



GS리테일, 어도비 애널리틱스로 전자상거래 ‘고객 경험’ 혁신

서울, 2019년 6월 12일 - 어도비는 GS리테일의 헬스&뷰티 스토어 랄라블라(lalavla)가 어도비 애널리틱스(Adobe Analytics)를 기반으로 고객 경험을 혁신하고 있다고 밝혔다. GS리테일은 어도비 애널리틱스를 통해 여러 채널에 산재된 데이터를 통합하고 고객 여정에 대한 이해를 높임으로써 고객에 대한 보다 심도있는 인사이트를 얻고 있다.

GS리테일 데이터지원팀 김경훈 팀장은 “유통업계는 B2C 비즈니스의 최전방에서 그 어느 산업보다 소비자의 행동 변화에 민감하게 반응해야 하며 이를 위해 온오프라인을 통합하는 데이터 플랫폼 구축이 절실했다”며, “어도비 애널리틱스는 여러 브랜드 및 채널로부터 유입되는 단일의 고객 여정에 대해 통합된 분석을 할 수 있는 비즈니스에 필수적인 솔루션이다”고 밝혔다.

어도비와 함께 여러 프로젝트에 어도비 애널리틱스를 구축해 온 GS리테일은 이러한 경험을 바탕으로 랄라블라 채널에 어도비 애널리틱스를 독자적으로 구축하는 데 성공했다.

GS리테일은 먼저 웹과 앱 어디에서든 일관된 고객 경험을 제공하고자 전자상거래를 위한 웹 및 앱 태깅 가이드를 만들었다. 전체 고객 여정을 완벽하게 파악하기 위해 분석 영역을 지정한 뒤 어도비 애널리틱스 구축에 돌입했다. 이로써 웹사이트 트래픽과 콘텐츠 소비량만을 측정하던 단편적 분석에서 벗어나, 온라인에서 고객 행동 전체 여정을 파악할 수 있게 됐다. 어도비 애널리틱스는 여러 채널에 걸친 행동 패턴의 흐름을 다각도로 분석하고 고객 행동을 유발한 채널이나 활동을 측정해 고객 여정의 각 접점별 영향을 보다 정확히 파악하도록 지원한다.

GS리테일은 분석 고도화를 통해 전자상거래 혁신을 위한 기반을 마련함에 따라 마케팅 실행 자동화를 위한 플랫폼 확대도 계획하고 있다. 어도비 솔루션이 제공하는 실행 가능한 인사이트를 통해 GS리테일은 비즈니스 성과에 기여하는 효과적인 마케팅에 더욱 주력할 계획이다.

어도비코리아 최기영 대표는 “유통업계를 포함한 모든 산업에 걸쳐 고객경험(CX)이 최우선 과제로 떠오름에 따라 이와 관련한 기술과 성공 사례에 대한 관심이 고조되고 있다”며 “어도비는 기업들이 성공적인 고객경험관리를 통해 비즈니스 혁신을 가속화할 수 있도록 지속적으로 지원해 나갈 것”이라고 밝혔다.

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.

###