

KEARNEY

AI와 Data는 정말 디지털 비즈니스를 성공으로 이끄는가?

February 2024

“

AI와 Data를 하나의 단위로 프레이밍해야 한다. 즉, 어떤 Using scene에 어떤 Data를 기반으로 AI를 어떻게 접목시켜서 비즈니스의 성과를 높일지 하나의 단위로 조망하는 것이 중요하다.

”

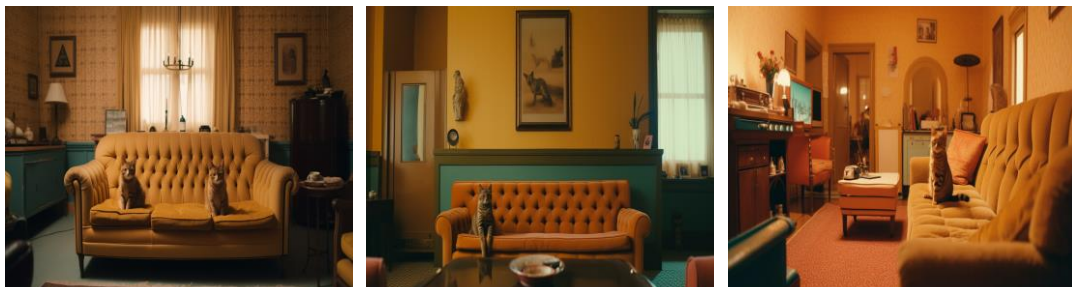
01 AI, Data의 디지털 사업 시사점

새로운 기술의 등장과 비즈니스 혁신 간의 관계

신기술 도입으로 혁신적인 결과를 만든 케이스는 많지 않아

- 웹3, NFT, 데이터 등 혁신적인 기술이 지속적으로 등장하고 있지만, 신기술이 비즈니스와 고객 경험을 눈에 띄게 혁신한 케이스는 많지 않다. 사실 탑라인 관점에서 고객 경험의 차원에 혁신 기술을 도입하는 것도 중요하지만, 오퍼레이션 차원에서 내부 업무 효율화에 혁신 기술을 도입할 때 더 많은 이점이 있다.
- 예를 들어, 마케팅을 위한 사진 한 장을 찍기 위해 사진 기사, 포토샵 기술자, 조명 감독, 광고 기획자 등 여러 명의 인력이 필요한데 생성형 AI를 이용하면 훨씬 효율적으로 고도화된 결과를 만들어낼 수 있다.

생성형 AI 프롬프트 엔지니어링 예시

Prompt Formula 개발	/image (Cinematic Still), (Film By), (Scene/Subject/Action, Set), (Link),(Style),(Shot), (Dash Dash)		
원하는 이미지 기획	목표	20대 여성, 기반 고객 대상 Wanna-be 하우스 이미지 제작	
	영화 콘셉트	그랜드 부다페스트 호텔	
	인테리어	소파가 있는 거실	
	모델	고양이	
Chat-GPT 자동 생성	Cinematic still, Film by Wes Anderson, living room, with a cat on the sofa, warm sunlight, style by the movie Grand Budapest Hotel, Medium shot,35mm --ar 2:1		
이미지 생성			

Source: Kearney

생성형 AI로 혁신적인 아웃풋을 만들기 위한 조건

AI를 통해 좋은 결과물 얻으려면, 양질의 데이터가 필요

- 생성형 AI 모델은 다양한 데이터 묶음을 학습한 후 그것을 기반으로 재조합하여 새로운 아웃풋을 생산해내는 프로그램이다. 따라서 기업 내부적으로 생성형 AI 모델을 사용하려면, 기업이 가진 데이터의 양이 아니라 질이 훨씬 중요하다. 예를 들어, 학습한 이미지의 퀄리티가 좋지 않거나, 소비자가 반응할 만한 카피가 아닌 일반적인 카피를 학습했다면 좋은 아웃풋이 나올 수 없다.
- 생성형 AI 모델들은 이미 생태계가 만들어져 다양한 애플리케이션이 생겨나고 있다. 이를 통해 앞으로 누구나 생성형 AI 모델을 원하는 방식으로 활용 가능하며 어느 기업이든 구비하여 도입할 수 있게 된다. 이때 가장 중요한 포인트는 누가 양질의 데이터를 더 많이 지니고 있느냐가 경쟁력이 될 것이다.

생성형 AI Foundation Model 활용 사례 (벤츠 공식홈페이지 가을 프로모션 이벤트)

← 벤츠 공식 홈페이지 가을 프로모션 이벤트

Generator

Key 카피 Prompt 설정

가을의 시작, New Benz를 경험해보세요
New Benz와 함께하는 가을의 시작

Sub 카피 Prompt 설정

가을을 달아 다채로운 벤츠를 만나는 기회
다채로운 가을을 달은, 벤츠 만남의 기회

Key Image

카피, 이미지 영역별 상세 Prompt 입력 (키워드, 감정, 분위기, 이미지 컨셉 등)

New Benz와 함께하는
가을의 시작

다채로운 가을을 달은, 벤츠 만남의 기회

로그

가을을 달아 다채로운 벤츠를 만나는 기회
20대 첫 구매 공장직인

다채로운 가을을 달은, 벤츠 만남의 기회
20대 첫 구매 공장직인

가을의 시작,
New Benz를 경험해보세요
20대 첫 구매 신선했

New Benz와 함께하는
가을의 시작
20대 첫 구매 신선했

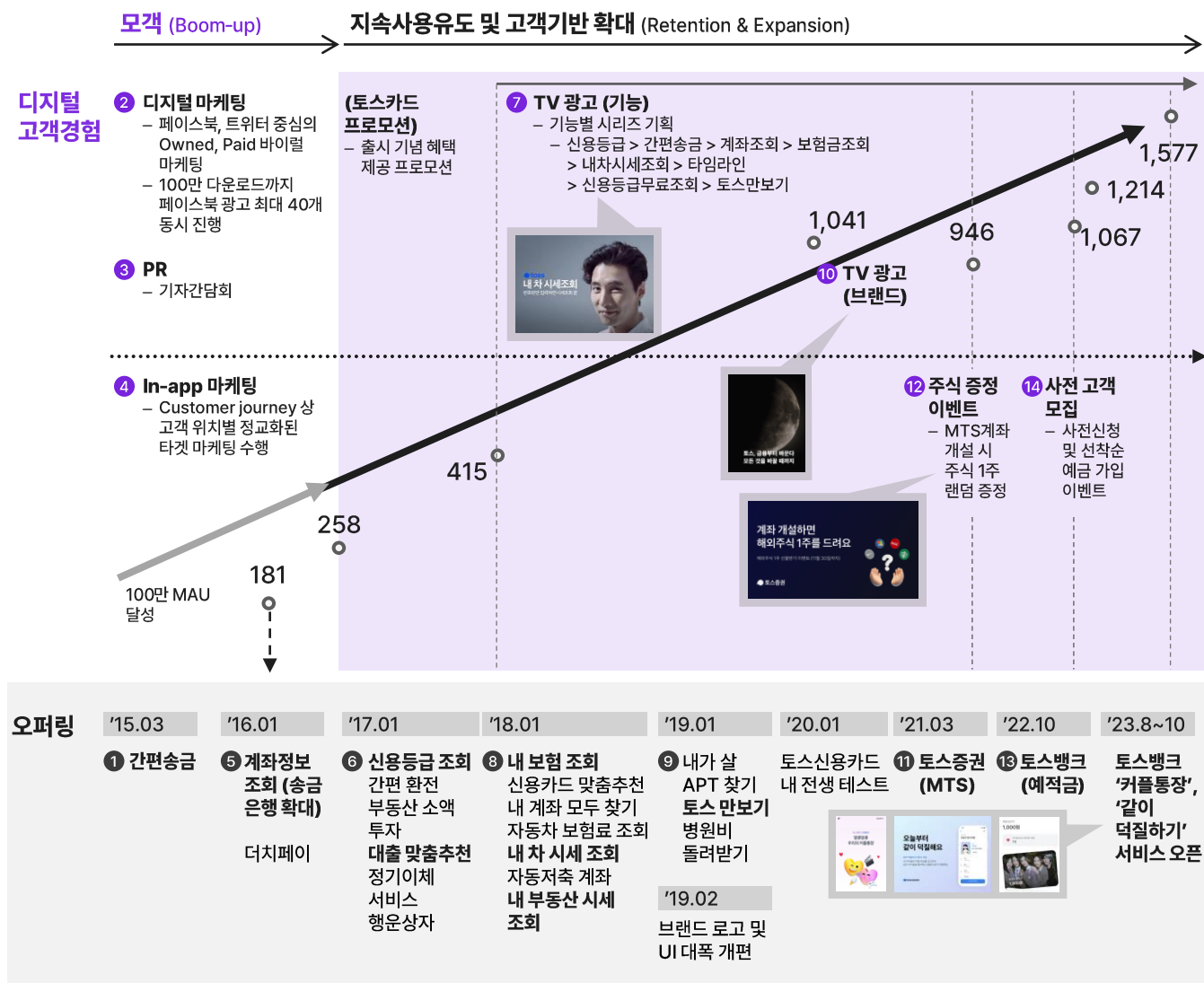
반복 AI 생성 및 Text 편집

AI, Data를 활용한 디지털 사업의 본질

AI, Data를 활용할 지점, 방법, 결과에 대한 명확한 정의가 필수적

- 디지털 사업 전개 초반, 가장 흔한 착각은 데이터와 AI가 모든 비즈니스 문제를 해결해줄 것이라는 환상이다. 그러나 기술은 도구일 뿐, 어떤 고객군에게 어떤 기획으로 어떤 혜택을 제공할 것인지 그 정의에 따라 얻을 수 있는 결과가 달라진다.
- 디지털 비즈니스를 위해 중요한 것은 기술에 의존하려는 태도보다 새로운 기술들을 더 효과적으로 활용할 수 있는 조직 내 DNA가 중요하다. 이런 DNA가 선행되면, 강력한 도구 없이도 디지털 비즈니스의 실질적인 성장이 가능하다.

강력한 도구 없이도 성장하고 있는 디지털 사업 사례 (토스)



02 대부분 실전에서 실패하는 원인

전략과 실행의 간극

데이터의 단절로 인한 활용의 어려움

- 대부분의 경우 밸류 체인 상에서 많은 데이터가 생성됨에도, 각각의 데이터가 서로 단절되어 있어 의미 있게 활용되지 못하고 있다. 단절이 일어나는 지점은 크게 3가지로 나눌 수 있다.

고객 여정 데이터의 단절

- 상품/서비스 소비자 반응 데이터를 전략 인사이트 획득에 활용할 수 있어야 하지만, 마케팅 데이터의 분절로 반응 현황 파악 정도만 가능한 경우다.

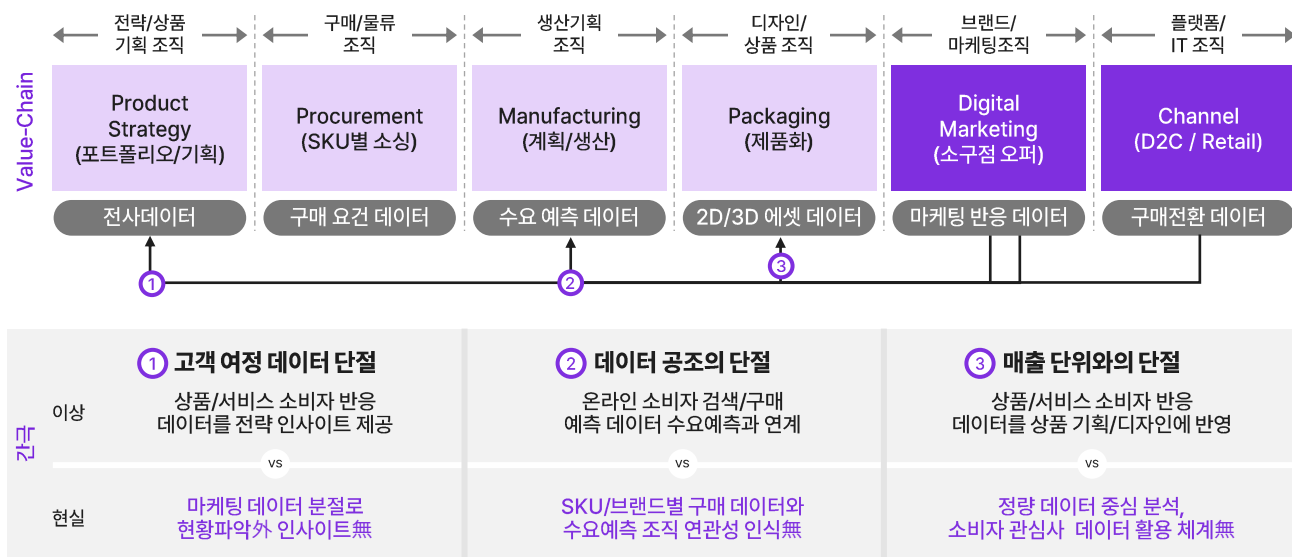
데이터 공조의 단절

- 온라인 소비자 검색 데이터와 구매 예측 데이터를 생산을 위한 수요 예측에 활용할 수 있어야 하지만, SKU(상품 최소 분류 단위) 및 브랜드별 구매 데이터와 수요 예측 데이터 간 통합이 되지 않아 연관성을 인식하지 못하는 것이 이 경우이다.

매출 단위와의 단절

- 상품/서비스 소비자 반응 데이터를 상품 기획/디자인에 반영할 수 있어야 하지만, 정량 데이터 중심으로 소비자 반응을 분석하고 있어 실제적인 소비자의 관심사와 관련된 데이터는 활용하지 못하는 경우이다.

데이터 단절이 일어나는 지점 3가지



Source: Kearney

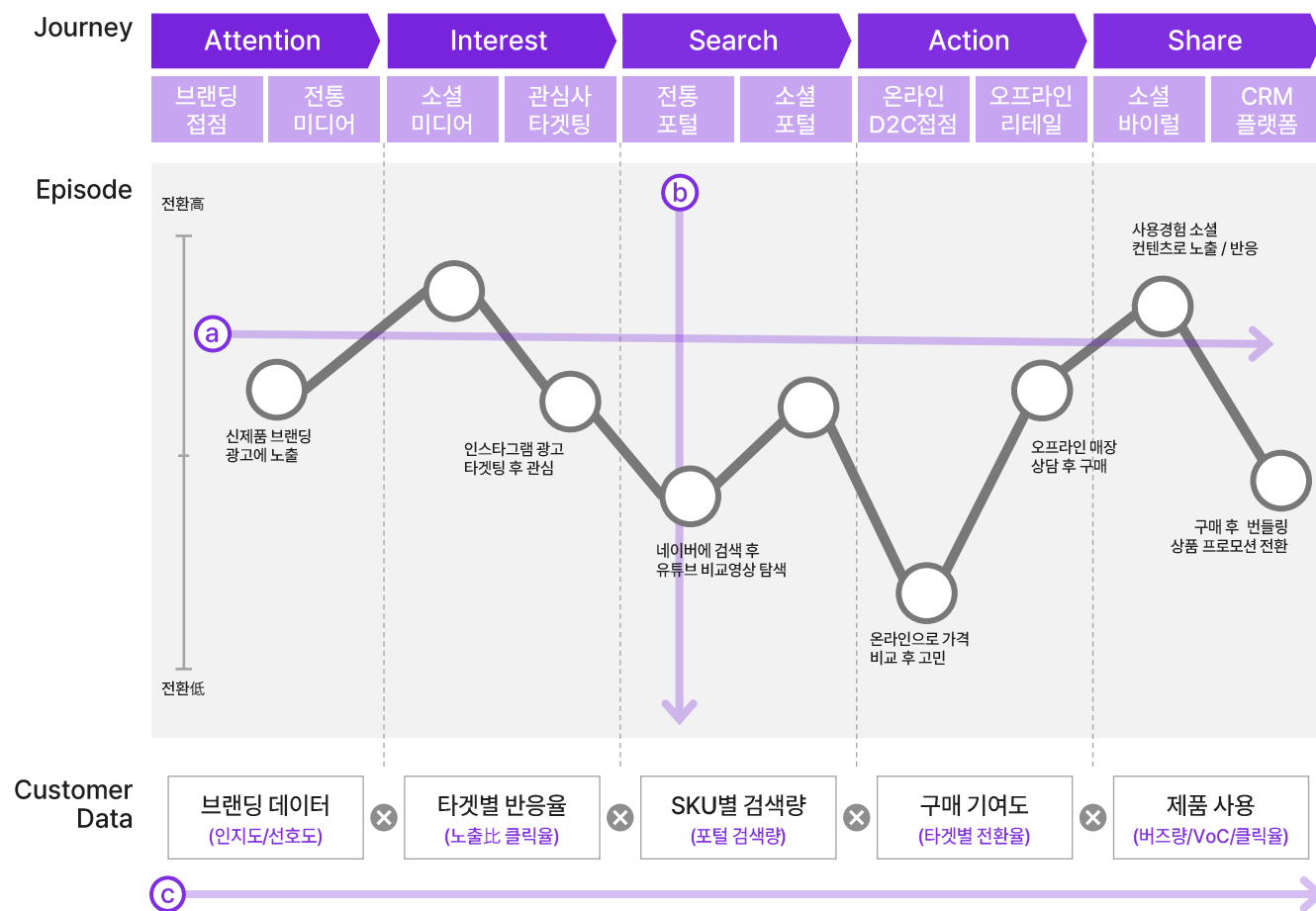
고객 여정 데이터 간극의 원인 및 시사점

각 데이터를 횡적으로 조망해, 매출 기여 체계 수립해야

고객 여정 각 단계별로 발생하는 데이터들이 별개로 존재할 뿐 횡적으로 연결되지 않는다. 또한 각각의 데이터가 비즈니스 매출에 어떻게 기여할 수 있는지에 대한 분석이 이루어지지 않고 있다. 이를 통해 고객 여정 데이터를 유의미하게 활용하기 위해 선행되어야 하는 작업을 다음과 같이 정리할 수 있다.

- ① 고객 여정을 횡적으로 조망해, 비즈니스 지표와 관련된 데이터 지표를 발굴해야 한다.
- ② 각 데이터의 종적으로 추출해, 비즈니스 매출과 연동하여 분석해야 한다.
- ③ 데이터 통합 시, 활용처를 기준으로 필요 데이터가 무엇인지 명확히 정의해야 한다.

고객 여정 및 고객 여정에서 발생하는 데이터

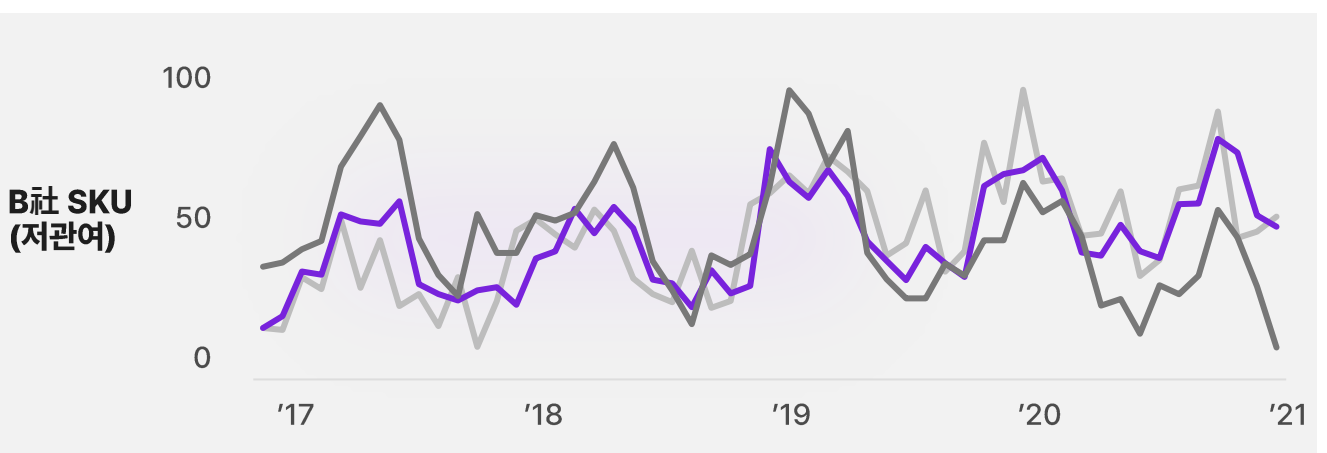
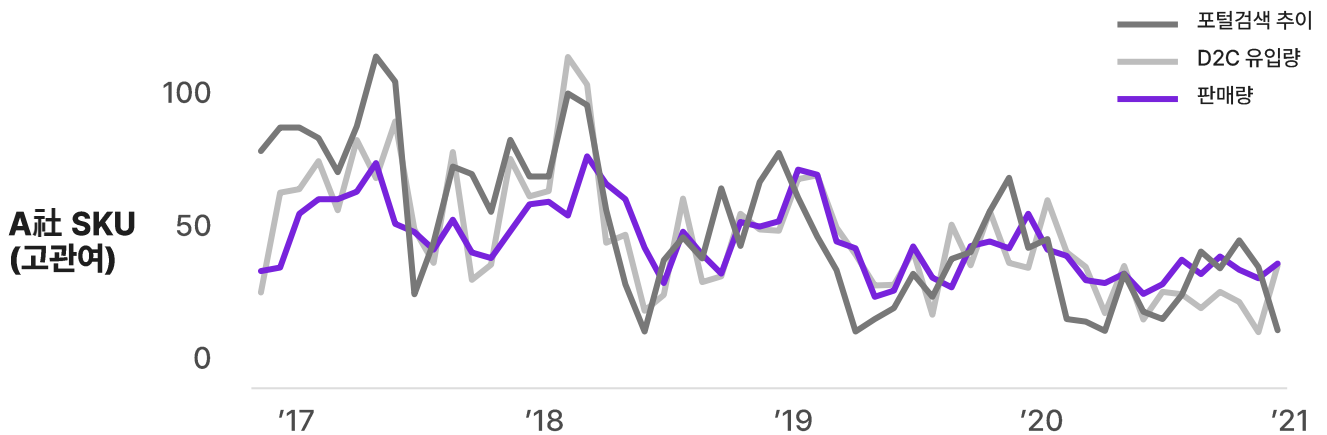


데이터 공조 간극의 원인

고객 데이터를 비즈니스 매출을 위한 선행지표로 활용할 수 있어야

- 고객 여정 데이터 추이를 보면, 실제 매출에 높은 연관성을 보이는 데이터가 있다. 예를 들면, 포털 검색량 데이터는 판매량 데이터와 거의 비슷한 추이를 보인다. 이를 통해 검색량이 높은 제품, 검색량은 높으나 구매 전환이 되지 않는 제품, 검색을 통해 구매하는 타겟 고객군 등 유의미한 데이터를 추출하는 선행지표로 활용할 수 있다.
- 그러나 검색 패턴, 마켓 세어, 세일즈 간 데이터 공조가 활발하게 일어나지 못하는 원인은 다음과 같다.
 - ① 조직 내부에 디지털 데이터 적용에 대한 인식이 부족하다.
 - ② 조직 내부에 디지털 및 데이터에 대한 부서 간 장벽이 존재한다.
 - ③ 데이터와 기술을 비즈니스 매출을 위한 수단이 아닌 목적으로 인식한다.

고객 여정 데이터와 비즈니스 지표 상관성¹



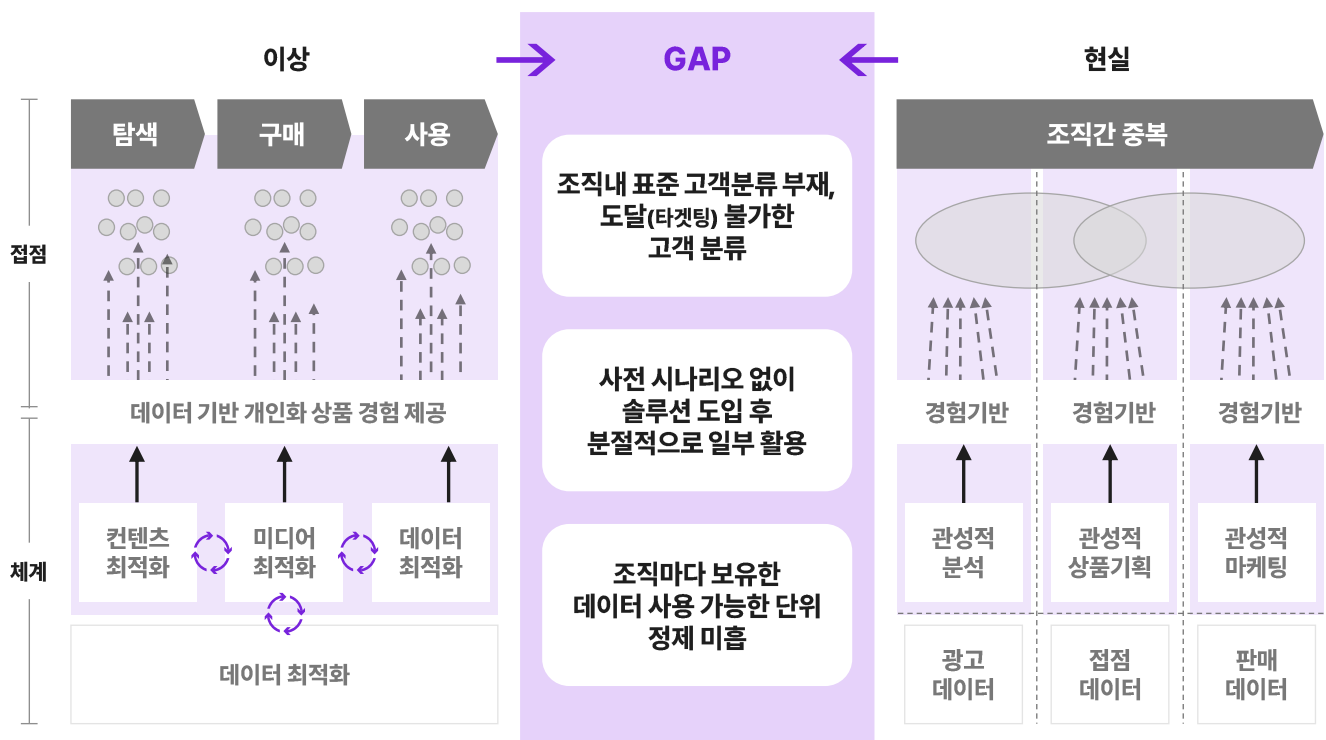
1. 피어슨 코릴레이션 분석, Kearney 내부 Client SKU별 네이버 검색추이, 구글 검색추이와 D2C 세일즈 추이 간의 상관관계 분석 (Google Analytics 온라인 구매버전 원료수 기준)
Source: Kearney

매출 단위와의 간극의 원인

기술 도입만으로 프로세스 혁신이 이루어지지 않음을 명심해야

- 이상적인 디지털 비즈니스 업무 체계는 제품 탐색, 구매, 사용, 재구매의 소비자 구매 여정별로 온/오프라인 채널의 데이터가 수집되어 통합 분석되고 다시 상품 기획/실행에 반영되는 것이다.
 - 그러나 현실적으로는 온/오프라인 채널의 데이터와 소비자 여정 데이터간 연계가 불가능하며, 통합 분석할 수 있는 체계도 부재하다. 또한 실제 소비자 데이터를 상품 기획/실행에 반영하는 사례도 찾기 어렵다. 그 원인은 다음 세 가지로 정리할 수 있다.
- ① 조직 내 표준 고객 분류가 부재하며, 타겟팅이 불가능한 수준의 분류 체계를 따르고 있다.
 - ② 데이터를 활용하기 위한 사전 시나리오 없이 솔루션을 도입한 후, 일부 데이터만 분절적으로 활용하고 있다.
 - ③ 각 조직이 보유한 데이터를 통합 사용 가능한 단위로 정제하는 노하우가 부재하다.

신규 기술에 대한 환상으로 인한 이상과 현실의 괴리



03 AI, Data를 활용한 성공 스토리

Customer Facing 측면

주로 마케팅, 플랫폼에 도입해 고객경험 개인화에 활용

디지털 상의 데이터들을 LLM이 체계적으로 분류하여, 분류 결과를 바탕으로 개별 타겟에게 개인화된 고객 경험을 제공하는 용도로 기술이 활용되고 있다. 그러나 AI를 활용한 개인화된 고객 경험이 혁신적인 결과를 내기 위해서는 고객 세그먼트 구분에 대한 명확한 정의가 선행되어야 한다.

대 고객 업무에서 AI, Data가 활용되는 영역 사례

Consumer Facing

Awareness	Consideration	Purchase	Loyalty
개인화 광고 타겟 소비자 공략 위한 개인화 소셜 미디어 콘텐츠 (이미지, 영상) 생성 ↻ Click rate ↻ Sales uplift	Gen AI 기반 영업 지원 전 소비자 구매 여정에서 개인화된 제품 추천 및 소비자 안내 제공 ↻ Customer experience ↻ Conversion rate	개인화 가격 및 오퍼링 소비자 데이터 기반 개인화된 오퍼링 및 또는 가변적 가격 설정 제공 ↻ Sales uplift ↻ Conversion rate	개인화 리워드 프로그램 과거 구매 이력 및 소비자 행동 기반 개인화 리워드, 자동화 커뮤니케이션 제공 ↻ Brand loyalty ↻ Repeat purchases
맞춤형 마케팅 콘텐츠 다양한 타겟을 커버하기 위한 1:1 초개인화 메시지 & 콘텐츠 제공 ↻ Click rate ↻ Sales uplift	맞춤형 제품 상세 정보 유저 선호 및 행동 기반 개인화된 제품 상세 정보 제공 ↻ Customer experience ↻ Conversion rate	교차판매 제품 추천 구매 제품과 상호 보완적인 다른 제품을 개인화 기반하여 추천 ↻ Cross-Selling ↻ Customer experience	Gen AI 기반 CS 구매 후 발생하는 이슈 해결을 위한 개인 비서와 같은 챗봇 서비스 ↻ Customer experience
캠페인 아이디어 생성 시장 확장, 브랜드 출시, 리브랜딩 등을 위한 혁신적인 캠페인 아이디어 생성 ↻ Brand image ↻ Sales uplift	인터랙티브 제품 설정 소비자 프롬트에 따라 변하는 제품 구성을 인터랙티브하게 시각화 ↻ Customer experience ↻ Conversion rate	제품 활용처 추천 개인화 기반의 제품 활용처 및 사용 방법 제공 ↻ Customer experience	자동화 반품 프로세스 고객 의견에 기반하여 자동적으로 반품을 처리하고 일정 관리하는 프로세스 ↻ Customer experience

Source: Kearney

Company Facing 및 E2E 측면

노동집약적 업무에 도입해 업무 효율화를 위해 활용

코딩 테스트, 내부 지식 관리 등 사람이 하기에 지나치게 반복적인 업무 혹은 사람이 할 때보다 AI가 더 높은 정확성을 보일 수 있는 업무에 기술이 주로 사용되고 있다.

내부 업무, E2E에서 AI, Data가 활용되는 영역 사례

Company Facing

Product/ R&D	Procurement & Supply Chain	Manufacturing	Distribution
R&D 다양한 공식 & 물질을 위한 제품 테스트 및 시뮬레이션 진행 ↻ R&D cost ↻ Time to market	RFP 생성, 협상 & 평가 RFP 생성 및 협상 전략과 시나리오 분석 실시간 제공 ↻ Profit margins ↻ Employee productivity	이상현상 탐지 및 원인 규명 이미지 분석 기반 제조 상 결함 발견, 결함 이슈에 대한 원인 규명 ↻ QA cost	배송 계획 작업대 주문 데드라인, 제품 사용가능 여부, 배송 루트 분석 통한 제품 및 루트 우선순위화 ↻ Picking time ↻ OTIF ↻ Logistics costs
제품 & 패키지 디자인 아이디어 매개변수 및 디자인 선호도 옵션에 기반하여 다양한 제품 컨셉 생성 ↻ Product design TAT ↻ Design cost	계약 관련 서비스 컴플라이언스 제고 위한 인공지능 기반 계약 자동화 서비스 ↻ Compliance rate ↻ Employee productivity	커머스 사이트 지원 엔지니어링, 운영 및 SOPs 관리 등을 위해 프론트 기반 Q&A 지원 ↻ Employee productivity ↻ Costs	경로 최적화 Capacity, 제약, 실시간 정보 분석 통해 배송 루트 최적화 ↻ OTIF ↻ Delivery costs
시장 트렌드 분석 및 보고 제품, 가격, 프로모션 위한 소비자 pain point 규명 및 in-depth 인사이트 도출 ↻ Customer experience ↻ Time to market	수요 예측 예측 정확도 제고, 단일 소스의 unbiased 예측 제공 ↻ OTIF ↻ Carrying costs	에너지 매니지먼트 에너지 절약 위한 전략 검증, 지속가능성 시뮬레이션 위한 합성 데이터 생성 ↻ Energy cost ↻ Sustainability compliance	재고 및 분류 관리 재고 관리 및 유무에 대한 알림, 재고 부재 시 대안 옵션 제공 ↻ Customer experience ↻ Cross-Selling
고객 VOC 소비자 리뷰 및 소셜 미디어 상 버즈 NLP 분석 기반 인사이트 도출 ↻ Customer experience	창고 배치 및 슬로팅 창고 배치 최적화 및 효율성 제고 위한 피킹 경로 생성 ↻ OTIF ↻ Carrying costs	예측 기반 유지보수 센서 데이터 분석 및 장비 유지보수 기록 트래킹 통한 발생가능한 실패 시나리오 도출 ↻ OEE ↻ Maintenance costs	소매점 계약 관리 협상 전략, 관계 관리 방안, 계약 생성 및 평가 서비스 제공 ↻ Profit margins ↻ Compliance

E2E Enablers




E2E			
지식 관리 Q&A 형식으로 내부 지식 자원 관리 및 검색 지원 ↻ Productivity	지능형 코딩 지원 새로운 코드, 기능, 테스트, natural 프롬프트 활용한 복잡한 알고리즘 등 제안 ↻ Productivity ↻ Errors/bugs	AI/ML 모델을 위한 합성 데이터 가상의 제품 활용한 선반 모니터링/계획 등 비주요 기반 프로세스 자동화 ↻ Monitoring time ↻ Costs	스마트 리쿠르팅 JD 및 포지션 맞춤형 지원자 평가 테스트 자동 생성 ↻ Hiring TAT ↻ Talent level
미팅 & 이메일 지원 주요 논의에 대한 정확한 요약 제공, 액션 아이템 도출, 회신 이메일 초안 작성 ↻ Productivity ↻ Response time	처방 보고서 자동화 주요 논의에 대한 정확한 요약 제공, 액션 아이템 도출, 회신 이메일 초안 작성 ↻ Time to action	교육 & 온보딩 프로그램 빠르고 효율적인 프로세스를 위해 가상의 어시스턴트 활용한 맞춤형 프로그램 제공 ↻ Costs ↻ Employee engagement	

Source: Kearney

소비재 기업의 생성형 AI 도입 성공 사례

광고 마케팅 최적화, 플랫폼 경험 개인화에 주로 활용

대부분 기업들이 도입 적용이 쉽고, 효과성이 높은 대고객 영역에서 생성형 AI를 많이 활용하고 있다. 그러나 이를 통한 엄청난 매출 혁신이 일어났다고 보기는 어렵다. 이 사례를 통해 볼 수 있는 시사점은 현 시점에서 AI와 Data가 주는 가장 큰 혜택이 노동 집약적인 업무 부담 감소와 전반적인 고객 경험의 상향 평준화이라는 사실이다.

기업	AI 활용한 비즈니스 어플리케이션 및 성공 사례
	Gen AI 도입 통해 콘텐츠 제작 효율화, 비주얼 및 텍스트 최적화, 광고 개인화 및 효과성 개선
	Gen AI 활용 통해 제품 개발 가속화, CX 개선 및 시장 출시까지의 리드타임 단축
	Gen AI (DALL-E) 활용 통해 마케팅 캠페인의 일환으로 2000개의 유니크한 아이코닉 보틀 디자인과 신규 플레이버인 Y3000의 디자인 생성
	Gen AI 기술을 적용한 소비자 인게이지먼트 비서 “알렉스” 통해 소비자 요청 응대
	신제품 플레이버 개발, 마케팅 전략 최적화, SCM 개선 등에 AI 기반 툴 활용

AI, Data 활용 성공을 위한 권고

왜, 어디에, 무슨 데이터로 어떤 부분을 개선할지 좁은 단위로 정의

- AI, Data를 활용하기 전에 실제 업무의 전체 프로세스를 아래와 같이 좁은 단위로 정리하는 작업을 선행하는 것이 필수적이다.
- 이 작업을 통해 실제 진행되는 업무의 과정 중 기술을 통해 효과/효율을 높일 수 있는 부분을 확인하고, 어느 부분을 어떻게 개선할 것인지 면밀하게 정의해야 한다.
- 좁은 영역부터 먼저 빠르게 도입하고, 차차 넓혀가는 방식이 AI 기술 도입 성공의 가능성을 훨씬 높일 수 있다.

실제 내부 업무 상세 프로세스의 좁은 정의 사례 (마케팅 영역)

Current Offering

내부 상세 Process



마케팅 효과 Using Scene




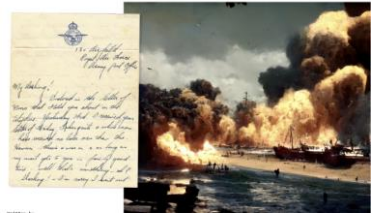


- 생성형 AI 기반 캠페인 빅아이디어 도출/적용
"Remastered Memories" (2022)처럼 Text→Image
스토리과 결합한 캠페인 등
- Key Message, Visual 기반 빠른 타겟 별 생성

마케팅 효율 Using Scene

- 시장조사, D-brief초안, 팩트북, 스토리보드 지원
삼성 GMO산하 CMI(브랜드조사) 조직은 소비자 질의서/
보고서 작성에 검토 중
- 디지털 접점 별 맞춤 어셋 생산 속도와 량 개선 지원
- 퍼포먼스 A/B Test별 카피/배너 대량 제작 지원

AI, Data 활용 사례: 마케팅 텍스트, 이미지, 비디오 제작

소비자 데이터를 통해 좋아 할 만한 마케팅 콘텐츠를 AI 제작

캠페인 상세	노출 구좌	원천 모델
<p>Text 예시  "A Break For Have a Break" (2021) – Wunderman Thompson社¹</p>  <p>KitKat의 전통적 슬로건 "Have a Break, have a KitKat"을 변형한 캠페인 슬로건을 AI 통해 제작 – KitKat 전용 슬로건 Text Generator 개발</p>	<p>소셜 채널 KitKat 공식 계정 – 인스타그램, 페이스북, 트위터</p>	<p>GPT-3</p>
<p>Image 예시  "Remastered Memories" (2022) – Wunderman Thompson社¹</p>  <p>세계대전 당시 실제 군인의 편지 내용 Text 변환 → Prompt로 활용하여 다양한 이미지 제작 – 캐나다 국민 대상 현충일 중요성 인지 목적 캠페인</p>	<p>옥외 광고, 신문 및 공식 웹 페이지</p>	<p>Midjourney</p>
<p>Video 예시  "Never Done Evolving" (2022) – AKQA社²</p>  <p>과거('99년)의 세레나 윌리엄스와 최근의('17년) 세레나 윌리엄스의 테니스 경기를 AI로 재현 – Nike 창립 50주년 기념, 최고의 스포츠 선수에게 존경을 표하는 마케팅 캠페인 – 실제 경기 영상을 ML 통해 학습 후 13만 개의 경기 생성</p>	<p>YouTube 공식 계정 – 조회수 230만 회 달성 (Nike average organic views 比 11.8배)</p>	<p>자체 생성 모델 (Vid2Player³)</p>

Source: Kearney

AI, Data 활용 사례: 제품 및 백그라운드 3D 이미지 생성

3D 모델링을 통해 빠른 상세 이미지 생성해 비용 절감

3D 렌더링 제작



NVIDIA Omniverse 플랫폼 기반 제품 3D- Rendered 어셋 제작

- NVIDIA Omniverse: Adobe 3D Substance Painter, Autodesk Maya 등 3D 어셋 제작 필요 App. 등을 동일 환경 내 동기화

배경 이미지 제작

현대적이고 따뜻한
화장실의
라이프스타일 사진
배경을 선반
눈높이에서 보여줘



Golden hour
조명의 현대적인
분위기 화장실을
아이보리 배경으로
보여줘



NVIDIA Picasso 활용 백그라운드 이미지 생성

- NVIDIA Picasso: Getty Images, Shutter-stock 등 高퀄리티 이미지 어셋 기반 NVIDIA Edify (T2I 원천 모델)에 고객 데이터 인풋하여 Fine-tuning한 이미지 생성 모델

제품 활용컷 제작



사진 비율 변경, In/Outpainting 보정 포함



제품/백그라운드 이미지 조합 및 어셋 후보정을 통한 완성된 어셋 제작

- Adobe Firefly 등 후보정 기능 연결 → 동일 환경 내 완성된 어셋 제작 가능

AI, Data 활용 사례: 글로벌 마케팅 홀딩스 'Publicis'

생성형 AI 기반 솔루션으로 내부 업무 혁신 통해 큰 비용 절감

- 과거에 이용했던 텍스트, 이미지, 광고 등 내부 자산을 AI에 학습시켜, 원하는 단위로 원하는 시점과 활용처에 활용할 수 있도록 내부 업무를 혁신적으로 개선했으며, 이를 통해 최소 20% 이상의 리소스를 절감했다.

Publicis의 생성형 AI 활용 체계

- 목적**
- Agency 내부 업무 효율화
 - 더 빠르고/많은 콘텐츠 제작
 - Gen. AI 기반 솔루션 통한 SI 비즈니스 강화

추진 방향



"..Publicis 내부 PoC 결과 Gen-AI 통한 리소스 절감율 최소 20%~임을 확인했고, V/C 전반에 Gen-AI 도입을 확장하여 최대 50% 업무 효율화를 목표.."

"..경쟁사 比 차별화 위해 세계 최고 수준 Gen-AI 역량 확보 및 고객에게 제공하는 오픈링을 다양화하기 위해 Jasper, Synthesis와 같은 3rd party 솔루션사와도 파트너십 체결.."

"..Publicis는 고객보다 한 발 앞서 'Gen-AI 컨설턴트'로 포지셔닝 하기 위해 노력중.."

Current VP of Digital Solutions @ Publicis
Ex. Director @ Accenture

기획, 제작, 운영, 분석 관점에서 업무를 디지털화

- 마케팅 브리프를 생산하고, 제품 활용컷 및 카피, 배경이미지를 컨셉별로 생산하고, 콘텐츠를 포맷별로 제작해 배포하고, 콘텐츠 성과를 분석한 후 최적화하는 마케팅의 전 단계를 생성형 AI 기반으로 전환했다.

Publicis의 자체 고객경험 생성 플랫폼

기획

- 마케팅 브리프 생성
- 마케팅 목적, 타겟 고객에 부합하는 마케팅 브리프안 대량 생산

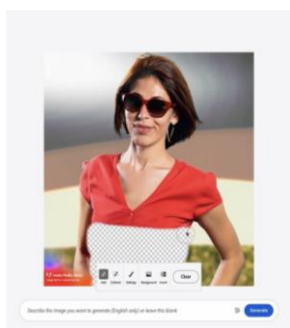
제작



Prompt:
"Red 계열 옷 입은
여성 선글라스
제품착용컷 만들어줘"

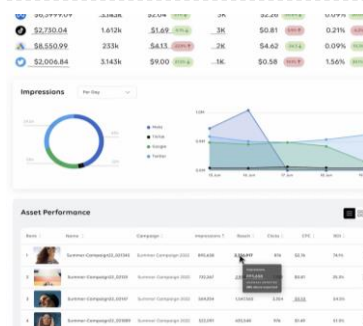
- 제품 활용컷 제작 (T2I)
- Adobe Sensei 모델 활용
- 상세한 타겟 고객(Affinity), 컨셉별 다양한 이미지 생성 가능
- 그 외 카피라이팅, 백그라운드 이미지 등 기능 포함

운영



- 콘텐츠 후보정
- Adobe Firefly 모델 In/Out-painting 기능 활용 가능
- 콘텐츠 포맷/언어 Variation
- 콘텐츠 배포
- Annotation 및 자동 배포 가능

분석



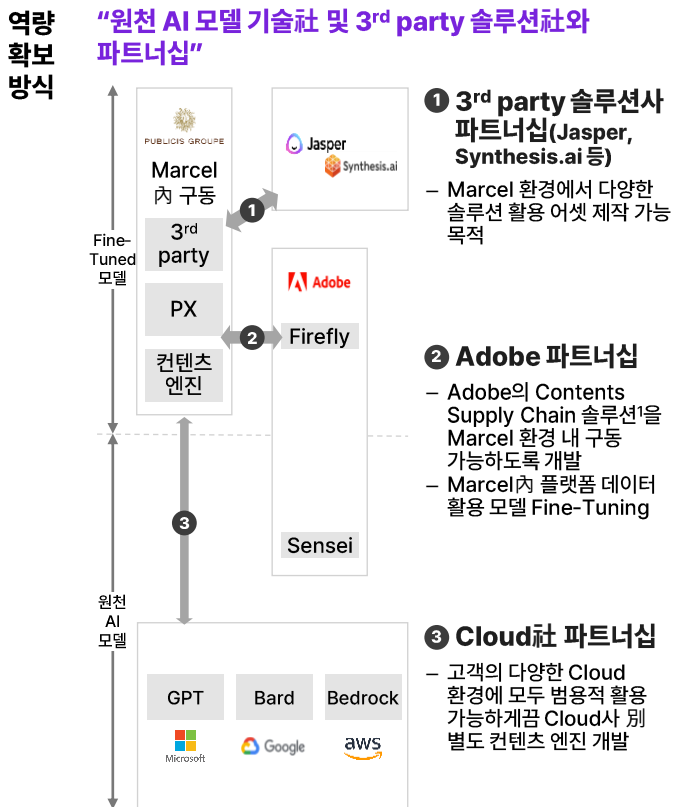
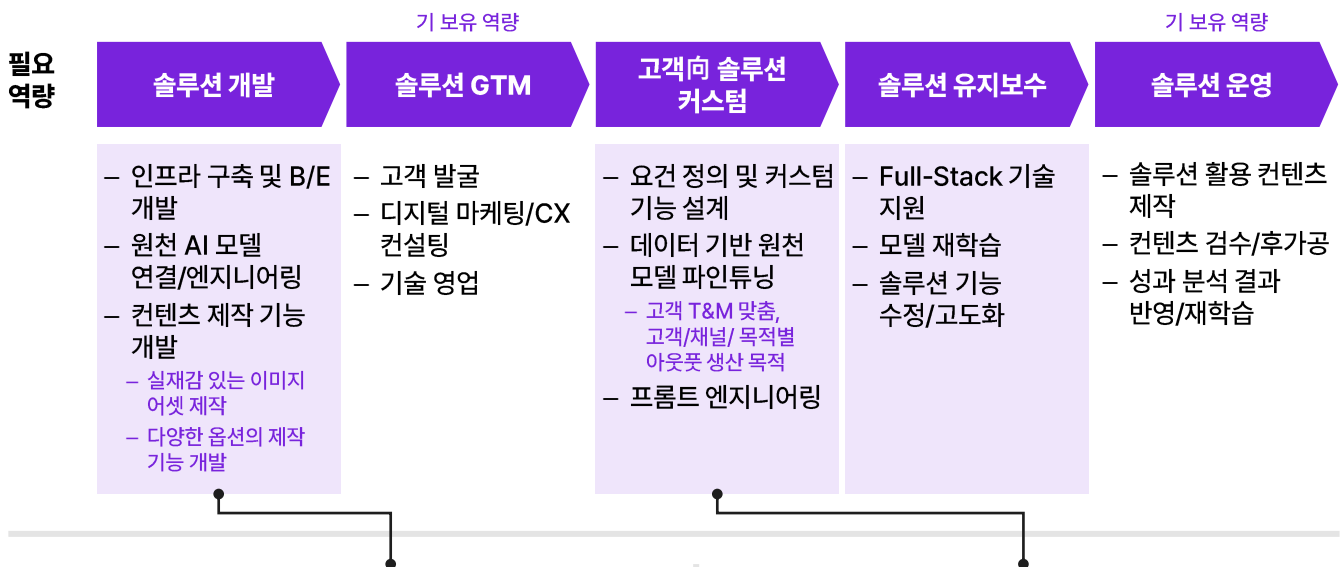
- 콘텐츠 성과 대시보드
- AI 기술 활용, 어셋 내 구성 요소 자동 판별, 요소별 성과 분석
- 콘텐츠 최적화
- 분석 결과에 기반 타겟/목적별 최적 어셋 추천

Source: Kearney

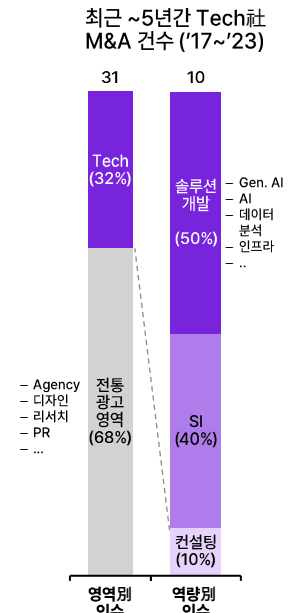
AI 솔루션 개발에 필요한 역량을 명확화해 적합한 파트너 마련

- 원천 AI 모델을 바탕으로 원하는 단위, 퀄리티의 결과를 얻기 위해서는 양질의 데이터를 평가하고 파인튜닝(fine-tuning)해 학습시키고 알고리즘화 시키는 다양한 역량이 필요하다. Publicis 사는 이러한 부분의 부족 역량을 파트너십을 통해 해소했다.

생성형 AI 솔루션 개발 단계별 필요 역량



“데이터 사이언스 및 AI 개발 Tech사 인수”

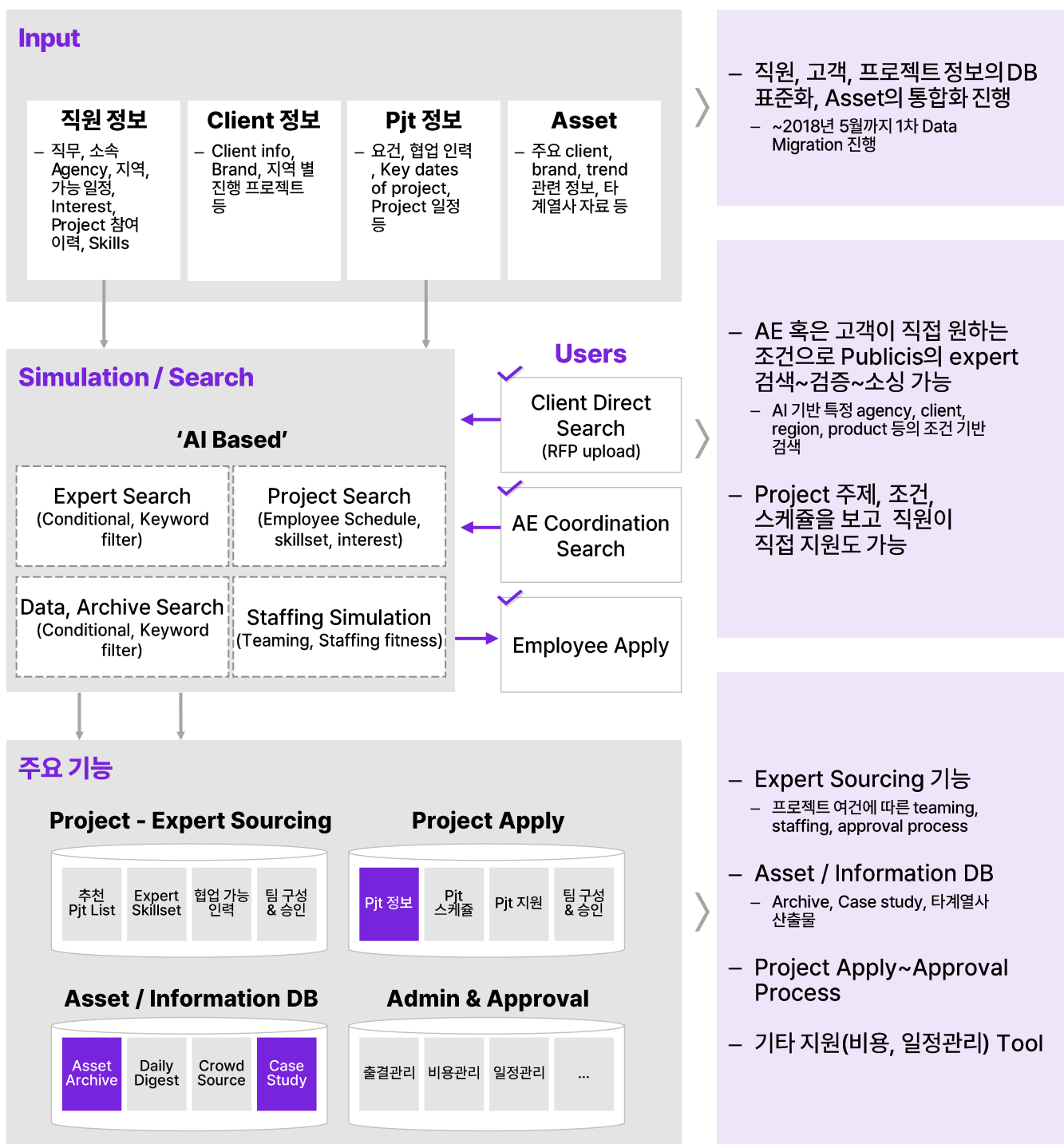


Source: Kearney

기존 자료를 데이터베이스화해 누구나 사용할 수 있도록 공유

- 수만 개의 데이터를 정제하여 데이터베이스화, 플랫폼에 업로드하여 생성형 AI를 기반으로 앱을 만들어 누구나 검색, 검증, 소싱할 수 있도록 하였다.

AI 기반 정형/비정형 데이터 정제 체계



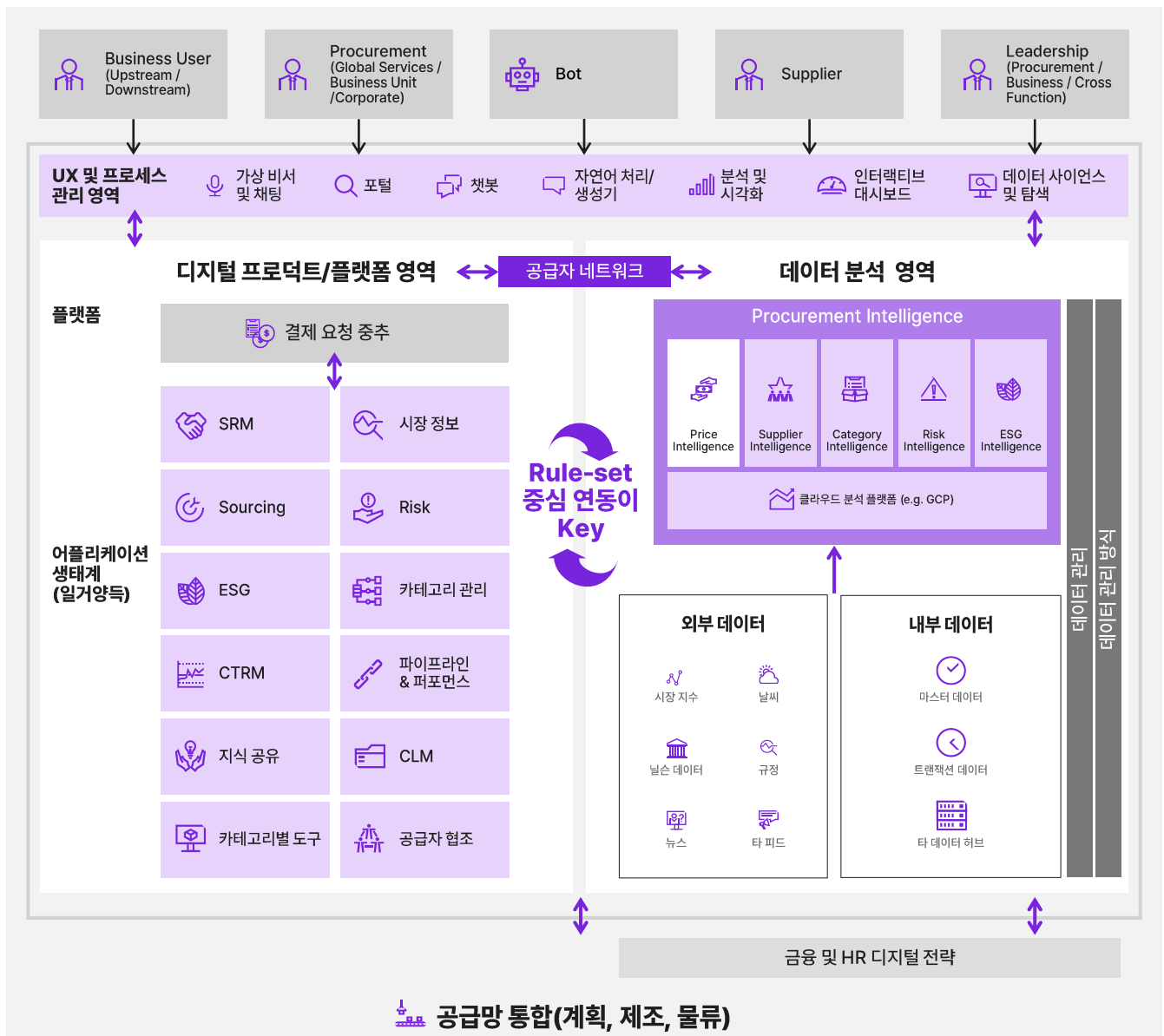
Source: Kearney

04 기술 기반 디지털 성장 메커니즘

밸류 체인 전반의 디지털 비효율 직시

비즈니스 과정에서 어떤 사업적 결핍이 발생하는지 확인

플랫폼 비즈니스 밸류 체인



Source: Kearney

기술을 접목할 Using Scene의 명확한 정의

좁고 명확한 정의를 통해 필요한 1st party Data를 정제

- 고객 여정을 이해하고, 어떤 오퍼링을 통해, 어떤 지표를 달성할 것인지를 분석하여 그것을 위해 필요한 데이터와 툴을 마련해야 한다.



1. DMP = Data Management Platform 2. CDP = Customer Data Platform
Source: Kearney

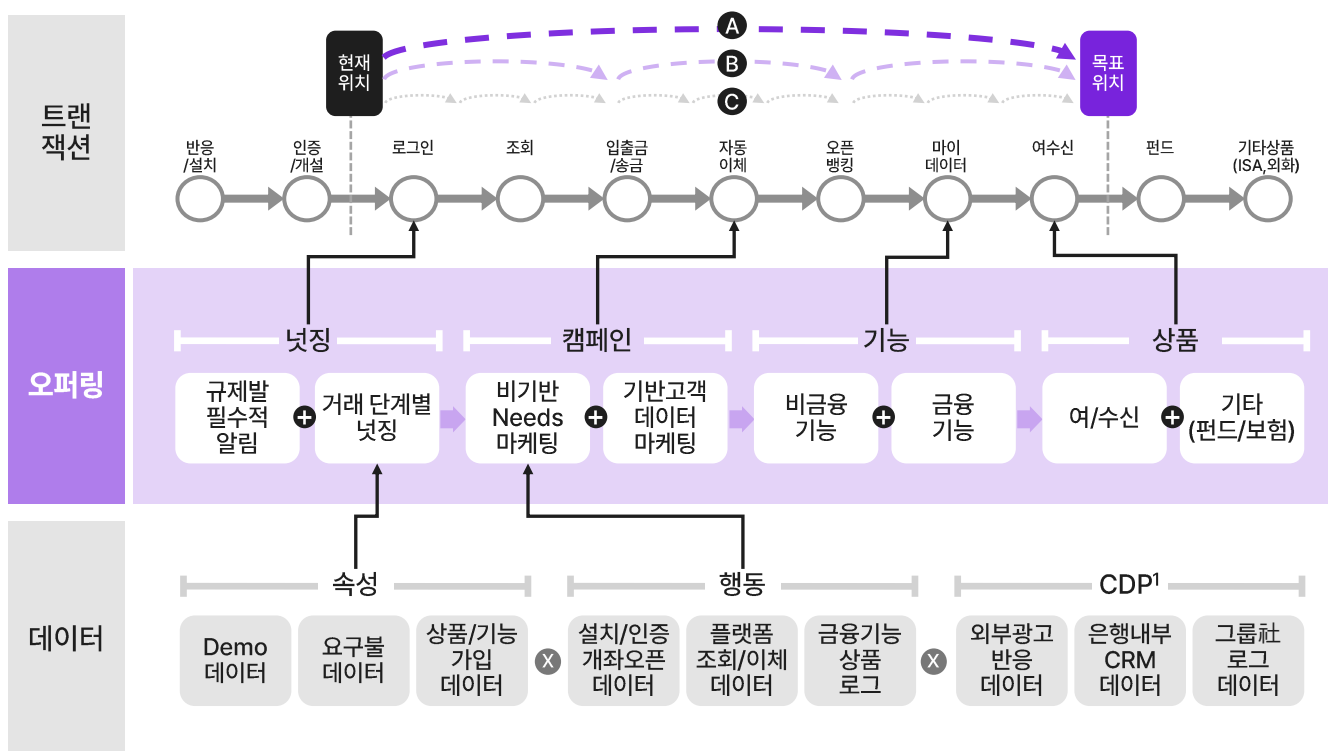
언어와 업무의 표준화 단위인 '롤셋'의 내재화

모든 조직구성원이 동일한 개념, 동일한 데이터를 사용할 수 있어야

- 롤셋은 디지털 플랫폼에서 '고객 구분자', '매출', '전환율' 등의 업무를 다루는 표준화된 단위이자 개념이다. 모든 구성원이 서로 같은 개념과 이해를 DNA화 해야, 조직 내부에서 필요한 데이터를 누구에게 요청해서 어떻게 활용할지 체계화할 수 있다.
- 또한, 사람과 롤셋의 조합을 통해 언제, 누구에게, 어떤 비즈니스를, 어떤 전략적인 의사결정과 제안을 통해 이어갈 것인지 체계화하여 궁극적으로 디지털 사업의 성장으로 이어질 수 있다..

명확한 롤셋을 기반으로 한 디지털 사업 성장

디지털 사업 성장 체계(금융사례)



Bi-Modal 마케팅 알고리즘

A	Quantum Jumping	금리, 가능여부 기준 금융상품 가입 통한 <u>one-step 기반 고객화</u>
B	Ad-hoc Jumping	간헐적인 사용중 기능+마케팅 통한 <u>단계별 기반 고객화</u>
C	Micro Jumping	고관여 상품인 금융과 플랫폼 기능을 <u>상세 고민하며 기반고객화</u>

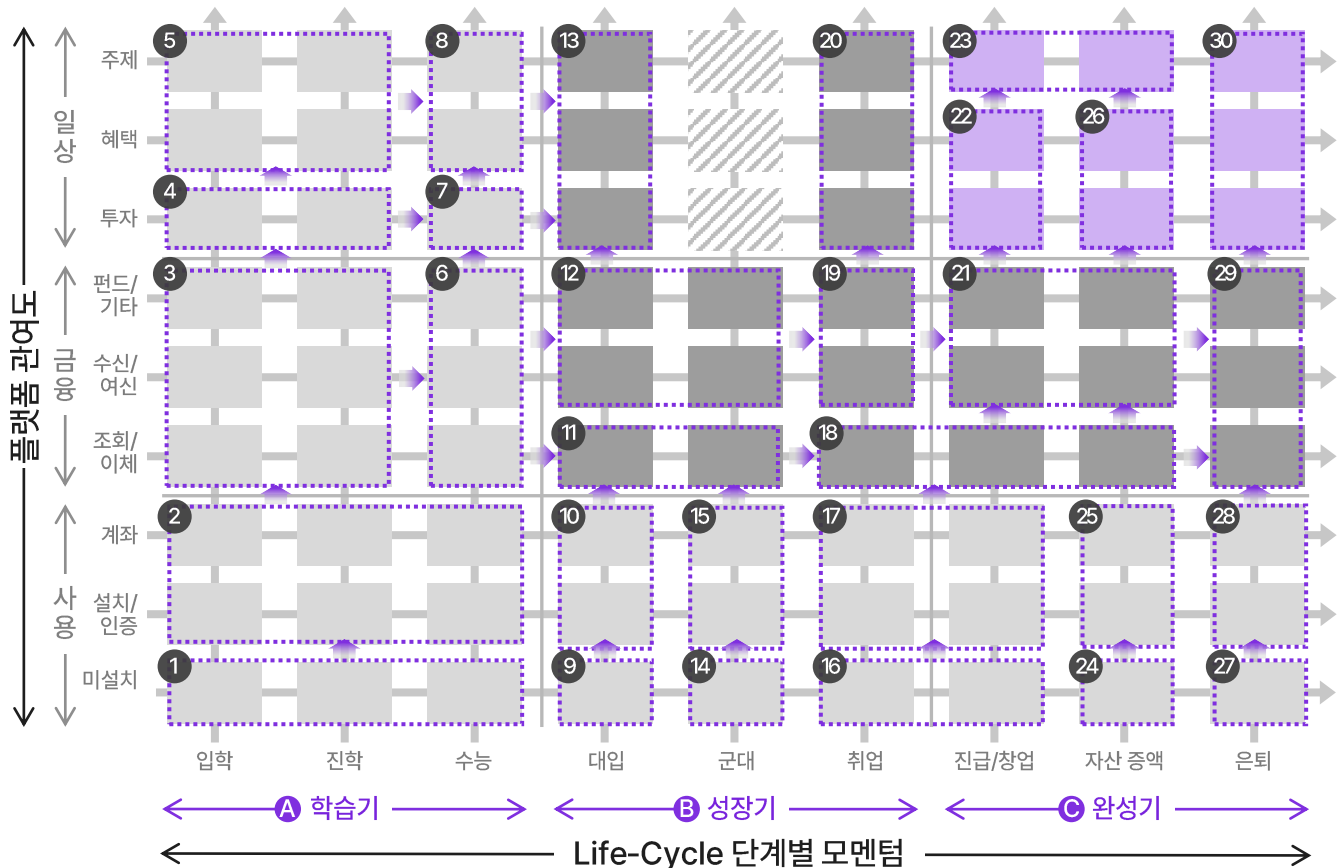
디지털 마케팅 핵심 고려 요소

WHO (세그먼트)	고객은 누구이고 금융 관련 어떠한 상황에 처해 있는가?
WHERE (고객여정)	금융 Transaction상 어디에 있고 어디로 보내야 하나?
WHAT (오퍼링)	목표 여정 단계로 보내기 위한 마케팅 오퍼는 무엇인가?
HOW (접점)	영업점, 콜, Won banking(플랫폼) 등 접점 별 오퍼 메시지는?
WHY (데이터)	어떠한 데이터로 고객 인사이트를 발굴 하여 맞춤 제안을 해야 하는가?

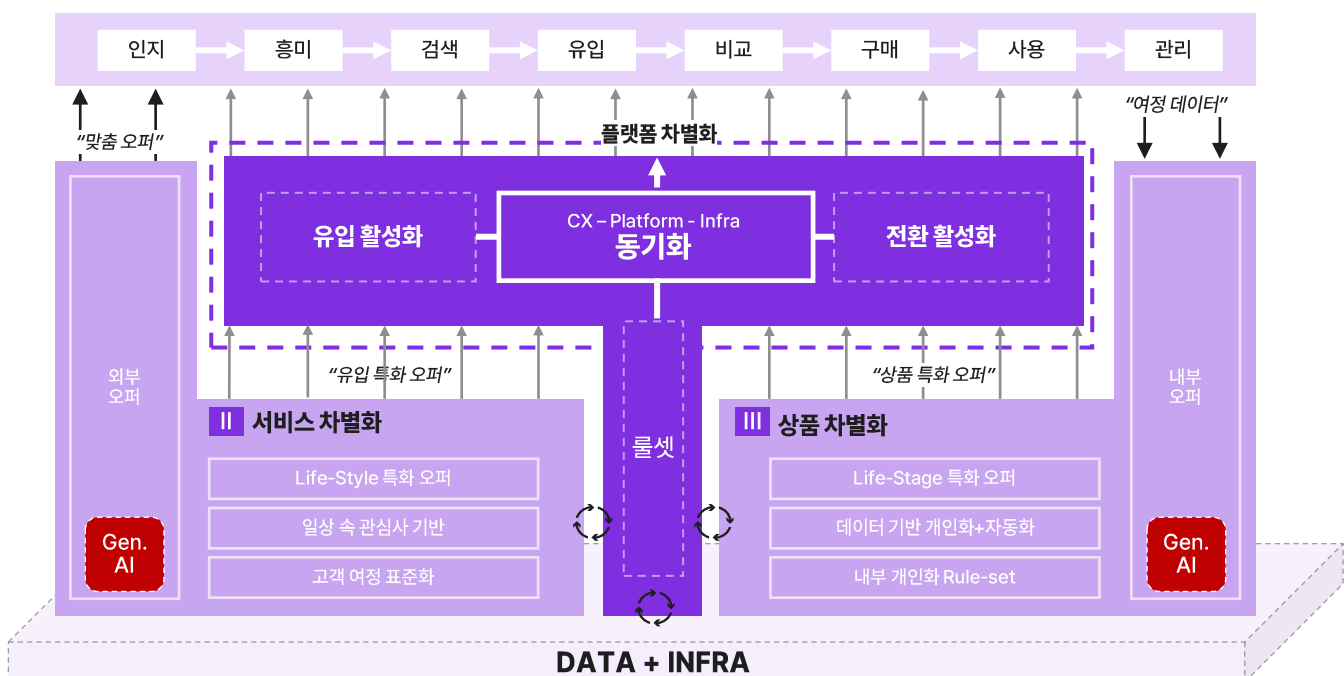
1. CDP = Customer Data Platform으로 행내 데이터와 외부 디지털 접점상 고객 데이터를 통합하여 마케팅 활용 솔루션
Source: Kearney

표준화된 롤셋 사례와 디지털 비즈니스 성장 체계

DNA 예시 (고객 분류 표준화)



디지털 비즈니스 자생적 성장 체계도



05 디지털 비즈니스 성공을 위한 3가지 제언

AI와 Data 라는 도구가 아니라,
디지털 사업 성장의 **결핍을 구체화** 하라

양손잡이 조직이 아닌
양손잡이 인력*이 리드하도록 하라

사람이 아니라 **룰셋의 루틴화**가
디지털 사업 성장의 동인이 되도록 하라

*두 가지 이상의 분야를 함께 이해할 수 있는 인력

The background is a complex, abstract composition. It features a large, bright white diagonal line that cuts across the frame from the top-left towards the middle-right. Below and around this line, there are swirling, ethereal patterns in shades of deep blue, magenta, and golden-yellow. These patterns resemble light trails or perhaps the intricate structure of a microscopic organism, like a nautilus shell or a complex fiber. The overall effect is one of dynamic energy and futuristic design.

KEARNEY

Copyright©2023 A.T. Kearney Korea LLC. All rights reserved.