

MSA(마이크로 서비스 아키텍처)

콘텐츠 중심 DXP 구축사례

콘텐츠 관리 솔루션 기업이 왜? 디지털 마케팅 플랫폼에 집중하죠?

오프라인 판매 중심의 유통/제조기업들이 온라인 판매 채널로 다변화

분절없는(Seamless) 비즈니스 연속성을 위한 자체 플랫폼화 구축

콘텐츠 중심의 디지털 경험관리 플랫폼(DXP)

MSA(마이크로 서비스 아키텍처) 기반 DXP 구축사례

I. 온라인 판매 채널로 다변화



#1. 자동차 산업 분야

- 생산/판매 중심에서 고객의 가치로 전환
- 구매 인식의 변화 '소유' → '활용/공유'



온라인 판매(쇼룸, 팝업스토어 연계), We Park(주차), We Share(차량공유), 서비스센터

#2. 화장품 산업 분야

표 1. 국내 화장품 시장 규모 추이 및 전망

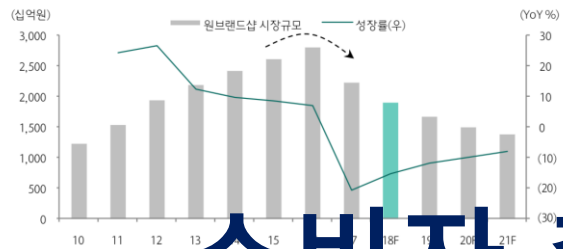
(단위: 십억원)

	15	16	17	18F	19F	20F	21F
통계청 데이터(소매판매액)	22,088	24,605	25,739	30,095	-	-	-
오차	5,191	4,230	2,607	2,418	-	-	-
국내 화장품 시장규모	16,897	20,375	23,133	27,677	30,641	33,747	36,956
YoY(%)	5.0	20.6	13.5	19.6	10.7	10.1	9.5
한국 화장품 산업규모	22,120	28,779	33,480	41,500	48,007	54,977	62,339
YoY(%)	18.2	30.1	16.3	24.0	15.7	14.5	13.4
Premium	7,955	10,103	11,437	14,645	15,998	17,348	18,780
인적판매	1,610	1,764	1,745	1,693	1,662	1,637	1,615
백화점	2,155	2,198	2,089	2,122	2,060	2,051	2,041
면세점	4,190	6,141	7,602	10,830	12,275	13,660	15,124
내국인	1,403	1,732	2,005	2,271	2,480	2,702	2,936
외국인	2,787	4,409	5,597	8,559	9,795	10,958	12,188
Masstige	8,942	10,272	11,696	13,032	14,643	16,399	18,176
전문점	3,138	3,494	3,154	3,008	2,995	3,059	3,161
브랜드샵	2,622	2,811	2,229	1,892	1,671	1,508	1,390
H&B	516	683	925	1,117	1,323	1,551	1,771
(온라인)	3,727	5,477	7,601	9,881	12,351	14,821	17,341
순수 온라인	2,187	3,063	4,863	6,357	8,232	10,073	11,901
기타	3,616	3,715	3,679	3,667	3,416	3,267	3,114
TV홈쇼핑	882	963	1,046	1,098	1,131	1,165	1,200
슈퍼/마트	1,997	1,992	1,881	1,827	1,554	1,381	1,203
편의점	237	239	241	241	240	240	239
기타	500	521	511	501	491	481	472

출처 : 하나금융투자

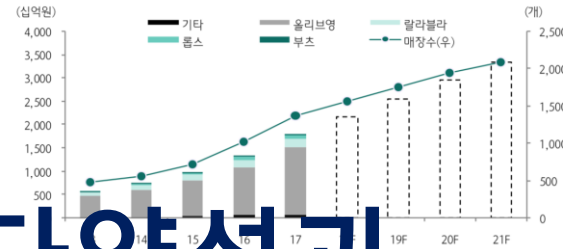
#2. 화장품 산업 분야

그림 6. 원브랜드샵 시장 규모 추이와 전망



자료: 각사, 마나금융투자

그림 10. H&B스토어 시장 규모와 매장수 추이와 전망



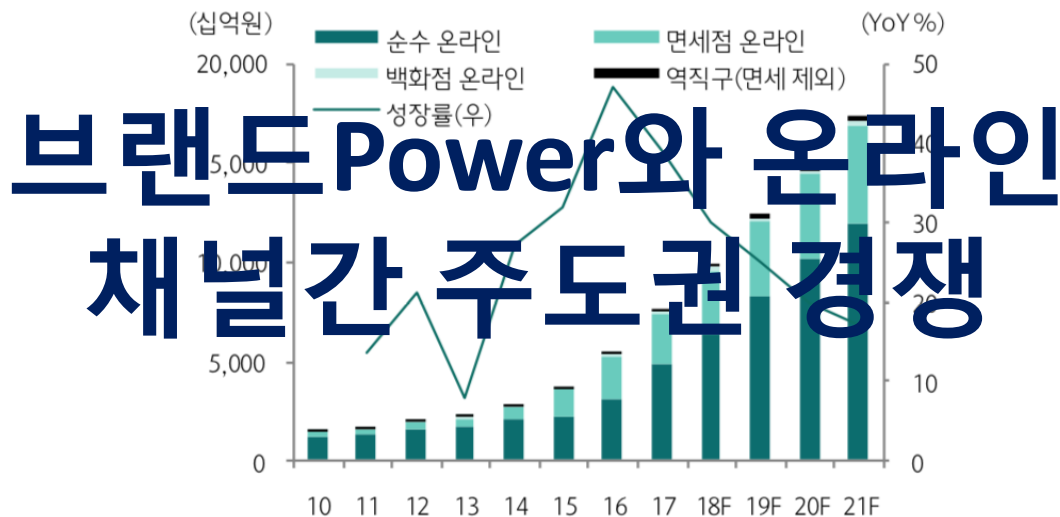
소비자 취향 다양성과
합리적인 선택



#2. 화장품 산업 분야

(온라인)	3,727	5,477	7,601	9,881	12,351	14,821	17,341
-------	-------	-------	-------	-------	--------	--------	--------

그림 12. 온라인 화장품 시장 규모 추이와 전망

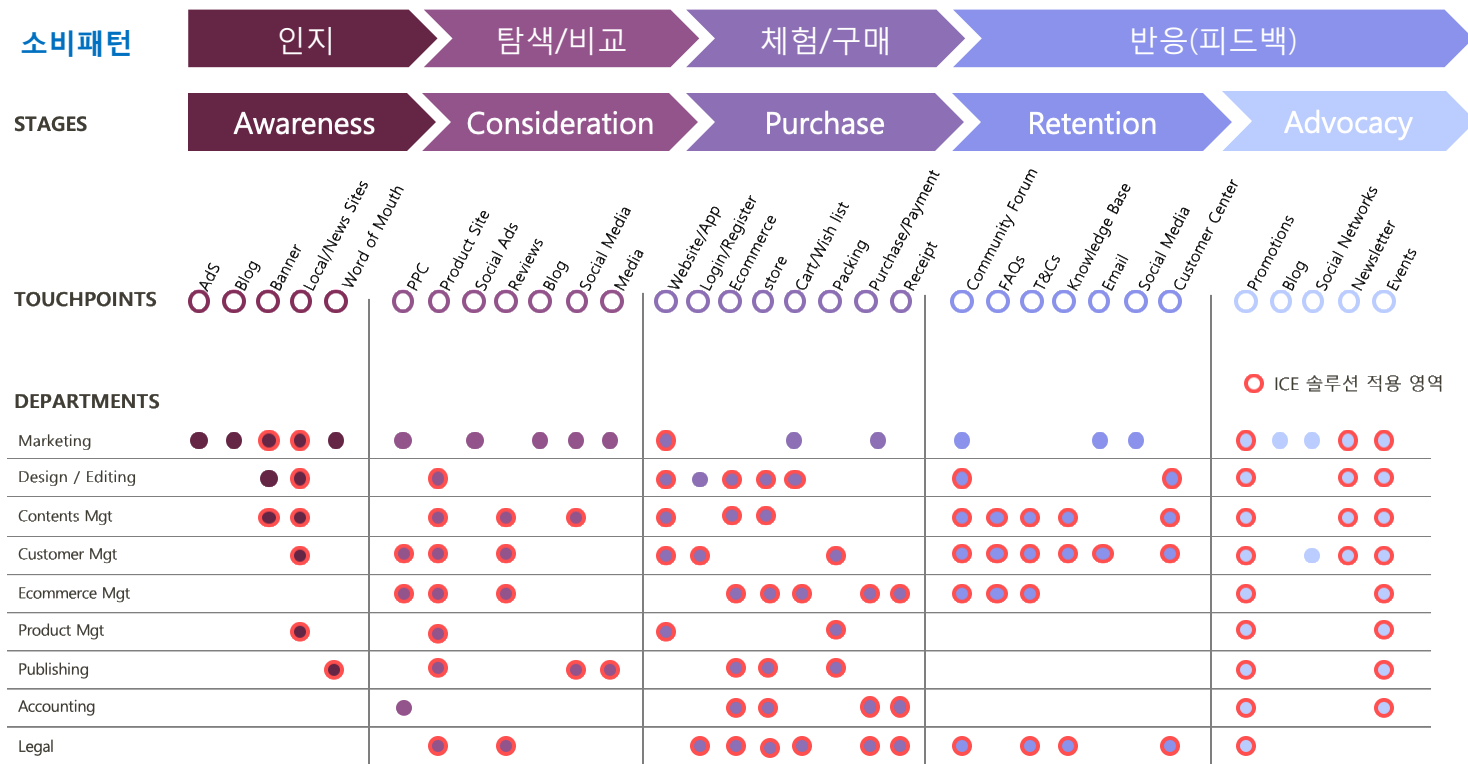


자료: 통계청, 각사, 하나금융투자

II. 자체 플랫폼 구축



#1. 고객경험 가속화



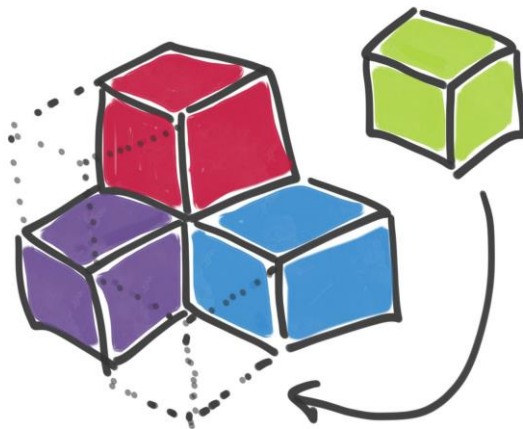
#2. 새로운 기술(서비스)변화에 따른 민첩한 대응

블록체인

AR/VR

챗봇

RPA



SNS

핀테크

자동번역

v커머스

III. 콘텐츠 중심의 디지털 경험관리 플랫폼(DXP)



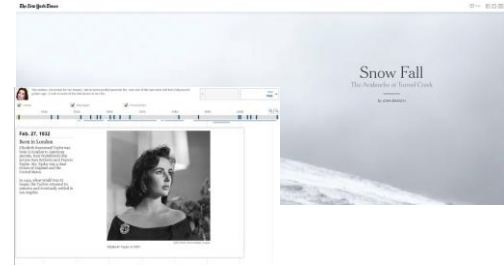
#1. 콘텐츠 포맷의 다변화



클립영상



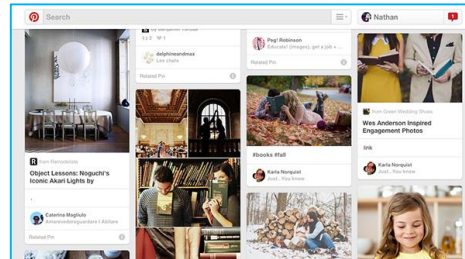
데이터 시각화



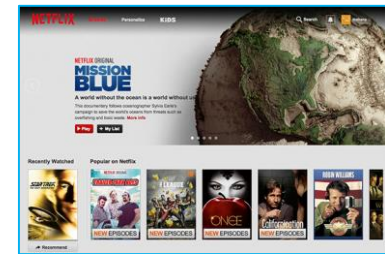
디지털 스토리텔링
(스노우폴, 타임라인)



인터랙티브 콘텐츠
(지도, 데이터, 그래프, 이미지, 동영상 등)



카드형 콘텐츠



개인화 콘텐츠

#2. V-커머스 마케팅 확대

브랜딩과 구매 전환을 유기적으로 연결하는 V-커머스 마케팅 확대

높은 정보 전달력과 몰입감을 제공하는 동영상으로 브랜드나 제품을 소개하고 구매까지 유도하는 V-커머스 마케팅 증가
2040세대를 공략하고자 유통 플랫폼에서 적극적으로 도입 중이며 식품, 여행 등 다양한 업종으로 활용 분야 확장 예상

동영상 콘텐츠를 활용한 V-커머스 확대



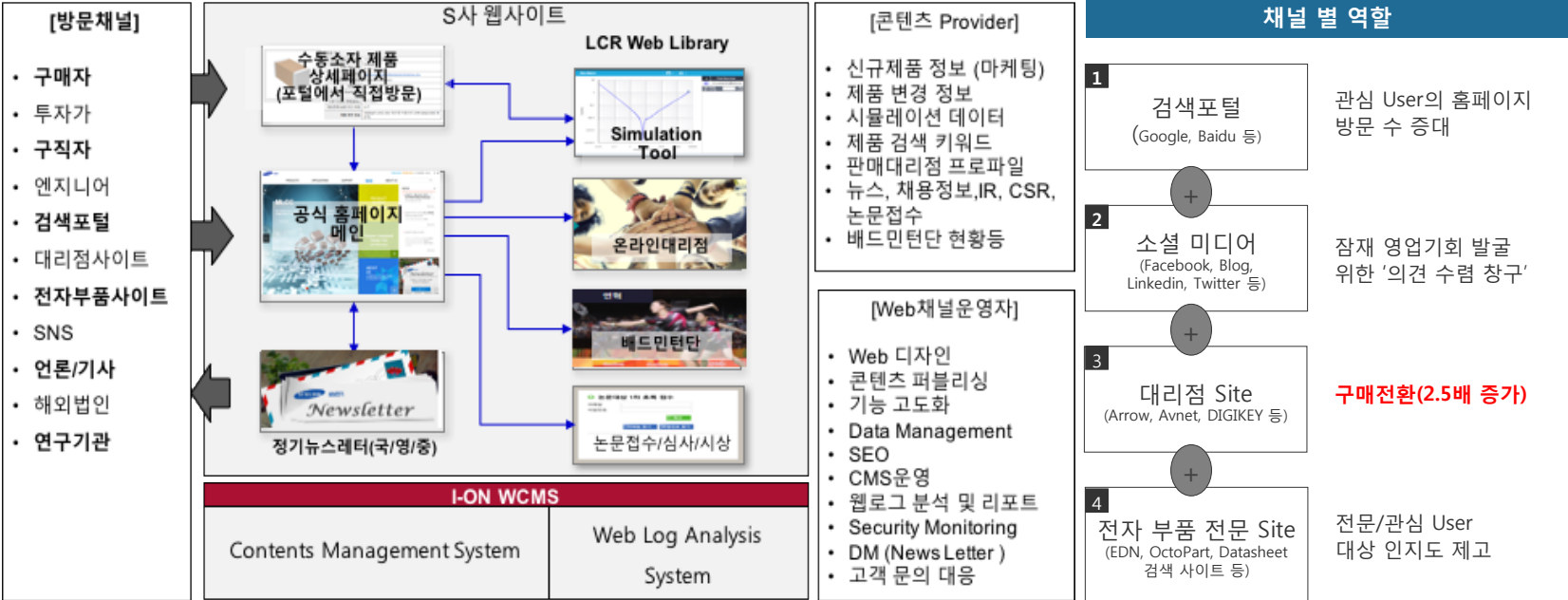
IV. Why? I-ON!

MSA 기반 DXP 구축사례



#1. 디지털 마케팅 도구로서의 WCMS _ B2B

- 사업명 : S사 상품관리 시스템 구축
- 사업기간 : 6개월
- 사업내용 : 사용자 경험 통합 개선(모바일, PC), Front/Back Office, Vendor Manage System, 마케팅 제휴를 위한 연계/연동



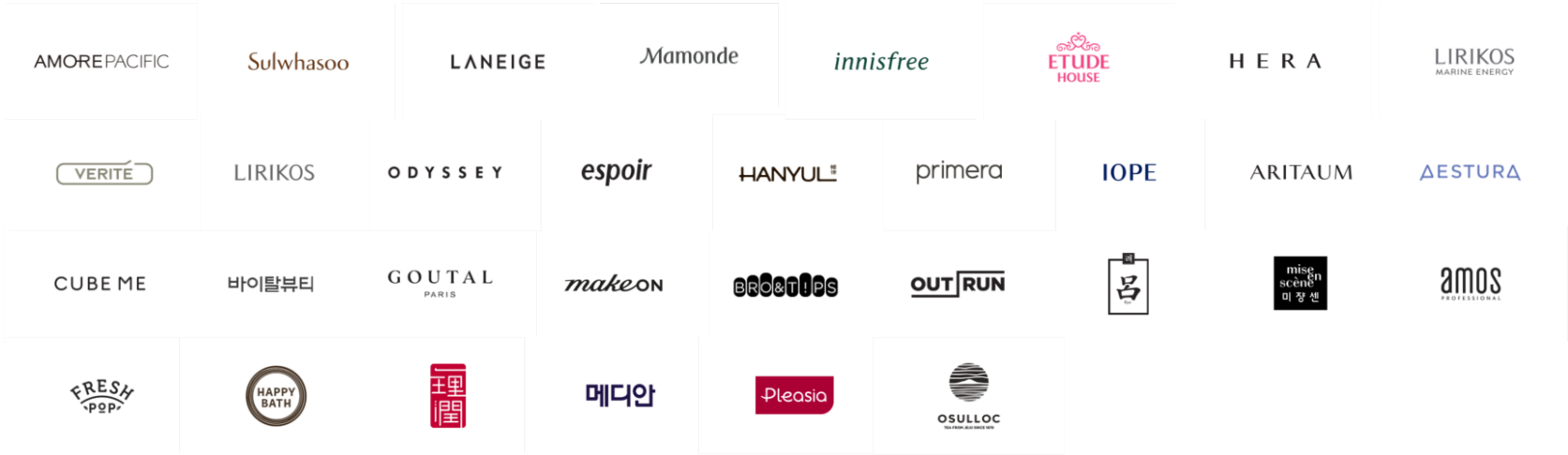
#1. 디지털 마케팅 도구로서의 WCMS _ B2C

- 사업명 : A사 브랜드웹, 통합 브랜드웹 콘텐츠관리(WCMS) 플랫폼
- AWS(한국), Azure(중국)
- 사업내용 : 브랜드웹/모바일, 통합 브랜드웹/모바일, Front-End/Back-End, SEO / 국문, 영문, 중문 등 다국어

Brands

Adobe AEM 원백 사례
성능, 유지관리 비용, 기술지원

전체 화장품 향수 이너뷰티 메디컬뷰티 매장 생활용품 티컬쳐



#2. 콘텐츠 중심의 e-커머스

- 사업명 : 복지물(폐쇄형 쇼핑몰) 서비스 플랫폼 구축 _ 200여개 폐쇄형 복지물(multi-tenancy)
- 사업기간 : 6개월
- KT Cloud 환경
- 사업내용 : 사용자 경험 통합 개선(모바일, PC), Front/Back Office, Vendor Manage System, 마케팅 제휴를 위한 연계/연동



Front Store

대학물/기업물

- 콘텐츠 서핑
- 타임세일/핫딜 확인
- 개인 추천 제품
- 사용자 경험의 UI/UX
- 웹/모바일/하이브리드앱
- 회원 가입의 안정성
- 손쉬운 가격 정책, 연관상품 추천, 상품 정보 적용



Back Office

CMS 기반의 안정적인 Platform 구성

- 대학물/기업물의 독립 회원 운영
- 정확한 매출/정산 데이터 관리
- 쿠폰, 마일리지, 포인트 관리
- 통합관리 및 신규 벤더사 시스템
- 화면 Layout 템플릿 관리



연계 연동

Open API 기반의 유연한 시스템 구축

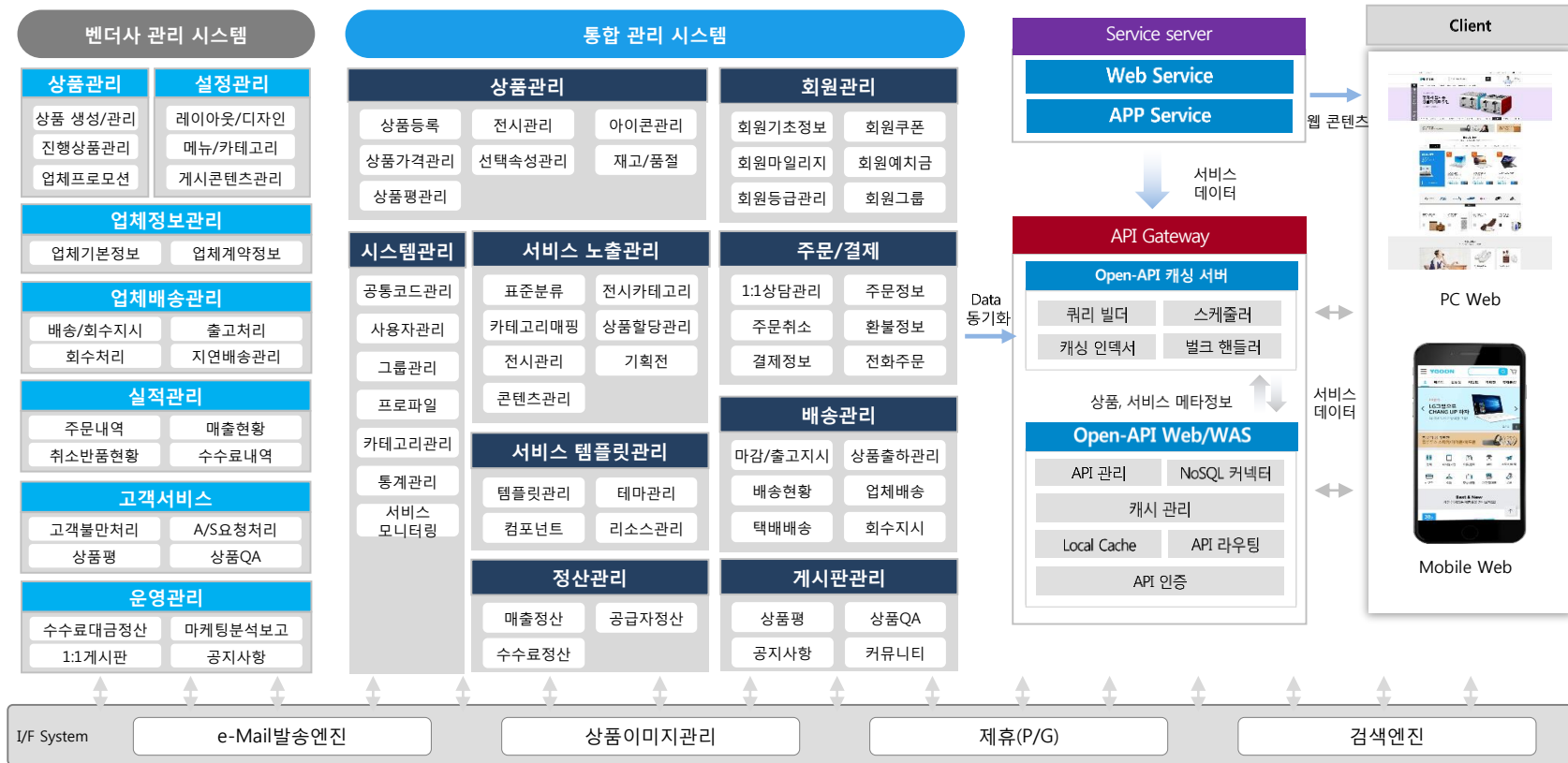
- 차별화된 서비스를 위한 외부 제휴
- 벤더사에 대한 독립적인 이벤트 운영/관리
- LG, 삼성등의 Legacy 시스템 연계/연동
- 주문/배송/조회/상품연계등

기술지원

서비스에 최적화된 시스템 인프라 제시

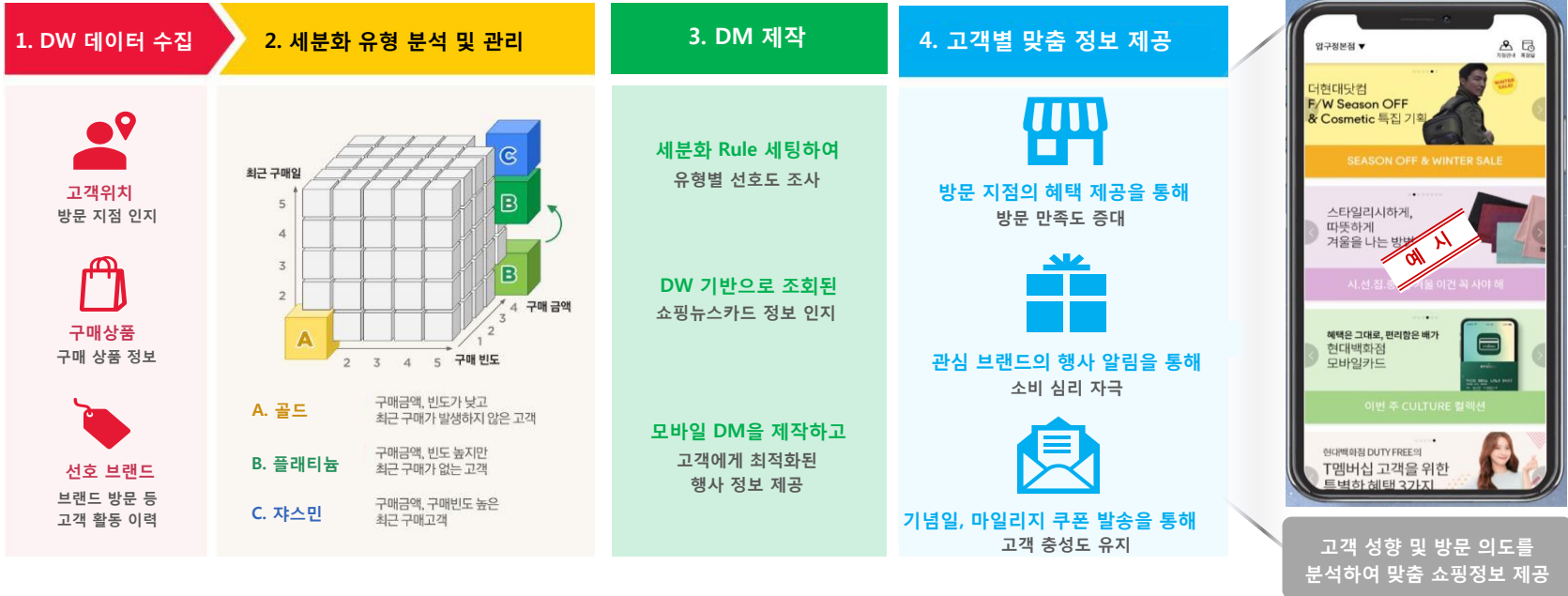
- 시스템 유지보수에 대한 교육방안 제시
- 개인정보보호 방안에 대한 구체적인 방안제시
- 품질보증을 위한 전사적지원
- 성공적인 프로젝트 완료를 위한 관리방법론에 의한 수행

#2. 콘텐츠 중심의 e-커머스



#3. 콘텐츠와 캠페인 관리

- 사업명 : H사 디지털 플랫폼 사업 _ 진행 중
- 사업기간 : 6개월
- 사업내용 : 모바일 DM제작 및 발송 프로세스, 프로모션관리, CMS 구축



#4. 콘텐츠 중심의 플랫폼 구축 사례

- 사업명 : C사 뮤직 글로벌 통합플랫폼 백엔드 구축
- 사업기간 : 10개월
- AWS Cloud 환경
- 사업내용 : 글로벌 MAMA, KCON 이벤트 및 Kstar 상품/미디어 콘텐츠 서비스 플랫폼 구축 (Cloud 환경)

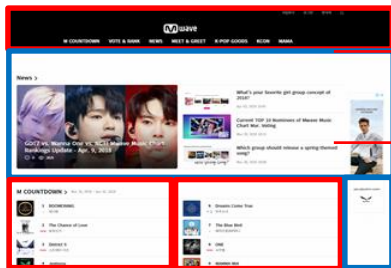
미디어/상품 서비스 플랫폼

관리자 CMS 구축

PC/Mobile/서비스 API 플랫폼

CMS 빌더를 통한 백엔드 UI 및 스키마 관리

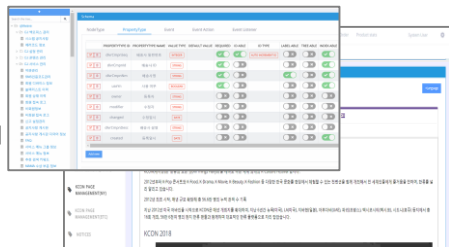
글로벌 투표 서비스

상품 관리
커머스 관리

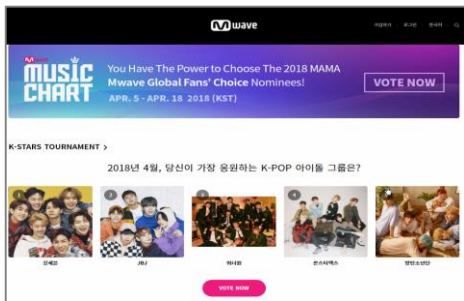
메뉴관리

노출 페이지
관리

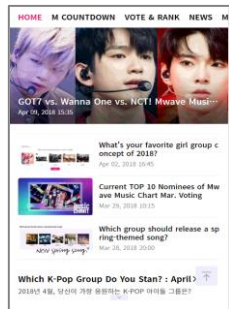
서비스 페이지 노출 관리



메타 및 콘텐츠 스키마 관리

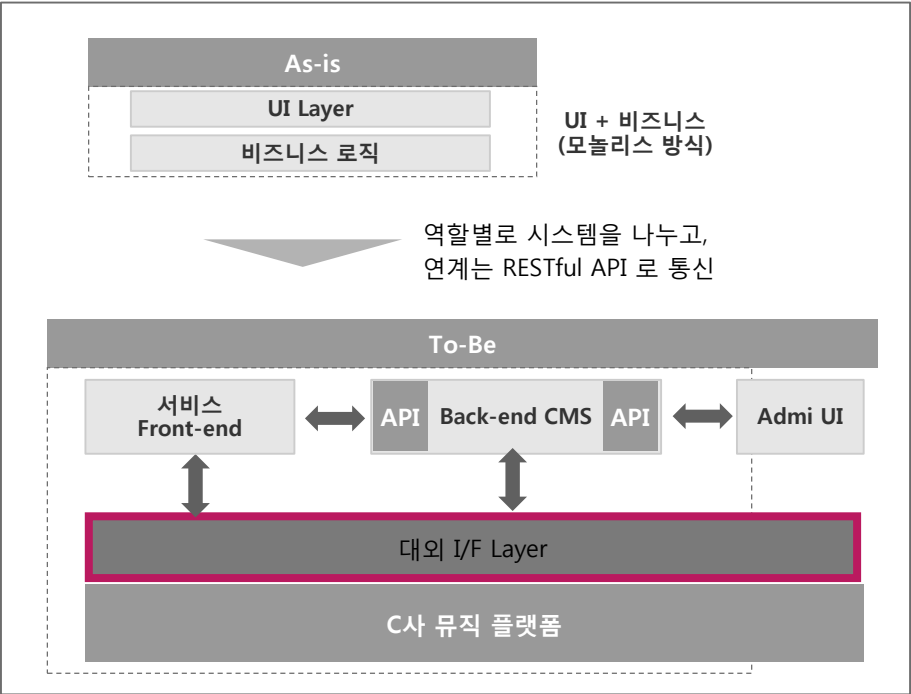


서비스 메인화면(PC & Mobile)



#4. 콘텐츠 중심의 플랫폼 구축 사례

PV 12배(40억 PV) 증가, Deploy 주기 1주, 최대동시접속자 70만, Cloud 사용료 4억 절감



도입 후 시사점

- 적용 결과
 - 능동적인 End-user 대응으로 시스템 개편 전후로 PV가 12배 증가(40억 PV)
 - * 대규모 이벤트 시점인 10월~12월(3개월)
 - 신규 서비스 Deploy 주기가 3~4주에서 1주 이내로 짧아짐.
 - IDC -> Public Cloud 전환으로 트래픽 처리 유연성 확보
 - * 가입자 - 5천만, 활동가입자 - 400만, 최대동접 - 70만
 - 대규모 이벤트/프로모션시 발생하던 일시적 인프라 증설 및 부대비용(약 4억원) 절감.
- 기대 효과
 - API로 연동하여 개발 민첩성 및 독립적 배포 가능
 - 개발 및 배포/운영등의 일원화된 서비스 품질 확보 가능
 - 개발자들이 숙지한 프레임워크를 활용함으로써 개발자 교육기간이 점차 감소되고, 일관된 적용으로 전문성 강화
 - 검증된 아키텍처 및 공통기능을 활용함으로써 개발/운영인력의 개인 능력의 영향 최소화



감사합니다.