개의 가전 및 자동차 장비 소매점을 거느린 캐네디언 타이어(Canadian Tire)는 공급업체의 온보딩 시간을 75% 단축했습니다.

더 나은 비즈니스 성과 달성을 위한 지름길

빨라진 가치 창출 시간은 스티보시스템즈의 단계별 실행 모델에서도 확인할 수 있습니다. 먼저 고객과 함께 시범 프로젝트를 실시하여 구현의 타당성을 입증하고 빠른 성과를 도출합니다.

시범 프로젝트는 몇 달 안에 가동됩니다. 시범 프로젝트 자체가 결과를 보여주며 신속한 가치 창출 시간을 달성합니다. 그런 다음 구현을 하나 이상의 단계로 나누고, 각 단계마다 솔루션에 더 많은 항목 또는 도메인을 추가합니다. 단계별 구현 모델은 프로젝트가 진행됨에 따라 꾸준히 진행됩니다.

또한 IT 전문가의 별도의 프로그래밍 없이 기본 구성을 사용하는 슈퍼 사용자가 이 솔루션에 항목과 도메인을 추가할 수 있습니다.

마스터 데이터는 어떻게 활용할 수 있을까요?

세계적인 브랜드에 MDM 솔루션을 구현한 경험을 가진 스티보시스템즈의 전문가들이 최선을 다해 도와드립니다.

연락처:

stibosystems.com/about-us/company/contact-us

About Stibo Systems

Stibo Systems, the master data management company, is the trusted source of MDM solutions based on a unique business-first, people-centric approach. Our solutions are the driving force behind forward-thinking companies around the world that have unlocked the strategic value of their master data; empowering them to improve the customer experience, drive innovation and growth, and create an essential foundation for digital transformation. Stibo Systems is a privately held subsidiary of the Stibo A/S group, founded in 1794, and is headquartered in Aarhus, Denmark. For more information, visit stibosystems.com.