

폭증하는 마케팅 데이터, '빅데이터 기술'로 분석

목표 고객을 선정하고 해당 고객에게 가장 적합한 채널로 가장 효과적인 마케팅 메시지를 전달하고자 하는 마케팅 활동은 캠페인관리 시스템에 의해 체계적으로 관리된다. 최근 이러한 캠페인관리 역시 빅데이터의 영향을 직접적으로 받고 있다.

폭증하는 마케팅 데이터

유통 산업에서 마케팅 업무를 담당하는 A 과장은 수백만 회원들을 분석한 후 수만명 정도의 고객군별로 맞춤형 상품안내 이메일을 보내고, 그 성과를 분석하는 업무를 하고 있다. 마케팅 대상 회원이 천만 명이 넘더라도 큰 어려움이 없을 것이라고 생각했지만, 현실은 그렇지 않았다. 보다 성과가 높은 캠페인을 적극적으로 실행하라는 지시에 의해 캠페인 대상 고객 수, 캠페인 프로그램 수와 대고객 채널 수가 증가되었고, 이들의 조합으로 발생하는 데이터 또한 대폭적으로 증가되었다. 더욱이 고객 반응과 캠페인 성과 예측에 따른 캠페인 최적화를 추구함에 따라 캠페인 설계는 다수의 채널이 여러 단계로 결합되게 된다. 이와 같이 고도화된 캠페인 설계로 캠페인 성과분석 데이터는 더욱 복잡해지고 다룰 수 있는 규모를 넘어서고 있다.

빅데이터가 된 마케팅 데이터를 빠르고 효과적으로 분석

A 과장은 캠페인 성과분석으로 '최근 가입한 백만 고객에 대해 채널별 캠페인 유형별 성과분석'을 원했다. 또한 '5 월의 포인트지급 캠페인에 반응한 고객 30 만명이 3 개월 후 8 월의 추천상품 구매 실적이 어떠했는가?'와

같은 분석을 하고 싶어했다. 즉, 캠페인 대상 실행 고객군을 모수로 하여 다양한 성과분석을 하고 싶어했다.

빅데이터 기반의 WISE Campaign 을 통해 A 과장은 원하던 성과분석을 편리하면서도 빠르게 수행할 수 있게 되었다. WISE Campaign 이 적용한 인메모리와 어크로스 큐브(Across Cube) 분석 기술은 기존에는 손도 못 대거나 수시간이 걸리던 분석을 불과 몇 초 만에 해내었다.

한편 A 과장은 기존의 결과 분석이나 캠페인 진행 모니터링 상황을 엑셀로 다양한 양식의 리포트를 작성하고 보고에 활용하였는데, WISE Campaign 에서 제공하는 엑셀 리포트 서비스는 기존의 엑셀 리포트를 그대로 이용할 수 있도록 해주었다. 정보시스템 팀에서는 캠페인 반응이나 운영 모니터링 로그와 같이 단순하면서도 대용량인 데이터는 향후에 하둠을 활용하여 저장할 계획도 가지고 있는데, 이 경우에도 WISE Campaign 의 하둠 API 를 통해 성과분석과 엑셀 리포트 서비스를 그대로 이용할 수 있다.

빅데이터 분석으로 보다 정교한 원투원 마케팅과 마케팅 성과 예측을 실행

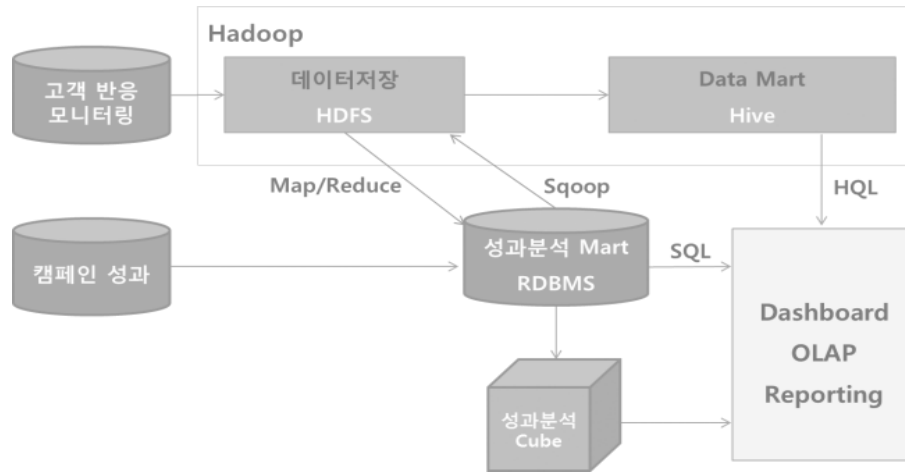
고도화된 캠페인 설계로 생성된 빅데이터를 분석하면 고객별로 선호하고 성과가 높은 상품과

채널을 쉽게 찾을 수 있다. 이를 위해서는 캠페인 반응 성과와 선호 관련 정보를 개인 단위로 분석할 수 있도록 캠페인 성과분석 마트가 잘 구축되어야 한다.

이러한 데이터는 캠페인 실행 전에 성과를 자동 예측하는 데에 큰 역할을 한다. 분석가는 예상

고객의 과거 데이터를 근거로 캠페인 대상이 되는 고객 수, 채널을 통해 캠페인을 접하는 고객 수와 캠페인 목표에 부합되는 전환 고객 수를 추정하고, 나아가 수익과 비용을 예측할 수 있다.

<마케팅 성과 분석 구조>



“빅데이터는 마케팅 성과분석에 직접적으로 영향을 주고 있습니다. 최적의 성과를 낼 수 있는 마케팅 전략을 찾아내기 위해 빅데이터를 효과적이고 체계적으로 분석하여야 합니다. 빅데이터 기반의 WISE Campaign 은 이를 위한 최적의 도구입니다.”

- (주)위세아이텍 수석 컨설턴트 강완모

(주)위세아이텍

463-400, 경기도 성남시 분당구 삼평동 621 번지

판교 이노밸리 C 동 5 층

☎ 02-6246-1400 ✉ contact@wise.co.kr

www.wise.co.kr