



## 제너럴 모터스(GM), 실시간 고객 참여와 개인화된 전기차 여정 지원 위해 어도비 익스피리언스 클라우드 도입

- 제너럴 모터스(GM), 조직 전반의 고객 인사이트 연결 및 다양한 채널에 걸친 대규모 개인화 마케팅 위해 어도비 익스피리언스 클라우드 엔터프라이즈 애플리케이션 도입
- 실시간 통합 고객 프로필을 기반으로 초기 소비자 인식 및 구매 고려를 제고하는 전기차 이니셔티브가 GM 차량을 소유하는 동안 차세대 차량 내 경험을 통해 유지되도록 지원
- 크리에이티브 클라우드 사용으로 전기차 혁신과 영향력을 잘 보여줄 수 있는 콘텐츠 경험도 지원

2023년 5월 15일, 서울 - 어도비는 제너럴 모터스(General Motors, GM)가 수백만 명의 고객에게 대규모 개인화를 제공하기 위해 [어도비 익스피리언스 클라우드\(Adobe Experience Cloud\)](#)를 도입했다고 밝혔다.

GM은 2025년까지 연간 전기차 100만 대 생산이라는 목표 달성을 위해 소비자 대상 전기차 혜택 교육부터 구매 및 구매 후 여정을 이끄는 것까지 고객 별 상호작용을 개인화하기 위해 노력 중이다. 이에 [어도비 실시간 고객 데이터 플랫폼\(Adobe Real-Time Customer Data Platform, CDP\)](#), [어도비 저니 옵티마이저\(Adobe Journey Optimizer\)](#), [어도비 커스터머 저니 애널리틱스\(Adobe Customer Journey Analytics\)](#) 등 [어도비 익스피리언스 플랫폼\(Adobe Experience Platform\)](#) 기반의 애플리케이션을 통합 틀로 사용해 고객 인사이트를 종합하고 온오프라인 접점 전반에서 실시간으로 고객 경험을 조율할 계획이다.

아제이 카푸르(Ajay Kapoor) 제너럴 모터스 퍼포먼스 기반 마케팅 글로벌 디렉터는 “제너럴 모터스는 이동 방식을 근본적으로 변화시킬 전기차로의 전환을 시작하고 있으며, 매력적인 디지털 서비스로 변화된 주행 경험을 통해 배출 가스 없는 제로 에미션(zero-emission) 미래를 제공할 예정”이라며, “전기차 보급 및 소비자 교육에서 차세대 개인화 기능을 선보이는 것에 이르기까지, 어도비 익스피리언스 클라우드는 관련성 높은 맞춤형 방식으로 고객과 소통할 수 있는 구심점을 제공할 것”이라고 말했다.

카푸르 디렉터는 또한 “고객에 대한 통합된 관점은 주요 온오프라인 채널에서 고객 경험을 조율하는 데 필요한 정교함을 지원하며 마케팅 활동을 한 단계 더 발전시킬 것”이라며 “어도비 익스피리언스 클라우드와의 협업을 통해 차량 안팎에서 맞춤형 개인화를 구현하게 됐다. 이로써 전기차 구매자는 차량 충전 알림, 길 안내 등 구매 이후에도 유용한 콘텐츠를 전달받을 수 있다”고 덧붙였다.

스티븐 프리더(Stephen Frieder) 어도비 엔터프라이즈 부문 최고 매출 책임자는 “제너럴 모터스는 수년간 [어도비 크리에이티브 클라우드\(Adobe Creative Cloud\)](#) 애플리케이션을 사용해 신제품을 위한 콘텐츠를 제작하고, [어도비 서브스턴스 3D\(Adobe Substance 3D\)](#)와 같은 툴로 차량 디자인 프로세스를 새롭게 구상하는 한편 마케팅 활동 또한 강화해왔다”며 “어도비 익스피리언스 클라우드를 중심으로 양사의 관계를 확대함으로써 예술과 과학을 조화롭게 결합하고, 심층 인사이트를 활용해 가장 관련성 높고 영향력 있는 콘텐츠로 고객 참여를 유도하며 전기차 이니셔티브를 통해 경험 주도 성장을 지원할 것”이라고 전했다.

GM 은 어도비 익스피리언스 플랫폼을 통해 공통 데이터 모델에 따라 조직 전반의 고객 데이터를 통합하는 한편, 엄격한 거버넌스 및 보안 제어를 구현하며 GM 차량 소유자에 대한 단일 데이터 소스를 활성화할 수 있다.

- **어도비 실시간 CDP** 는 브랜드 웹사이트, 이메일, 모바일 앱 등 다양한 접점에서 발생하는 상호작용을 실시간으로 업데이트할 수 있는 통합 고객 프로필을 GM 에 제공한다. 이를 통해 GM 의 각 팀은 고객의 브랜드 구매 여정 단계를 정확하게 파악하며, 반복적이거나 명확하지 않은 마케팅 활동을 최소화할 수 있다. GM 은 초기 테스트 단계에서 어도비 실시간 CDP 을 활용해 캐딜락(Cadillac) 브랜드에 관심 있는 고객을 지원했으며, 이들을 위한 캐딜락 차량 제작 및 커스터마이징 툴을 선보였다. 이후에는 각 고객이 구매 여정에서 취한 행동을 기반으로 한 맞춤 설정을 포함해 고객 참여를 이끌어 내고 있다.
- **어도비 저니 옵티마이저** 는 GM 이 고객과 소통하는데 적합한 채널과 순간을 선택할 수 있도록 지원한다. 확장된 온오프라인 고객 접점 전반에 걸쳐, 영향력 있고 유용한 방식으로 경험이 제공될 수 있도록 일대일 여정을 구축할 수 있는 시각적 인터페이스를 제공한다. 예를 들어, GM 은 고객이 전기차를 구매한 직후 바로 충전소, 정기적인 유지보수 및 유용한 모바일 앱 기능에 대한 정보를 전달할 수 있다.
- **어도비 커스터머 저니 애널리틱스** 는 채널 간 인사이트를 제공해 마케팅 활동과 고객 경험을 점차 최적화하게끔 지원한다. GM 이 여러 채널에서 콘텐츠와 메시지를 조율하는 동안 어도비 커스터머 저니 애널리틱스는 고객이 문제를 겪는 지점을 파악할 수 있도록 돕는다. 또한 전기차 구매 단계에서 개개인을 안내하기 위해 설계된 새로운

지원 기능과 같은 기회도 식별한다. GM 고객에 대한 단일 데이터 소스는 고객 경험을 다루는 모든 팀에서 활용 가능하다. 이를 통해 GM 조직 전반의 장벽을 낮추고 개인의 데이터 기반 역량을 강화하며, 모든 고객에게 언제 어디서나 동일 수준의 고품질의 맞춤형 상호작용을 제공할 수 있다.

## 어도비에 대해

어도비는 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 [어도비 홈페이지](#)에서 찾을 수 있다. 어도비코리아에 대한 정보 및 뉴스는 어도비코리아의 [공식 페이스북](#)과 [뉴스룸](#)에서 확인 가능하다.

## 어도비 익스피리언스 클라우드에 대해

경험 경제에서 모든 비즈니스는 디지털 비즈니스가 되어야 한다. 디지털 비즈니스를 지원하는 글로벌 선두의 어도비 익스피리언스 클라우드(Adobe Experience Cloud)는 고객 여정 관리, 데이터 인사이트 및 오디언스, 콘텐츠 개인화, 커머스 및 마케팅 워크플로우를 위한 솔루션 등으로 구성되어 있으며, 규모에 관계없이 기업의 B2B 및 B2C [고객경험관리\(CXM\)](#)를 돕는다. 어도비 익스피리언스 클라우드의 기반인 어도비 익스피리언스 플랫폼(Adobe Experience Platform)은 업계 최초의 CXM 에 목적을 두고 개발된 플랫폼으로, 개인화된 고객 경험을 규모에 맞게 실시간으로 구현하는 애플리케이션을 지원한다.

###