어도비, 어도비 애널리틱스로 BGF 리테일 고객 경험 혁신 지원

서울, 2020 년 6 월 29 일 – 어도비는 편의점 브랜드 CU 운영사인 BGF 리테일이 어도비 익스피리언스 클라우드(Adobe Experience Cloud)의 어도비 애널리틱스(Adobe Analytics)를 도입하고 온오프라인을 아우르며 고객 경험을 향상하는 O2O 혁신에 나선다고 밝혔다.

최근 디지털을 중심으로 빠르게 재편되고 있는 소비 형태의 변화에 맞춰 모든 고객 접점에서 전에 없던 경험을 제공하는 것은 전 유통업계가 직면한 과제이다. 그러나 심화하는 경쟁 속에서 디지털 채널의 구축만으로는 기업의 지속 가능한 성장과 혁신을 실현시키기 어렵다. 국내 편의점 선두기업인 BGF 리테일도 예외가 아니다. 모바일 앱 '포켓 CU' 론칭 후 확대된 고객 여정에 맞춰 데이터를 통합하고 분석하는 데 어려움을 겪은 BGF 리테일은 효과가 검증된 분석 솔루션인 어도비 애널리틱스를 도입했다.

유통 업체는 어도비 애널리틱스를 통해 다양한 온라인 채널에서 고객 행동 데이터 수집 및 분석, 실행 가능한 인사이트 도출까지 하나의 솔루션으로 해결할 수 있다. BGF 리테일도 어도비 애널리틱스를 활용해, 모바일 앱에서의 고객 행동 정보를 미리 설정한 맞춤 지표에 따라 수집, 분석하고 있다. 또한 실시간으로 변화하는 분석 결과를 시각화할 수 있어 빠른 의사결정도 가능해졌다. 뿐만 아니라 팀 간 협업 시에도 어도비 애널리틱스의 리포트를 기준으로 삼으면서 업무 시너지를 높였다.

최지영 BGF 리테일 CRM 팀 팀장은 "어도비 애널리틱스의 활용으로 시시각각 변하는 고객 행동에 능동적으로 대처할 수 있고, 더 나은 고객 경험 제공은 물론 새로운 비즈니스 기회까지 모색할 수 있다"고 전했다.

현재 BGF 리테일은 어도비 애널리틱스의 체계적인 실무자 교육 및 컨설팅을 활용해 마케팅 담당자가 고객 경험에 대한 지속적인 개선과 고객 행동에 대한 심도 있는 인사이트를 얻으며 역량 개발에 박차를 가할 수 있도록 환경을 구축하고 있다.

최지영 팀장은 "디지털 기술 덕에 언제 어디서나 소비자가 원하는 곳에서, 원하는 서비스와 상품을 제공한다는 편의점 핵심 가치를 실현할 수 있는 가능성이 더욱 높아지고 있다"며 "어도비 애널리틱스를 통해 전 고객 여정에 걸쳐 데이터 기반 고객 경험을 제공하기 위해 디지털 기반을 마련하게 되었다"고 밝혔다. 또 "빠르게 변화하는 소비패턴과 높아지는 고객 기대를 충족하는 진일보한 유통 모델로의 여정에 어도비가 계속 함께 하기를 바란다"고 덧붙였다.

어도비에 대해

어도비는 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 어도비 홈페이지에서 찾을 수 있다. 어도비코리아에 대한 정보 및 뉴스는 어도비코리아의 공식 페이스북과 뉴스룸에서 확인 가능하다.

###

© 2020 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.