

갈수록 증가하는 위치 데이터 활용

마스터 데이터 관리로 정보를
자산으로 전환하는 방법

중요한 이유

위치 데이터는 기업이 새로운 이니셔티브를 실행해야 하고 고객은 우수한 옴니채널 경험을 기대하는 디지털 경제에서 중요한 의미를 지닙니다. 위치 데이터에는 다음과 관련된 제품, 고객, 서비스 및 조직 세부 정보가 포함됩니다.

 공급업체	 오프라인 매장	 하위 지점	 파트너사
 머천다이징	 경쟁사 지점	 신규 시장	 가격 및 품목

가트너의 설문조사에 따르면
응답자 중

77%

가 현재 지리 공간/위치 데이터를
분석 중이거나 앞으로 12~24개월
내에 분석할 계획이라고
밝혔습니다. {1}1{1}

위치 데이터가 부실하면 불필요한 복잡성이 발생합니다

부정확한 위치 데이터는 여러 프로세스의 효율성을 떨어뜨리고 열악한 결과를 냅니다.

포레스터에 따르면 의사 결정권자 중

69%

가 위치 데이터를 개선하기 위한
솔루션을 시행했다고 합니다. {1}2{1}

 까다로운 공급업체 온보딩 과정	 데이터 분석을 실시할 역량 부족	 여러 시스템에 분산된 데이터
 개인화된 서비스를 제공하기 어려운 상황	 옴니채널 마케팅 부족	 규정 준수에 발맞춰 데이터를 보호할 역량

마스터 데이터 관리가 해답인 이유

 기업 시스템 간 통합	 데이터 거버넌스 개선	 데이터 수명주기 관리 지원
--	--	--

위치 데이터에 마스터 데이터 관리를 활용하면 가능해지는 것

 수익 확대 업셀, 크로스셀 기회를 늘리고 위치별 프로모션을 시작하며 반품이 감소합니다	 시장 출시 시간 단축 신뢰할 수 있는 데이터를 사용하여 신제품, 제품 번들 및 서비스를 올바른 위치에 출시합니다	 위험 감소 규정 준수를 보장하고, 오류가 발생하기 쉬운 프로세스를 제거하여 데이터 일관성을 달성합니다	 글로벌 확장 글로벌 언어 요구사항을 충족하고 타기팅된 다국어 프로모션을 정확하게 실시합니다	 성과 개선 프로세스를 통합하고, 사일로로 제거하고, 예상치 않은 위치 수요 변화에 대응합니다	 협력 개선 위치별 워크플로우, 공급망 및 생산성에 대한 데이터 정확성과 신뢰도를 높입니다
---	---	---	---	---	--

마스터 데이터 관리를 사용하여 위치 데이터를 활용하는 방법을 더 자세히 알아보려면
홈페이지(stibosystems.com)를 방문해주세요.

출처:

1{1}Gartner Inc. Survey Analysis: Traditional Approaches Dominate Data and Analytics Initiatives. Nick Heudecker, Jim Hare. October 2017. (n=185)

2{1}Forrester Research. AI Takes Location To A New Level. Jennifer Belissent, Ph.D. June 2018 blog post.