

역동적인 공급망으로 지속적이고 빠른 변화에 앞서갑니다.

지난 2년 동안 공급망 환경은 빠르게 변화했습니다. 디지털 채널은 지배적이며, 실제 매장에서 혁신을 목격하고 있습니다. 시장 지배자는 이제 전통적인 소매업에서 과감하게 탈피하는 하이테크 옴니채널 경험을 창출하고 있습니다. 한편, 새로운 도전자들은 디지털 방식만을 활용하며 궁극적인 소비자 편의 제공을 주요 전략으로 내세우고 있습니다.

코로나19 확산 기간 동안 이러한 추세가 가속화되었습니다. 디지털 채널은 많은 소비자가 접근할 수 있는 유일한 채널이었으며, 수십 년이 걸렸을 고객 행동의 변화를 몇 개월 만에 만들어 냈습니다.

이러한 변화는 이미 스트레스를 겪고 있는 공급망에 새로운 압력을 가하고 있습니다. 결과적으로 조직은 이제 기존의 수요 계획 및 예측 방법이 제공할 수 있는 것보다 훨씬 더 많은 공급망 통찰력이 필요합니다.

고객은 주문형 제품을 선호하는 채널을 통해 구매하길 원합니다

몇 주가 걸리는 배송 기간. 빠르게 변화하는 추세로 인한 잉여 재고. 비효율성으로 인한 비용 증가. 매출 손실. 비효율적인 공급망과 수요 계획으로 인한 고통은 소비자에게까지 영향을 미치고 있습니다.

고객의 구매 습관과 기대치가 변화하여 기존 방식으로는 고객의 욕구, 요구 사항 및 구매를 예측할 수 없게 되었습니다. 오늘날 공급망의 궁극적인 과제는 적시 적소에 적절한 제품을 경쟁력 있는 가격으로 제공하는 것입니다. 이를 달성하려면 정확한 예측과 역동적인 수요 계획이 필요합니다.

동적 공급망을 통해 조직은 다음과 같은 변화의 주요 동인에 의해 방해받지 않고 혜택을 받을 수 있습니다.

- **새로운 시장 진입자와 비즈니스 모델에 의해 주도되는 변화하는 고객 기대치.** 이러한 신규 진입자들은 소비자들이 완전히 새로운 채널을 통해, 원하는 제품을 적시에 제공 받을 수 있는 온디맨드 액세스를 기대하게끔 만들었습니다. 아마존과 같은 기업과 같은 날, 혹은 배송을 진행하는 2시간 속에서도 경쟁해야 하는 심화된 경쟁 환경 속에서, 기업은 소비자들의 요구를 충족할 수 있도록 해야 합니다.
- **디지털 채널의 보급.** 고객이 오프라인 매장에 방문하여 제품을 구매하거나 클릭하고 수집할 것이라 기대하던 시대는 지났습니다. 오늘날 디지털 채널과 배송 방법은 보편적입니다. 그러나 오프라인 채널은 여전히 존재하고 역할을 하며 기존 소매업체는 옴니채널 경험으로 통합되는 여러 채널을 관리해야 합니다.
- **코로나19로 인해 이러한 추세가 가속화되어 변동성이 발생했습니다.** 디지털이 모든 연령대와 고객 층에서 발전되었습니다. 또한 코로나19는 불확실한 휴일, 가상 및 원격 작업 환경으로 인한 고객 요구 변화와 활동, 야외 식사 등 라이프 스타일에 대한 막대한 영향으로 발생한 변동성을 몇 달 및 몇 주 전에 사전 예측하는 것을 불가능하게 만들었습니다.

고객의 예측 불가능성과 변화하는 트렌드를 성공적으로 탐색하기 위해 소매업체와 CPG(소비자 패키지 제품) 회사는 점점 더 경쟁이 치열한 환경에서 소비자의 요구를 충족시키는 방법이라는 걸보기에는 도저히 극복할 수 없는 과제에 직면해 있습니다. 이를 위해서는 예측 및 수요 계획에 대한 현대적인 접근 방식이 필요합니다.

정확한 예측은 민첩하고 역동적인 공급망을 주도합니다.

소매업체와 CPG의 과제는 탁월한 서비스를 지속적으로 제공할 뿐만 아니라 적절한 공급으로 수요를 충족시키는 것입니다. 또한 증가하는 고객 불확실성과 수많은 마찰을 빚는 국제 물류를 배경으로 이 작업을 수행해야 합니다.

운송 용량을 늘리면서 여러 유통 위치에 재고를 비축하는 것도 하나의 방법이지만 이런 무차별적인 접근 방식은 비용이 너무 많이 들며, 낭비가 많아 효율적이지 못합니다.

한편, 적시 공급 방식으로 고객 주문에 대응하는 것은 리드 타임과 소비자 기대 간의 불일치로 인해 더 이상 효과가 없습니다. 유일한 답은 더 스마트하게 일하는 것입니다.

데이터 애널리틱스를 엔터프라이즈 규모로 활용하면 탄력적이고 민첩한 공급망의 미래를 구축하는 데 필요한 인텔리전스를 얻을 수 있습니다. 그러면 비용 우수성, 탁월한 고객 경험 및 극적으로 개선된 지속 가능성을 실현할 수 있습니다.

차세대 공급망 인텔리전스의 4가지 기둥

오늘날 글로벌 공급망의 복잡성으로 인해 인공 지능(AI)과 데이터 기반 접근 방식을 통해 고객 요구 사항과 비용 관리 및 효율성 간의 균형을 유지해야 합니다. 네 가지 기둥을 통해 조직은 탄력적인 공급망을 달성할 수 있습니다.

- 1. 트랜잭션을 행동으로 전환하기 위한 동적 데이터 통합.** 정확한 예측 및 수요 계획은 전적으로 데이터 분석에 의존합니다. 전통적으로 사용되던 판매 시점 데이터만으로는 소비자 행동의 복잡성을 파악할 수 없습니다. 여행 중단, 날씨, 차량 상태 및 지속 가능성에 대한 데이터를 포함하여 고객에 대한 보다 전체적인 관점을 얻으려면 새로운 데이터 소스를 통합해야 합니다. 기존의 트랜잭션 데이터와 결합되는 이 새로운 데이터는, 보다 정확한 예측을 통해 공급망을 주도할 수 있습니다.
- 2. 역동적인 고객 요구에 맞는 예측 빈도.** 월간 또는 주간 예측으로는 시간 내에 인사이트를 얻을 수 없습니다. 재고가 어디에 필요한지 확인하고 이를 적시, 적소에 활용하기 위해서는, 일별, 일중 또는 실시간 예측을 진행해야 합니다. 또한, 추가적으로 유연성 또한 증가합니다. 소매업체와 CPG 기업은 환경에 의해 빠르게 변화하는 수요에 적응할 수 있습니다. 조직은 지연을 최소화하는 동시에 상당한 비용을 절감하고 고객 만족을 통해 수익을 높일 수 있습니다.
- 3. 더 나은 예측을 위한 세분성.** 현대의 데이터 수집 및 애널리틱스 기술은 고객 및 제품 세분화 기능에 변화를 불러왔습니다. 소매업체와 CPG는 다양한 시장에서 활동한다면, 대규모 세그먼트

보다 더 나은 성과를 낼 수 있습니다. 대신 개별 고객 및 제품 수준으로 내려갈 수 있습니다. 하나의 세그먼트에 집중한다면 정확도와 정밀도가 향상됩니다. 모바일 앱에 대한 개별 리뷰, 브라우징 행동 및 소셜 미디어 사용은 고객 의도를 이해하는 강력한 지표가 될 수 있습니다.

- 4. 여러 모델로 계층화된 예측을 위한 정교한 분석.** 고객의 요구를 정확하게 감지하고 예측하려면 단일 분석 모델 이상이 필요합니다. 소비자는 단순히 하나의 이벤트나 니즈에 반응하지 않으며, 교차성 있는 일련의 자극에 반응합니다. 주요 자극을 이해하기 위한 여러 모델은 캡처되는 데이터의 유형 및 형식에 대해 올바른 분석 기술이 활용되도록 하는 데 필수적입니다. 일관된 측정이 핵심이며, 각 입력을 고려하고 개별 제품 수준에서 그리고 이상적으로는 개별 고객 수준까지 영향을 미치는 다계층 예측이 필요합니다.

애널리틱스 기반 비즈니스 결과 달성

공급망은 지속적이고 빠른 변화에 직면하고 지속 가능한 운영에 대한 긴급성이 증가함에 따라 민첩성과 탄력성을 요구합니다. 소매업체와 CPG는 정교한 데이터 및 분석 기반 접근 방식을 통해 다음을 수행할 수 있습니다.

- 고객 만족도 향상
- 풀필먼트 효율성 증대
- 탄소 발자국 감소

조직은 다음을 위해 예측 및 수요 계획을 재고해야 합니다.

- 새로운 데이터 소스를 활용하여 정확도 향상
- 가시성 향상을 위한 예측 빈도 증진.
- 행동과 변화의 동인을 설명하기 위한 세분성 향상.
- 변화하는 고객 역학에 대응하기 위해 정교한 애널리틱스 적용

사용 사례는 높은 가치의 결과를 보여줍니다

주요 소매업체 및 CPG는 테라데이타 Vantage™를 사용하여 예측 및 수요 계획을 수립합니다. 결과는 다음과 같습니다.

2.2%

매출 증가. 유럽 일반 상품 소매업체는 새롭고 다양한 수요 신호를 설명하기 위해 다중 모델링을 활용, 예측 정확도를 66%에서 77%로 향상시킴

12%

제빵 제품 판매 증가. 식료품 소매업체의 실시간 판매 피드를 활용하여 수요 계획을 예측하고 스토어에 직접 제공

테라데이타와 파트너가 동적 공급망 강화

테라데이타는 Antuit 및 SAS와 같은 파트너와 함께 탄력적이고 민첩한 실시간 공급망 솔루션을 제공할 수 있습니다. 이 솔루션은 운영 효율성을 달성하면서 고객 기대치를 충족하도록 예측 및 수요 계획을 개선합니다. 혜택은 다음과 같습니다.

- **대규모 동적 데이터 통합** 예측 가능성을 향상시킬 수 있는 다양한 소스의 더 많은 신호를 포함합니다.
- **실시간에 가까운 민첩한 예측 제공** 변화하는 소비자 구매 패턴에 대응합니다.
- **세분화된 통찰력 확보를 통해** 조치를 현지화하고 수요 가시성을 개선하며 옴니채널 인벤토리 최적화를 위한 조치를 가능하게 합니다.
- **정교한 분석을 사용하여 수요 계획 발전과 풀필먼트를 개선함과 동시에** 지속 가능성과 비용 효율성을 보장합니다.

강력한 파트너 솔루션의 연결된 생태계는 오늘날 미래의 공급망을 구축하도록 지원합니다. 소매업체와 CPG는 테라데이타와 함께 협력하는 기타 선도적인 제공업체의 기술, 리소스 및 지식을 활용할 수 있습니다. 이 통합 파트너 생태계는 기업에 다음과 같은 기능을 제공합니다.

- **테라데이타 Vantage™ 활용** 한다면, 엔터프라이즈 분석을 위한 연결된 다중 클라우드 데이터 플랫폼을 통해 데이터 소스를 더 자주(거의 실시간에 가깝게) 통합하여 가시성을 향상시킬 수 있습니다.
- **사전 구축된 소매/CPG 데이터 모델을 통해** 지능형 수요 예측에 필수적인 공급망 데이터를 캡처하고 통합하는 이점을 누릴 수 있습니다.
- **정교한 AI 및 애널리틱스 활성화**를 통해 복잡한 패턴 인식을 활용하여 주요 예측 동인을 찾는 차세대 예측 및 수요 계획 모델을 구축합니다.
- **대규모 애널리틱스 적용** 실시간 예측을 생성하기 위해 세분화된 제품/SKU 또는 고객 수준에서 실행되는 모델로 분석의 정교함과 정확성을 높일 수 있습니다.
- 판매 및 운영 프로세스를 지원하는 타사 프로그램의 인사이트를 통합하여 다양한 추가 사용 사례 및 비즈니스 이점을 제공합니다.

테라데이타 소개

테라데이타는 커넥티드 멀티 클라우드 데이터 플랫폼 기업입니다. 당사의 엔터프라이즈 애널리틱스는 비즈니스의 시작부터 대규모 확장에 이르기까지 겪게 되는 비즈니스 과제를 해결합니다. 오직 테라데이타만이 미래의 대규모 혼합 데이터 워크로드를 처리할 수 있는 유연성을 제공합니다. Teradata.com에서 자세히 알아보십시오.