

돈이 되는 상품, 알고 쓰는 O4O의 세계

프로세스 기반 고객을 아는 브랜드 되기

 PuzzleData



1. Problem

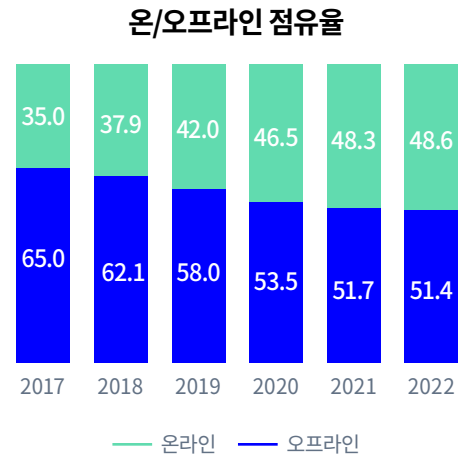
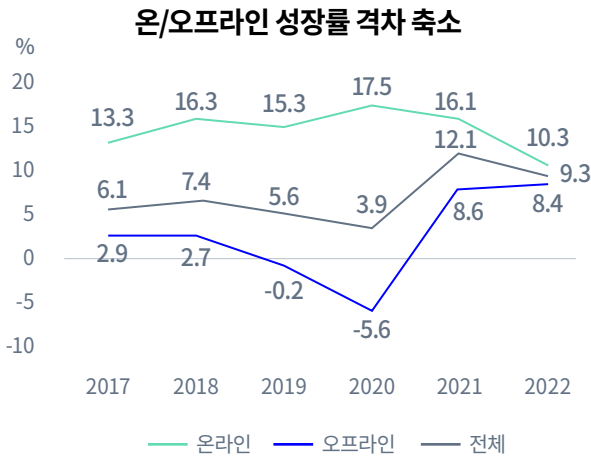


소매유통 채널 연계를 통한 차별화된 마케팅 전략 강화

소매유통업 현황

• 힘겨웠던 온/오프라인 유통 경쟁

“온/오프라인 채널 간 경쟁이 아닌 **채널믹스** 전략이 절실한 시기”



• Trend

온/오프라인 채널 연계를 통해 서로 부족한 부분을 메워 주는 보완적 관계 형성

온/오프라인 채널
연계 전략 사례

- 픽업서비스
- 개인맞춤 서비스
- 멤버십 서비스
- 간편결제 서비스
- 온/오프라인 통합 운영 서비스
- 오프라인 매장 구축
- 정보 검색 서비스

“차별화된 온/오프라인 **채널 연계**를 통한 **O4O 전략 강화**”

Source) 주영훈, 살 만해진 오프라인 유통(NH투자증권)



2. How to solve?

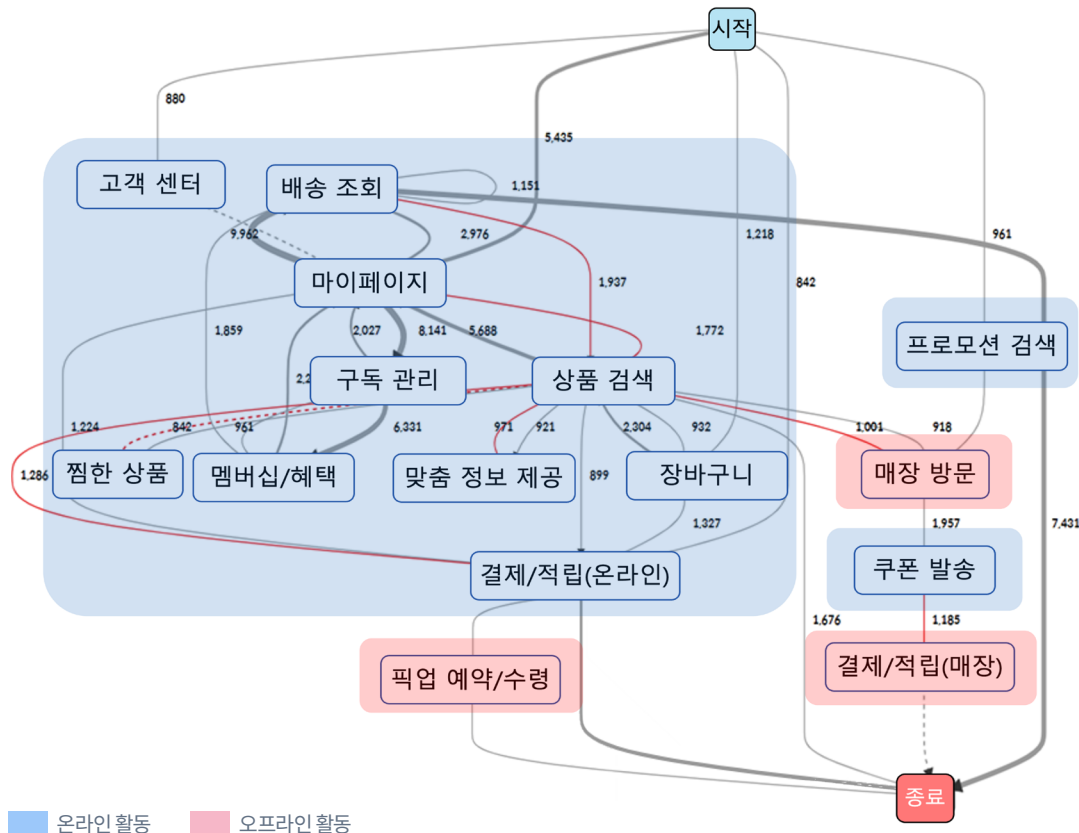


차별화된 고객 행태 분석으로 유통 채널 간 경계를 허물고, 마케팅 고도화 기반 마련

프로세스 마이닝 기반의 O4O 전략 강화 방안

온/오프 채널 연계 고객 여정 분석

“ 온/오프라인 멤버십 고객 Data 활용 ”



“ 초개인화를 통한 매출 증대 기여 ”

고객 여정을 활용한 차별화 전략 도입

- ▶ 실시간 발생하는 고객의 패턴을 빠르게 파악하여 적기에 고객 맞춤 마케팅 서비스 지원을 통한 매출 증대 기여

“ 온/오프 채널 최적화를 통한 유입 활성화 ”

마케팅 유입 경로별 고객 행동 분석

- ▶ 차별화된 최적 유입경로 설계를 통해 고객 유형별 마케팅 목표 달성률 향상

3. Benefit



고객 행동 분석 기반을 통한 O4O 전략 강화 및 성과

고객 행동 분석을 통한 상승 모멘텀

22% ↑
재구매율

30% ↑
구매 빈도수

Chaayos - 인도의 대표적 카페 체인점

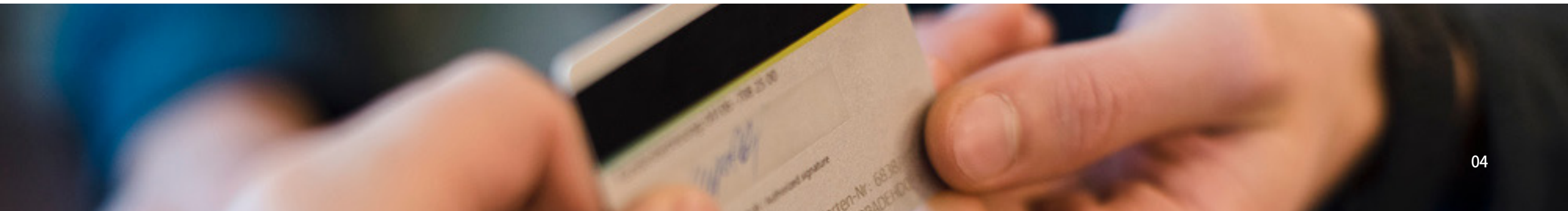
- 고객 행동 분석
고객 행동 분석을 통한 마케팅 전략 강화
- ▶ 맞춤 프로모션으로 기존 고객 Lock-in

4배 ↑
픽업 수요

2.5배 ↑
매장 방문 고객 지출

Nordstrom - 미국의 대표적 백화점 체인

- 온/오프라인 고객 행동 분석
온라인 고객 행동 분석을 통한 로컬 매장 재고관리 최적화
- ▶ 픽업 수요 확대로 더 다양한 제품 적재가 가능
- ▶ 매장 방문 고객의 지출 증가





서울 본사

서울특별시 강남구 역삼로 168 4층
(역삼동, 회성빌딩), 06248

포항 본사

경상북도 포항시 남구 청암로 87 6층
(지곡동, 포항공과대학교), 37673

제품 솔루션 문의

info@puzzledata.com
02-2023-8431