

## 어도비 조사: 고객경험, CIO의 우선 과제로 부상

서울, 2019년 11월 20일 - 어도비 조사에 따르면 대부분의 CIO가 고객경험 활성화를 주요 과제로 꼽는 것으로 밝혀졌다.

이는 어도비가 지난 10월 어드밴니스(Advanis)에 의뢰해 실시한 '2019 CIO 인식 조사(CIO Perspectives Survey) 보고서' 결과이다. CIO의 역할 변화 및 대처에 대해 알아보기 위해 진행한 이번 설문조사는 직원수 100명 이상의 미국 기업 CIO 200명 이상을 대상으로 이뤄졌다.

조사에 따르면, 고객경험(CX, Customer Experience)을 활성화하는 것은 대부분의 CIO에게 주요 과제인 반면, 10 명의 CIO 중 1명만이 고객경험을 본인의 주요 업무로 간주했다. 그러나 1년 전과 비교할 때, CIO의 57%가 고객경험에 보다 중점을 두고 있는 것으로 나타났다.

이번 조사에서는 또 데이터 무결성 문제가 IT 리더에게 여전히 어려운 과제임을 확인했다. 업계 전반적으로 데이터가 중요하다고 인식하고 있음에도 불구하고, 3 명의 CIO 중 1명만이 고객경험을 개인화하기 위해 데이터를 정제하고, 통합하며, 활용하고 있다고 답했다.

조직의 실시간 데이터 활용은 15%에 그치는 것으로 나타났지만, 설문에 참여한 CIO의 대다수(75%)가 2020년에 실시간 데이터 활용을 늘릴 계획이라고 응답함에 따라 실시간 데이터 활용이 내년 주요 과제가 될 것으로 보인다.

CIO가 높은 관심을 가지는 기술로는 인공지능이 꼽혔지만, 많은 CIO가 아직 성과를 보이지 못했다고 밝혔다. 20% 미만의 기업만이 인공지능을 활용해 프로세스를 간소화하고 가속화하고 있는 것으로 드러났다. 그러나, 절반 이상(55%)이 고객이 원하는 경험을 제공할 수 있는 열쇠로 인공지능과 머신러닝을 꼽았다.

한편, 기업의 높은 관심에도 불구하고 디지털 혁신은 아직 초기 단계에 있는 것으로 밝혀졌다. 조사 대상 CIO 중 15%만이 자사가 높은 디지털 성숙도를 보유하고 있다고 응답했다. 특히, 금융업계와 소규모 기업의 CIO가 디지털 성숙도를 낮게 평가했다.

스토다드는 "많은 사람들이 인공지능이 비즈니스에 제공하는 가치를 명확하게 이해하고 있지만, 구현은 쉽지 않다. 대부분의 기업에게 인공지능은 완전히 새로운 기술이며, 이에 대한 깊은 이해를 가진 인재가 부족하기 때문이다"며 "기업은 먼저 올바른 데이터, 적절한 양의 데이터가 있는지 파악한 후, 인공지능이 비즈니스 프로세스에 미칠 영향을 고려해야 한다. 문화적으로도 많은 변화가 일어나야 한다"고 말했다.

이어 "기술은 전례 없는 속도로 발전하고 있다. 보안, 클라우드 이전, 디지털 혁신 및 고객 경험과 같은 갈수록 부각되는 과제에 급속한 기술 진보가 더해지면서 CIO의 업무가 점점 더 복잡해지고 있음을 알 수 있다"며, "변화를 두려워하지 말고, 한 번에 하나씩 문제를 해결해 나가겠다는 중장기적 관점과 적절한 스킬을 보유한 인재 영입 그리고 IT부서 외 팀과의 긴밀한 협력이 무엇보다 필요하다"고 강조했다.

## 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.

###

© 2019 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