

디지털 ID 관리와 뛰어난 고객 경험 사이의 갭을 줄입니다.

고객은 개인화된 경험을 기대

고객 경험(CX)은 고객이 상호 작용할 때마다 개인화된 경험을 기대함으로써 브랜드의 명성과 수익을 높이거나 낮춥니다. 소비자의 79%는 뛰어난 CX를 얻지 않는 한 브랜드에 관여하지 않을 것이라고 말합니다 (맥킨지 보고서 참고).

이러한 추세는 코로나19 대유행으로 더욱 가속화되어 일상적인 상호작용을 위해 디지털 채널에 의존하는 소비자의 엄청난 성장으로 이어졌습니다. 실제로 맥킨지는 디지털 채널이 다양한 산업 분야에 걸쳐 28-46% 증가했다고 보고했습니다. 이러한 변화는 영구적으로 유지될 것으로 예상됩니다. 따라서 디지털 채널의 CX는 그 어느 때보다 중요합니다.

브랜드가 이제 중요한 디지털 채널을 통해 고객이 기대하는 개인화된 경험을 제공하려면 다음을 수행할 수 있어야 합니다.

1. 고객이 디지털 채널과 상호 작용할 때 귀를 기울이십시오.
2. 그들의 행동이 나타내는 요구를 이해합니다.
3. 순간에 각 고객과 가장 잘 상호 작용하는 방법을 결정합니다.
4. 개인화된 경험을 통해 각 결정을 실행

그렇다면 브랜드는 어떻게 접근했을까요?

지금까지 대부분의 브랜드는 타사 쿠키 기반 추적기를 사용하여 고객이 디지털 채널과 상호 작용할 때 귀를 기울였습니다. 이들은 웹페이지와 광고에 추가되어 고객의 활동을 추적하고 관심 프로필을 구축한 다음 타겟 광고를 유도합니다.

그러나 타사 쿠키 기반 추적기는 진정한 고객 경험을 제공하는 데 사용하기 어렵습니다. 이러한 추적기에서 수집된 데이터는 종종 제3자가 보유하고 있으며, 마케터가 액세스할 수 없고 실시간으로 수집되지 않습니다.

또한 수집한 데이터는 일반적으로 브랜드가 추적하려는 각 데이터 요소로 인해 맞춤형 태그를 추가해야 된다는 허점을 가지고 있습니다.

예를 들어, 클릭할 수 있는 링크 또는 버튼은 태그를 추가해야 하며, 사용자가 방문할 수 있는 각 웹 페이지에는 정보를 입력할 수 있도록 양식 필드를 추가해야 합니다. 이러한 태깅 접근 방식은 디지털 솔루션 관리 및 유지하는 것을 복잡하게 만들고 채널 전반에 걸쳐 데이터 캡처의 불일치로 이어집니다.

다양한 기업의 의사결정권자 170명을 대상으로 한 최근 설문조사에서 이를 뒷받침했습니다¹:

- 조직의 82%는 더 많은 유형의 고객 데이터를 캡처하기 위해 지속적으로 노력하고 있지만 모든 단계에서 어려움을 겪고 있다고 말합니다.
- 61% 이상이 디지털 고객 데이터를 캡처하고 이해하는 것이 어렵다고 말합니다.
- 55%는 모든 접점과 라이프사이클 단계에서 고객을 이해하는 것이 어렵다고 말합니다.

CX 중심 브랜드가 직면한 과제

타사 쿠키 기반 추적기를 사용하는 현재 접근 방식은 두 가지 뚜렷한 문제를 야기합니다.

- 첫째, 유럽의 GDPR 및 미국의 많은 주에서 채택하고 있는 CCPA(캘리포니아 소비자 개인 정보 보호법)와 같은 현대적인 개인 정보 보호 규정은 브랜드가 고객에게 데이터 수집 및 사용 방법에 대한 가시성과 통제력을 제공하도록 더 많은 요구를 하고 있습니다. 가트너는 2023년까지 전 세계 인구의 65%가 현대적인 개인 정보 보호 규정의 적용을 받을 것이라고 예측합니다.
- 둘째, 주요 브라우저는 개인을 프로파일링하지 못하도록 차단하여 타사 쿠키를 더 이상 사용하지 않습니다. 애플, 마이크로소프트 및 모질라는 이미 차단하여 전 세계 웹 트래픽(StatCounter)의 30%에 영향을 미칩니다. 2023년 Google이 Chrome에서 타사 쿠키를 폐지하면 전 세계 웹 트래픽의 90%가 영향을 받게 됩니다.

1 '비즈니스 성장의 핵심, 고객 인사이트', 포레스터 컨설팅

규제 및 브라우저 변경이 현재 진행 중인 상황에서 브랜드는 다음과 같은 문제로 어려움을 겪고 있습니다.

- 개별 고객 식별 및 시간 경과에 따른 ID 유지
- 태그 기반 수집 실패로 인해 채널 및 장치 전반의 디지털 데이터 격차
- 쿠키 및 추적기 차단을 우회하기 위해 마련된 수동 해킹 및 해결 방법으로 인한 보안, 거버넌스 및 제어
- 데이터 수집 및 처리에 소요되는 시간으로 인한 실시간 의사결정
- 실시간으로 접근하거나 처리할 수 없기 때문에 분석 및 의사결정을 위한 데이터 활성화

"당신의 회사에서 다음과 같은 작업은 얼마나 어렵습니까?"

● 매우 어렵다

● 어렵다

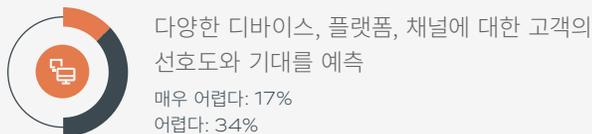
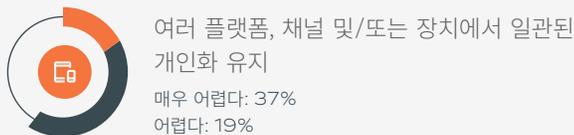
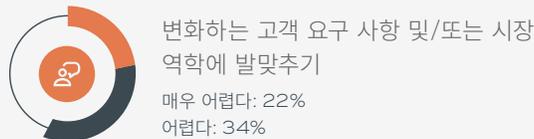
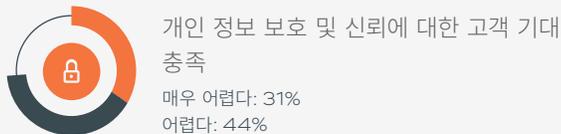


그림 1. '비즈니스 성장의 핵심, 고객 인사이트', Forrester, 2021년 2월. '매우 어렵다' 및 '어렵다' 비율만 표시됨.

즉, 고객의 소리에 귀 기울이는 것부터 요구를 이해하는 것, 그리고 대응 방법을 결정하고 고도로 개인화된 경험을 통해 의사결정에 임하는 것 등 간단히 말해, 전체 밸류체인이 붕괴되었다.

연구에 따르면 고객은 좋은 고객 경험을 제공하지 못하는 브랜드에 두 번째 기회를 주지 않습니다. 모든 산업 분야에서 경쟁은 치열하며 고객이 전환할 수 있는 옵션은 많습니다. 이는 훌륭한 고객 경험을 제공하지 못하는 브랜드의 비용은 매년 수백만 달러에 이른다는 의미입니다. 그러나 해결책이 있습니다. 데이터를 캡처하고 활성화하는 새로운 방법입니다. 타사 쿠키의 사용 중단으로 인해 브랜드가 직면한 문제를 해결하는 솔루션입니다. 고객이 모든 여정을 완료하고 반복적인 비즈니스를 위해 재방문하는 원활한 고객 경험의 장애물을 뛰어넘는 솔루션입니다.

셀레브러스와 테라데이타에서 제공합니다.

셀레브러스 및 테라데이타의 디지털 관리 솔루션으로 탁월한 고객 경험을 제공하십시오.

셀레브러스와 테라데이타는 주요 브라우저에서 구현된 최신 개인 정보 보호 규정 및 타사 쿠키 차단으로 인해 발생하는 고객 경험 문제를 해결했습니다. 셀레브러스는 시장에서 유일하게 진정한 자사 ID 그래프를 생성했으며 이 획기적인 기술을 테라데이타 Vantage™에서 사용할 수 있습니다. 솔루션:

- 시간이 지남에 따라 모든 접점과 장치에서 ID를 유지
- 모든 질문에 답하고 향상된 고객 경험을 제공하기 위해 데이터 수집의 공백을 제거
- 보안 및 최신 개인 정보 보호 규정 준수 보장
- 디지털 상호 작용에 대한 세분화된 데이터의 실시간 수집 제공
- 실시간으로 데이터를 활성화하여 개인화된 경험을 제공

자사 데이터 수집 방법에는 태그 관리나 복잡한 데이터 레이어가 필요하지 않습니다. 한 줄의 코드를 사용하여 디지털 채널의 모든 상호 작용을 캡처하고 이 데이터를 테라데이타 Vantage™로 전송하여 사전 구축된 고객 경험 데이터 모델로 푸시합니다. 많은 사용 사례에서 다양한 결과를 제공할 준비가 된 브랜드의 엔터프라이즈 자산으로 생성 및 저장되는 데이터의 복사본을 얻는 데 필요한 작업이 없습니다.

결정 지원을 위한 데이터 수집, 처리 및 전달은 실시간으로 이루어지며 1초 미만의 응답 시간을 통해 고객 경험을 형성합니다. 또한 커넥터 및 API를 사용하면 데이터의 하위 집합을 안전하고 규정을 준수하는 방식으로 개인화된 경험을 제공하는 데 필요한 곳으로 보낼 수 있습니다.

셀레브러스 및 테라데이터 솔루션은 더 나은 클릭률과 전환율을 생성하는 것으로 입증되어 판매 수익이 크게 증가하고 고객 지지도가 향상되었습니다.

숫자는 거짓말을 하지 않습니다. 그리고 고객이 대부분의 거래에 대해 디지털 채널에 확고하게 남아 있고 제3자 쿠키가 영원히 사라지기 때문에 마케팅 계획의 일부로 차세대 데이터 분석의 우선 순위를 지정하는 것은 성장뿐만 아니라 생존에도 필수적입니다.

셀레브러스와 테라데이터의 차별화 요소

업계 전문가들은 해마다 테라데이터를 엔터프라이즈 분석을 위한 연결된 멀티 클라우드 데이터 플랫폼을 제공하는 클라우드 리더로 지정하고 있습니다. 테라데이터는 셀레브러스와 파트너 관계를 맺어 다음과 같은 이유로 기업이 동급 최고의 고객 경험을 지속적으로 최대 규모로 제공할 수 있도록 지원합니다.

- 모든 디지털 상호 작용을 공백 없이 실시간으로 안전하게 수집하는 유일한 진정한 자사 디지털 ID 솔루션을 제공합니다.
- 수십 년간의 경험을 바탕으로 구축된 정교한 고객 경험 데이터 모델을 제공하여 고객 데이터를 캡처, 구조화 및 구성합니다.

사례 연구

검증된 개인화된 경험 제공

셀레브러스와 테라데이터는 개인화된 고객 경험과 중요한 비즈니스 결과를 제공하는 것으로 입증되었습니다. 상위 5개 글로벌 금융 서비스 회사는 개별 수준에서 고객을 이해하고 연결하는 데 필요한 세부 정보가 부족한 디지털 데이터로 어려움을 겪었습니다. 이로 인해 디지털 및 기타 채널에서 고객 경험을 관리하는 데 어려움이 있었습니다.

이 회사는 셀레브러스와 테라데이터에 도움을 요청했습니다. 이제 고객이 회사의 디지털 채널과 상호 작용할 때마다:



셀레브러스는 각 고객의 의견을 적극적으로 경청하고 식별하며, 이를 테라데이터 내에서 사전 구축된 고객 경험 데이터 모델에 채워질 완전하고 세분화된 데이터 세트로 패키징합니다. 빈틈이 없습니다.



테라데이터는 AI와 머신 러닝을 데이터에 대규모로 적용하여 각 고객의 요구 사항을 이해하여 고객 통찰력과 요구 사항을 파악합니다.



테라데이터는 실시간으로 고객 경험 최적화, 판매 촉진, 고객 유지, 고객 경험 문제 해결 등을 위해 취해야 할 조치를 결정합니다.



그런 다음 테라데이터와 셀레브러스는 실시간으로 각 결정을 활성화하여 고객에게 개인화된 옴니채널 경험을 제공합니다.

첫 해에만 모든 디지털 채널의 모든 고객에게 이 프로세스를 대규모로 반복했을 때 회사는 엄청난 혜택을 받았습니다.

이 상위 5대 글로벌 소매 은행은 다음을 경험했습니다.

- 클릭률 50% 증가
- 개인화된 고객 경험에서 발생한 5천만 달러 수익
- 신청 완료 5배 증가

- Vantage™ 플랫폼은 강력한 분석 엔진을 제공하여 몇 분 안에 전체 고객 파일에 점수를 매기거나 실시간 의사 결정의 일부로 1초 미만의 개별 고객에 점수를 매기는 것과 같은 통찰력 활성화를 포함하여 대규모로 분석을 운영합니다.
- 테라데이터 Vantage와 MarTech 생태계의 광범위한 통합으로 마케팅 이행 및 추가 고객 경험 사용 사례가 가능합니다.

선택은 명확합니다. 고객 ID 관리에 대한 강력하고 새로운 접근 방식으로 변화하는 세계에 적응하고 훌륭한 고객 경험을 가능하게 하거나 제3자 쿠키처럼 뒤쳐져 쓸모 없게 됩니다. 우리는 전환이 최대한 원활하고 원활하며 수익성이 있도록 지원합니다.

셀레브러스 소개

셀레브러스는 세계 유일의 실시간 엔터프라이즈급 데이터 캡처 및 컨텍스트화 솔루션으로 각 온라인 고객을 위한 세계적 수준의 디지털 경험을 제공함으로써 막대한 비용 절감과 온라인 수익 증가를 실현합니다. celebrus.com에서 자세히 알아보십시오.

테라데이터 소개

테라데이터는 커넥티드 멀티 클라우드 데이터 플랫폼 기업입니다. 당사의 엔터프라이즈 분석은 시작에서 대규모 확장에 이르기까지 비즈니스 과제를 해결합니다. 오직 테라데이터만이 미래의 대규모 혼합 데이터 워크로드를 처리할 수 있는 유연성을 제공합니다. 테라데이터 Vantage 아키텍처는 클라우드 기반의 서비스형으로 제공되며, 개방형 에코시스템을 기반으로 구축됩니다. 이러한 설계 기능을 통해 Vantage는 멀티 클라우드 환경에서 가격 성능을 최적화하는 이상적인 플랫폼이 되었습니다. teradata.com에서 자세히 알아보십시오.

17095 Via Del Campo, San Diego, CA 92127 Teradata.com

테라데이터 로고는 상표이며, 테라데이터는 테라데이터 및/또는 미국과 전 세계 테라데이터 자회사의 등록상표입니다. 테라데이터는 새로운 기술과 부품이 출시됨에 따라 제품을 지속적으로 개선해 나가고 있습니다. 따라서 테라데이터는 사전 고지 없이 사양을 변경할 수 있습니다. 본 문서에 기록된 모든 특징, 기능 및 운영은 지역에 따라 이용하지 못할 수도 있습니다. 자세한 내용은 테라데이터 담당자 또는 테라데이터 홈페이지 Teradata.com으로 문의하십시오.

© 2022 Teradata Corporation All Rights Reserved. Produced in U.S.A. 06.22

