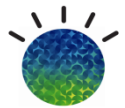




Omni-Channel Order Fulfillment를  
위한 차세대 전략 세미나

# 국내 e커머스 시장의 현주소 및 미래 비전

- 인터넷·모바일 쇼핑을 중심으로



SmarterCommerce

이용호 부장, IBM Korea SWG Industry Solutions





# Agenda

- I. 국내 e커머스 시장 분석
- II. 국내기업의 e커머스 상황
- III. e커머스 시장의 미래 비전

현재까지도 **지속적으로 발전하고 있는 e-Commerce 시장**은 미래에도 고객을 리드하여 기업에게 높은 매출과 고성장을 제공하리라 예상됩니다.



USD 61.1bn  
(2012년 매출액)

Amazon currently holds the #17 global retailer ranking for 2012, but its stellar pace of growth means it is outperforming and leapfrogging competitors in the rankings as e-commerce growth outpaces bricks and mortar.



Amazon is hands down the biggest threat to Walmart as it encroaches on the retailer's core business model. Walmart has made e-commerce a key strategic focus as it looks to fend off strong competition.

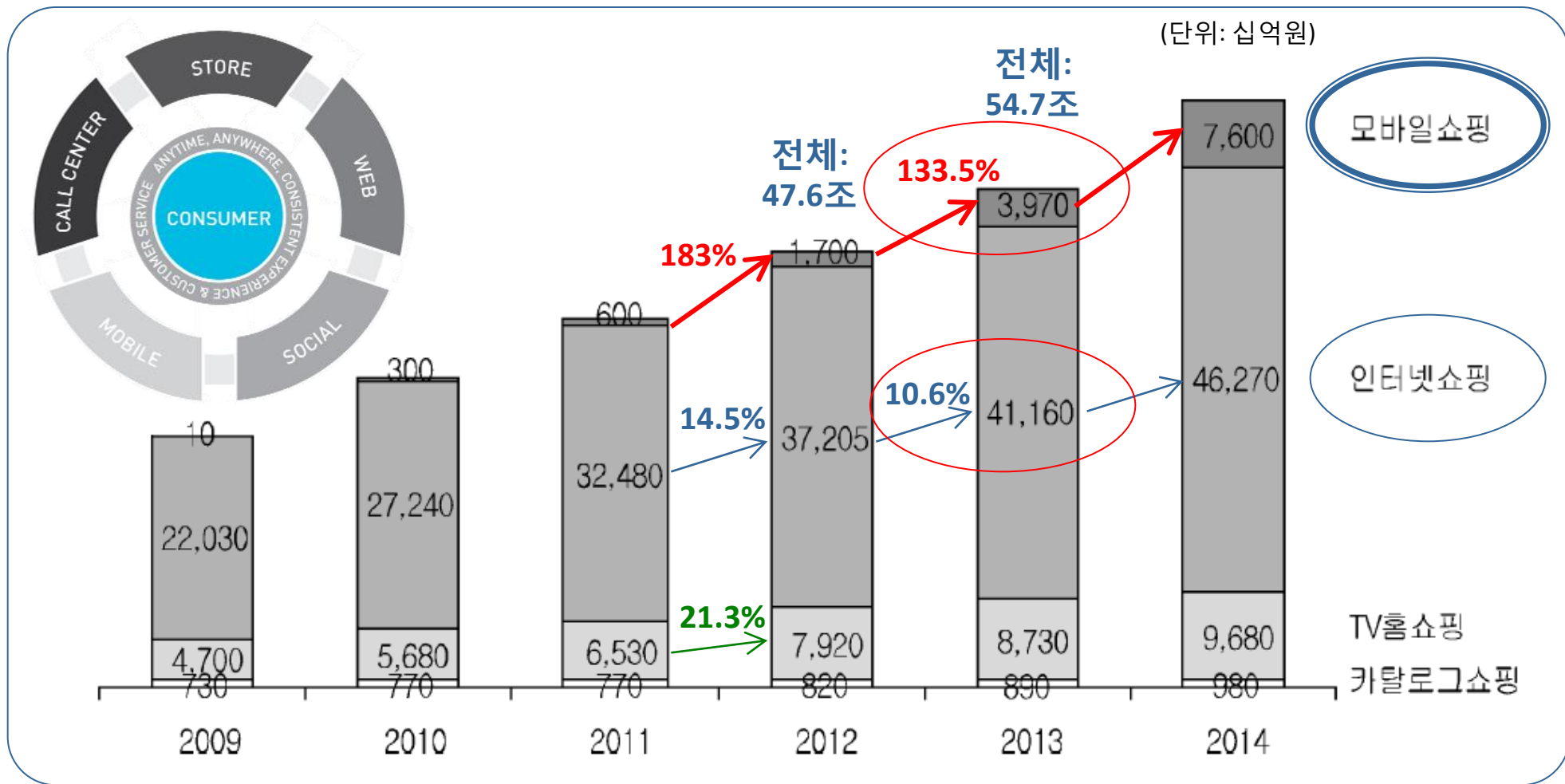
## Amazon: 글로벌 마켓 리더 (2017년 예상)



경쟁사들은 e-Commerce 트렌드 뿐만 아니라 혁신과 강력한 성장 동력에 대해서 Amazon의 지배력을 두려워하고 있습니다.

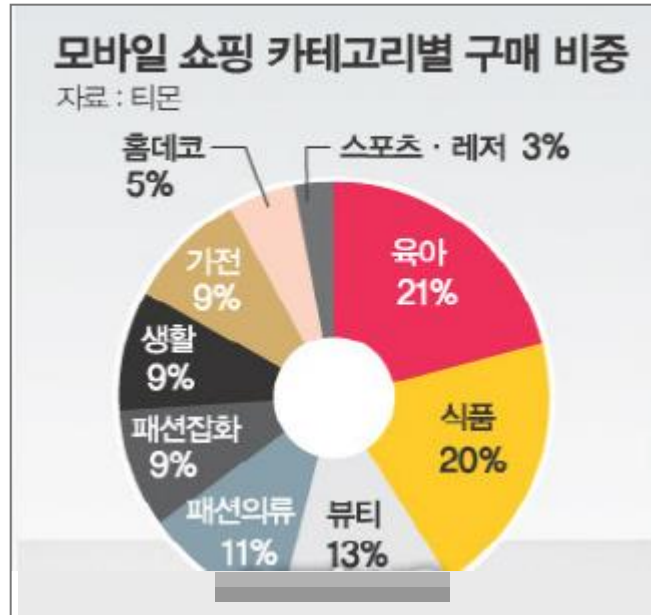
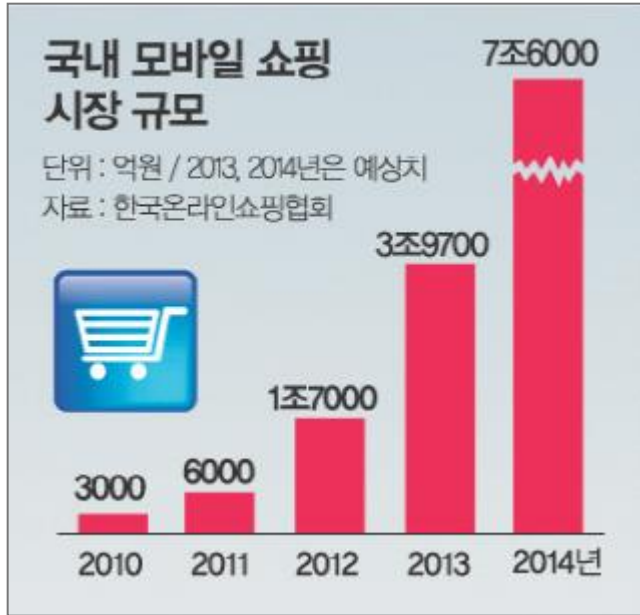
출처: Planet Retail (전체 매출액에 기초하여 성장률을 예측)

인터넷 이용률의 증가와 스마트 모바일 기기의 대중화는 기존의 소비자와 직접 대면하던 소매유통 방식에서 **인터넷·모바일을 통한 채널을 크게 확장**시키며 국내 e-Commerce 시장을 견인하고 있습니다.

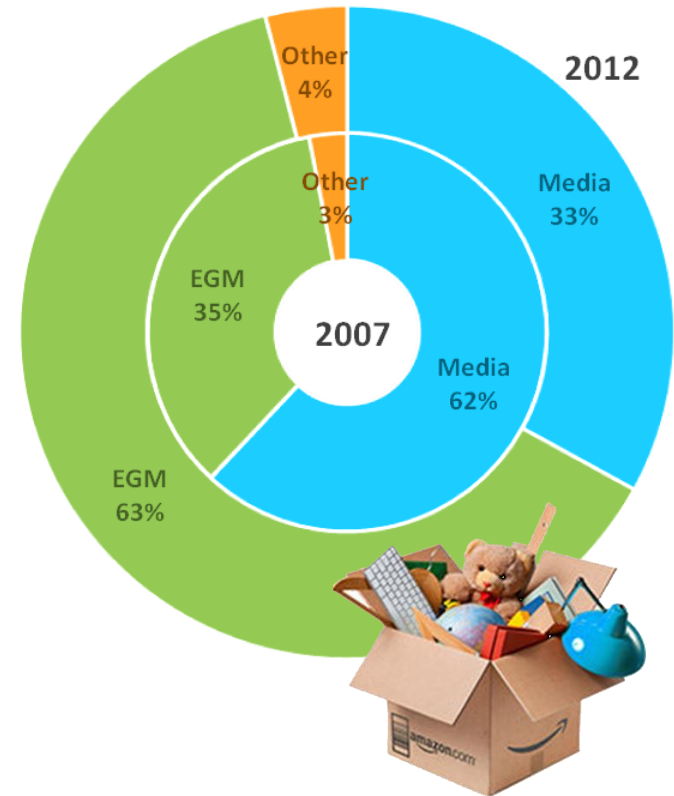


출처: 한국온라인쇼핑협회(2011, 2013)

스마트폰이 쇼핑 패러다임을 바꾸고 있습니다. 다양한 e-Commerce 플랫폼 중 모바일 쇼핑에 가장 적합하다고 꼽히는 것은 **소셜 커머스**로써, 기업들은 모바일에 최적화된 아이템 발굴에 열을 올리며 4조 원에 달하는 거대 시장에 뛰어 들고 있습니다.



Amazon: Sales by Category, 2007-2012



"소셜커머스는 큐레이터가 선별한 소수의 상품을 강력하게 선보이는 형태입니다. 쿠팡의 경우 취급 상품수가 2,000~3,000개 정도로 다른 플랫폼에 비해 물품수가 적습니다. PC보다 작은 화면에서 적은 양의 데이터를 취급하는 모바일에 최적화된 형태가 바로 소셜 커머스 입니다" - 쿠팡 관계자

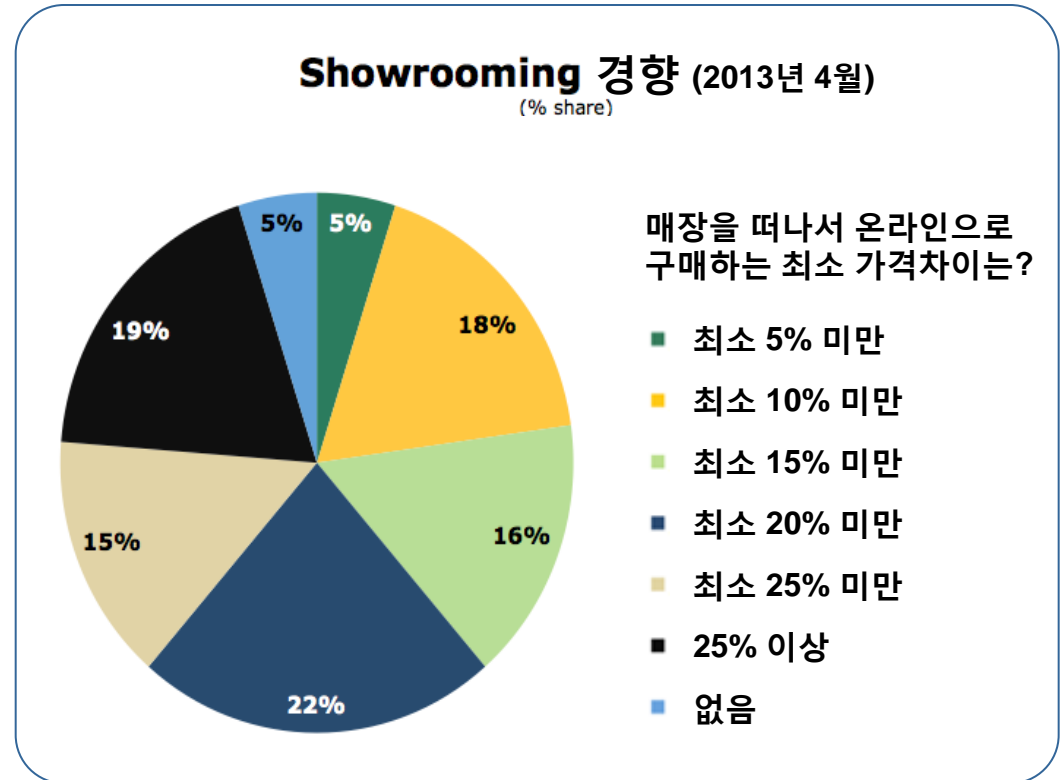
출처: 한국온라인쇼핑협회 / 티몬

출처: Amazon (Amazon에서 판매되는 상품 분류)  
\* EGM (Electronics & General Merchandise)

소비자들은 경제불황으로 인해 지갑을 완전히 닫는 대신, 할인기회 등을 통한 구매타이밍과 구매경로를 오프라인뿐만 아니라 인터넷·모바일 쇼핑 등으로 다변화하거나, **매장에서 제품을 살펴보고 온라인으로 더 낮은 가격에 구매(쇼루밍)**하는 등의 소비 행태를 보이고 있습니다.

## 모든 쇼루밍족(Showrooming)이 Showrooming만 하는 것은 아니다!

- 쇼루밍족이 매장을 방문하는 이유는?
  - 가격 비교
  - 상품 확인
- 쇼루밍족인 온라인으로 구매하는 이유는?
  - 최적의 가격
  - 편리성
- 쇼루밍족의 33%는 매장에서 모바일 활용
  - 상품 후기 검색
  - 가격 비교
- 쇼루밍족은 의도적으로 매장을 활용하는가? 항상 그렇지 않다.
  - 쇼루밍족의 25%는 매장에서 상품을 구매하려고 방문



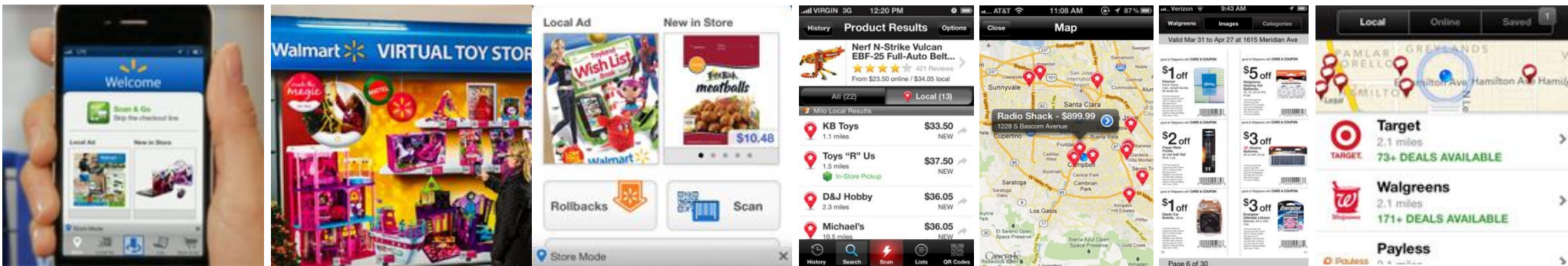
출처: IBV Retail 2013 From Transactions to Relationships: Connecting with a Transitioning Shopper Study

출처: Forrester-Apromo Showrooming Research, 2012년 10월

매장에서 제품을 구경한 뒤 구매는 가격이 저렴한 온라인에서 구매하는 '쇼루밍족'이 증가하면서 오프라인 중심이었던 백화점업계·대형마트는 집객이 점점 어려워지는 가운데 새로운 컨셉의 매장을 선보이거나 직접 고객을 찾아가는 등 고객의 방문 증대를 위해 노력하고 있습니다.

## 쇼루밍족은 Walmart의 No.1 기회

## eBay는 쇼루밍족의 구매전환을 위해 유통사와 파트너 체결



“Wal\*Mart 전략의 핵심은 언제 어디서나 고객의 요청을 제공하는 것”  
- Walmart eCommerce팀의 부사장 Wendy Bergh

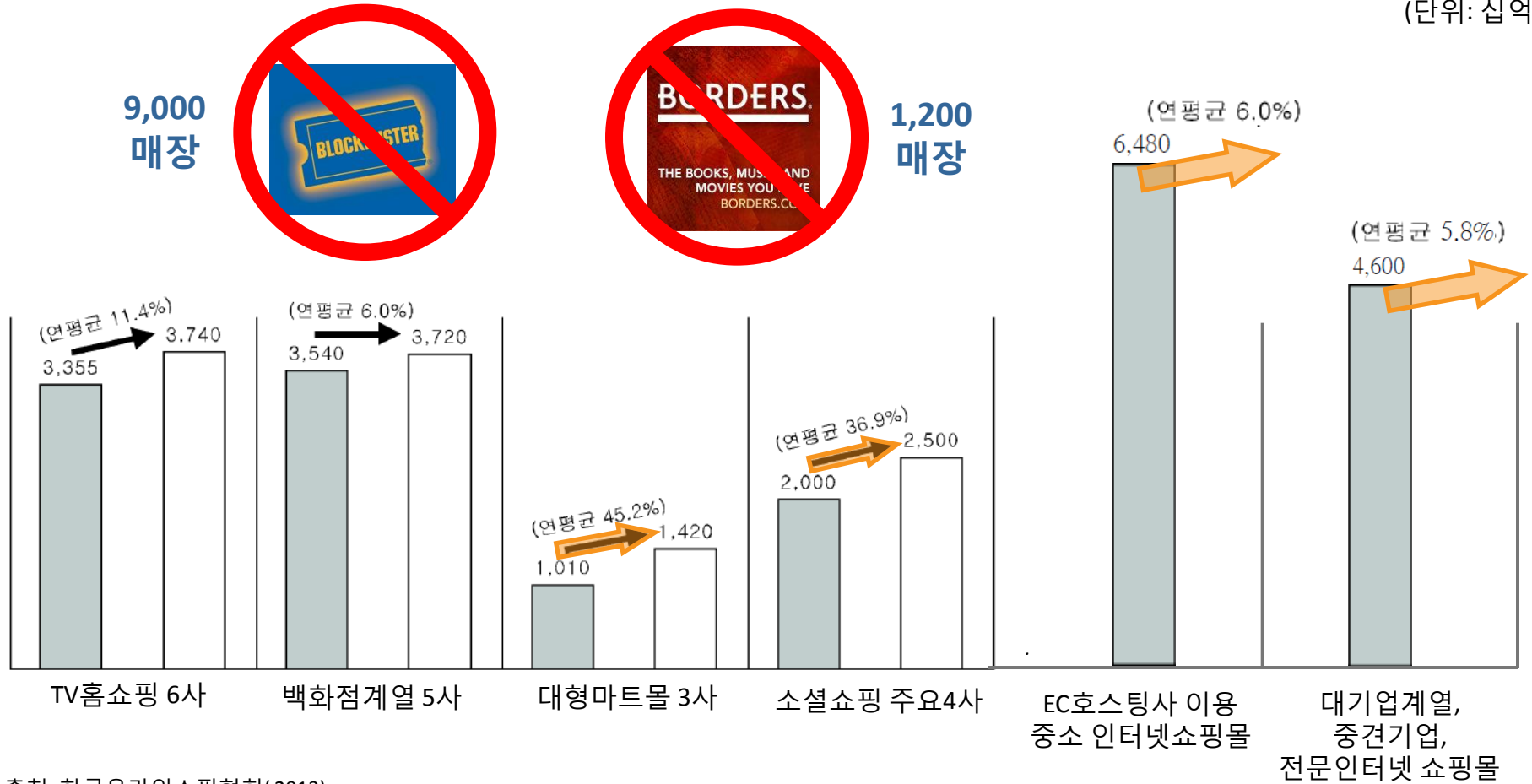
- Wal\*Mart는 매장을 모바일화 하여 쇼핑경험을 보다 손쉽게 만들기 위해 다양한 In-Store 쇼핑도구를 제작
  - ✓ 예산작업을 포함한 모바일 쇼핑 리스트
  - ✓ In-store 모드: 대화형 광고, 바코드 스캐너, 쇼핑 리스트
  - ✓ 스캔 후 계산완료

“모바일 앱에 대응하는 eBay의 성장 포트폴리오는 유통기업이 매장을 레버리지 할 수 있도록 도움을 주는 것”

- 스캐닝 및 쇼핑 리스트
- 근거리 쇼핑 (Nearby Deals)
- 가격 비교

e-Commerce 전체 시장규모에서 **29.3% / 20.8%**(2012년 기준)를 차지하고 있는 <EC호스팅사 이용 중소 인터넷쇼핑몰> 및 <자체 전산망 서버를 이용하는 대기업계열, 중견기업, 전문 인터넷 쇼핑몰>은 2012 ~ 2014년 연평균 6.0% / 5.8%를 기록하며 성장세는 지속될 것으로 전망된다.

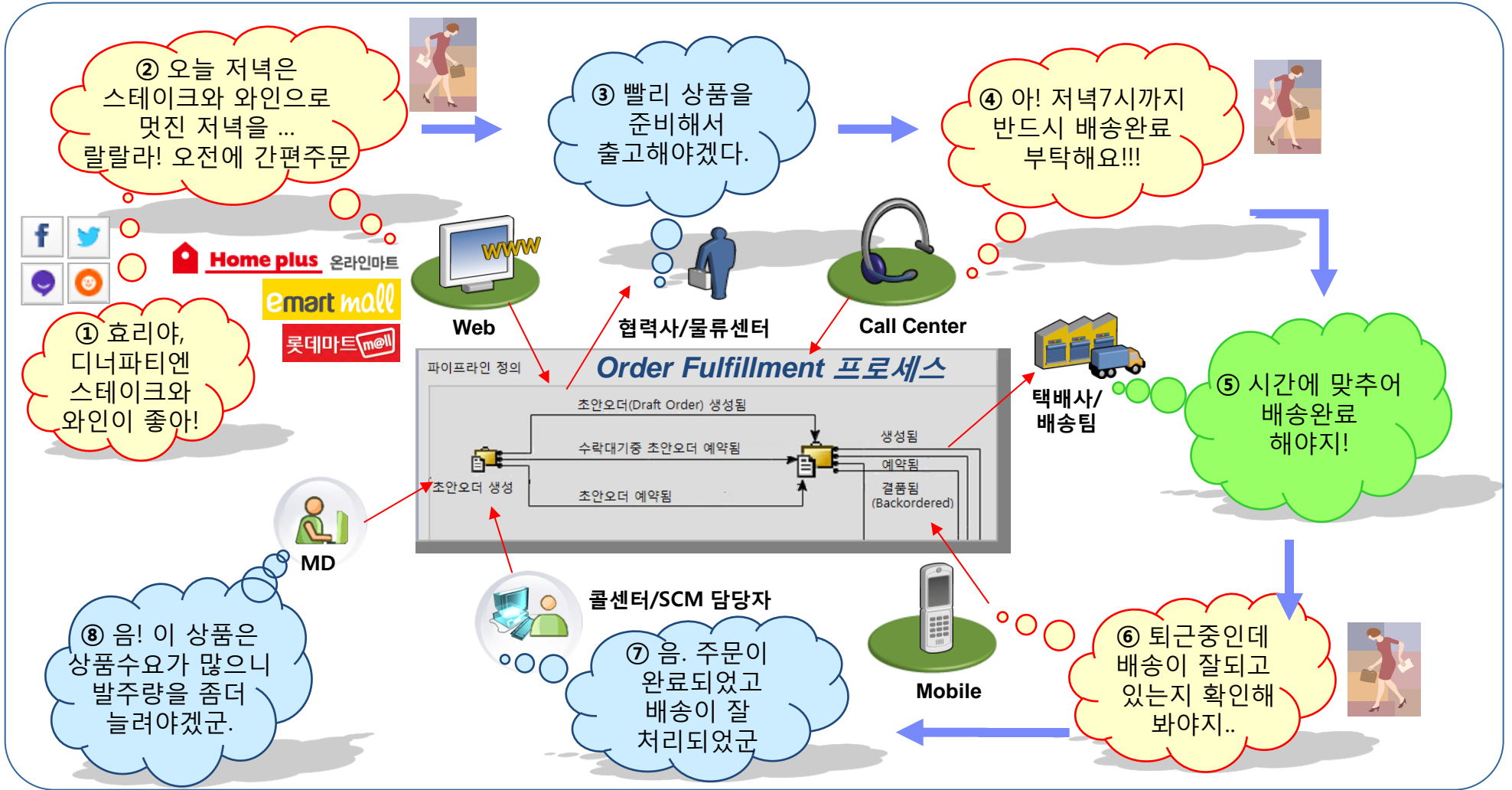
(단위: 십억원)



출처: 한국온라인쇼핑협회(2013)

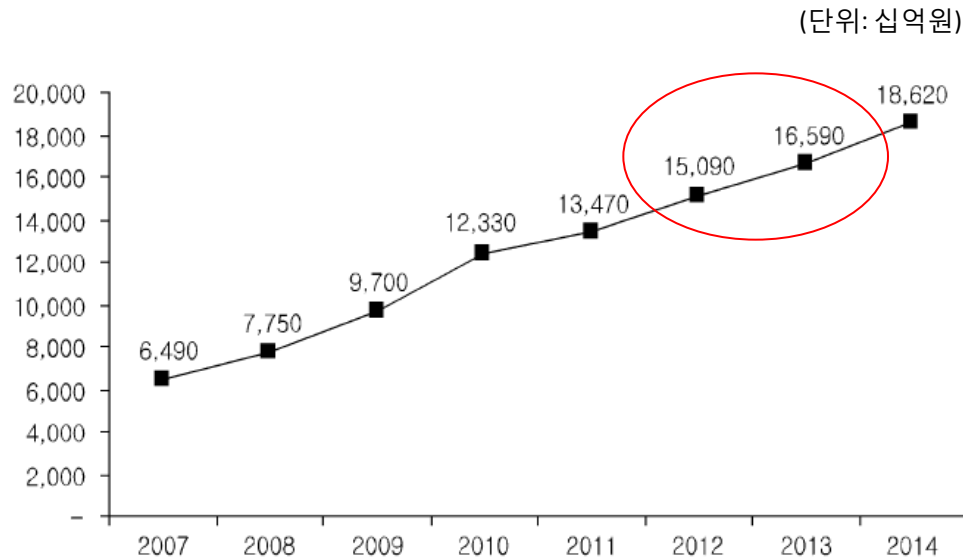


신선식품 위주의 매출과 주문 당일 배송 시스템으로 2배이상의 매출액 증가를 보였던 대형마트의 인터넷 쇼핑몰은 2012년 1조 100억 원을 기록하며 전년대비 53.0%의 증가를 보였습니다. 향후에도 **다양한 상품과 모바일 앱 활성화**를 통해 고성장세를 지속할 것으로 기대됩니다.

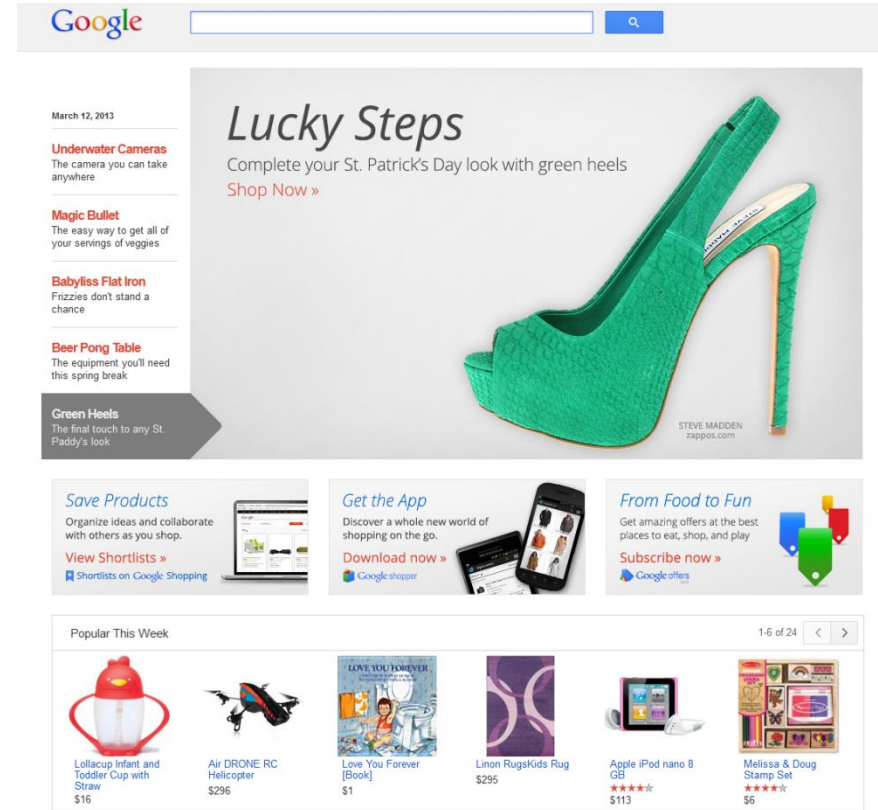


2012년 기준 **오픈마켓 주요 4사가 시장 점유율 98.7%**를 차지하고 있으며, 시장규모는 전년대비 12.0% 증가한 15조 900억 원입니다. 향후 오픈마켓 시장은 2012 ~ 2014년 연평균 7.3%를 기록하며 성장세를 지속할 것으로 전망됩니다.

## 국내 오픈마켓 시장규모 추이 및 전망



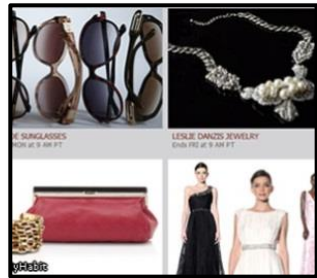
출처: 한국온라인쇼핑협회(2011, 2013)



Amazon에서 30%가 쇼핑검색의 시작,  
 Google에서는 13% 만 쇼핑시작  
 => **매장과 제휴하여 쇼핑 서비스 확대**

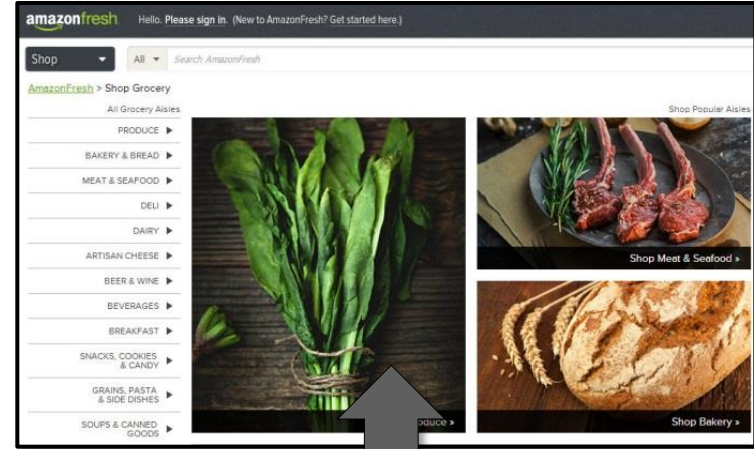
오프라인 매장을 운영하고 있거나 온라인으로 e-Commerce 비즈니스를 운영하는 기업들은 판매하고자 하는 **상품의 카테고리를 확대**하고자 많은 노력을 기울이고 있습니다. 향후 e-Commerce에서 판매되는 모든 상품은 오프라인을 추월하여 제공되리라 전망됩니다.

## 2012년 5월 "Day One"



마이클 코어스  
비비안 웨스트우드

## "Amazon Prime" 멤버십



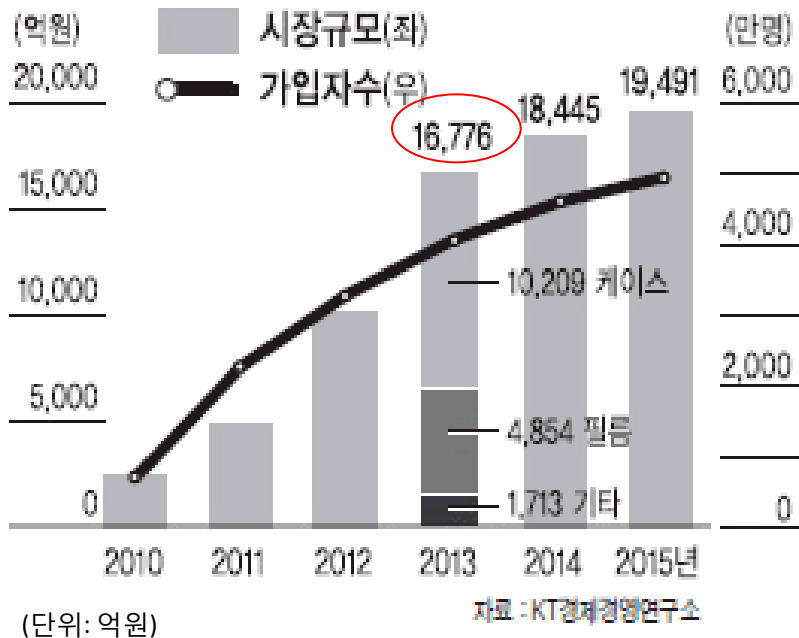
Amazon Fresh offers more than 19,000 fresh grocery items together with 28,000 ambient and non-food items for doorstep delivery. Amazon Fresh has its own DC and fleet of delivery trucks and recently partnered with local businesses ,e.g. Pike Place Fish Market, to offer fresh third party products on its site.

amazon.com	2012년 1월	2013년 1월	증가
Grocery (신선/가공/일배)	620,000	1,703,527	174%
Amazon이 판매 및 Fulfill	169	75,000	+74,831

출처: Planet Retail

2009년 애플 아이폰의 국내 출시를 계기로 국내 휴대폰 액세서리 시장이 1조원을 웃도는 규모로 성장한 데 이어 2013년 **국내 휴대폰 액세서리 시장 규모는 성장세를 지속해 1조 6,776억 원을 기록할 것으로 전망되고 있을 정도로 유망한 시장입니다.**

## 국내 스마트폰 액세서리 시장규모



## 플랫폼 경쟁을 부추기는 스마트 가전 시장



금융감독원의 감사보고서에 따르면 애플 제품의 오프라인 판매 채널(APR)인 에이샵이 2012년 6억 700만원 가량의 영업 손실을 기록했습니다.



# Agenda

- I. 국내 e커머스 시장 분석
- II. 국내기업의 e커머스 상황
- III. e커머스 시장의 미래 비전

e-Commerce 비즈니스를 운영하는 수많은 기업들은 고객의 쇼핑 행동 및 성향을 인지하여 판매를 증진시키고자 **소셜 네트워크 분석 등을 포함한 다양한 노력**을 시도하고 있습니다.

*미국 No3. 유통업체인 Target에서는  
고객의 소비습관과 상품구매 양식의 변화를 분석해,  
한 여고생의 임신사실을 예측하고  
임산부용 물품 할인쿠폰을 보냈으며  
여고생의 부모조차 몰랐던 임신사실을  
기업이 알고 마케팅에 활용해  
소동이 일어난 사례가 있었습니다.*

소셜커머스 위메프의  
'개인화 추천 서비스'는 고객들의  
클릭이력과 구매이력에 해당하는  
빅 데이터를 분석, 고객 각각의  
쇼핑 선호도를 반영한  
맞춤형 추천 결과를  
실시간으로 제공

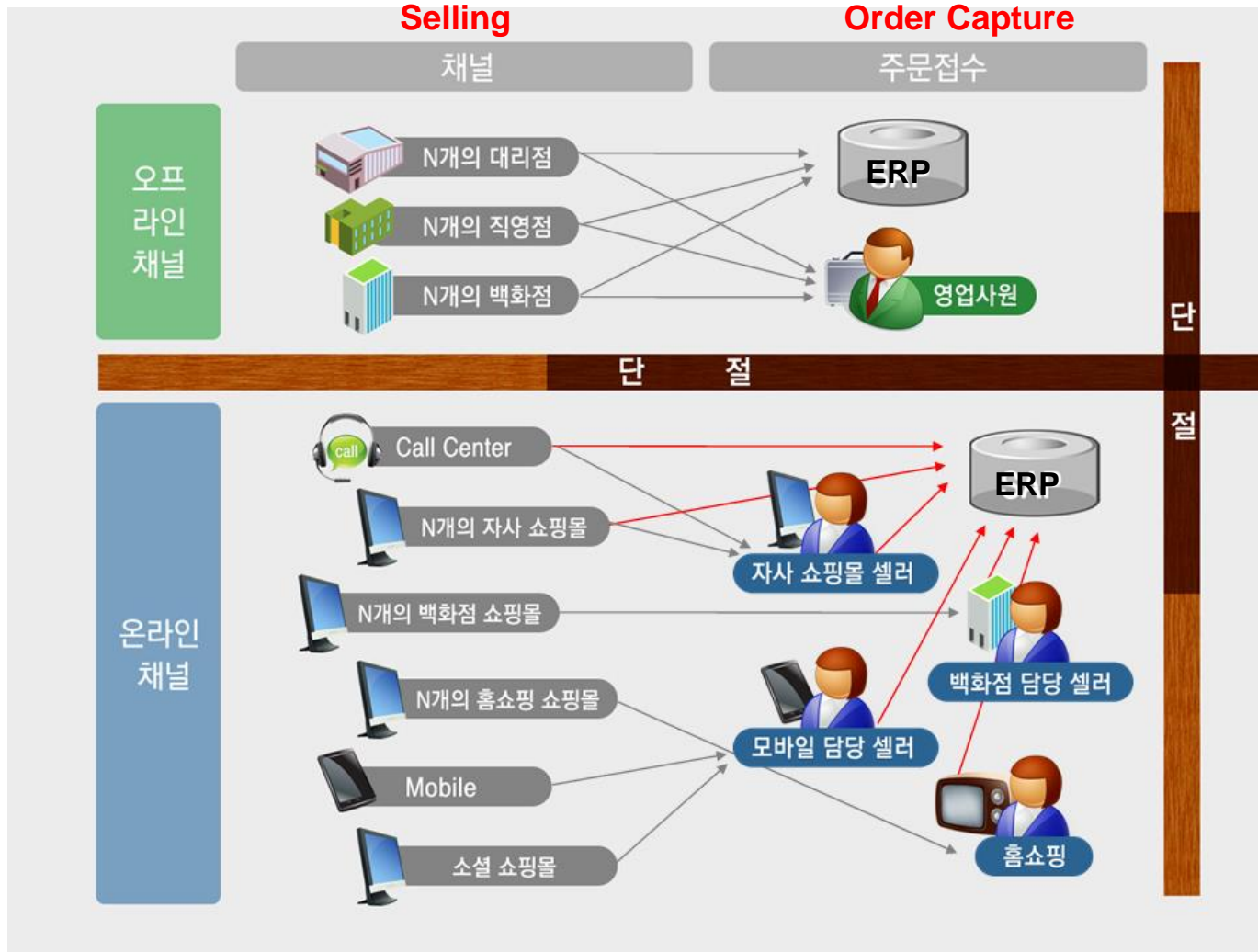


**Andrew Pole had just started working as a statistician for Target in 2002, when two colleagues from the marketing department stopped by his desk to ask an odd question: "If we wanted to figure out if a customer is pregnant, even if she didn't want us to know, can you do that?"**

Pole has a master's degree in statistics and another in economics, and has been obsessed with the intersection of data and human behavior most of his life. His parents were teachers in North Dakota, and while other kids were going to 4-H, Pole was doing algebra and writing computer programs. "The stereotype of a math nerd is true," he told me when I spoke with him last year. "I kind of like going out and evangelizing analytics." As the marketers explained to Pole — and as Pole later explained to me, back when we were still speaking and before Target told him to stop — new parents are a retailer's holy grail. Most shoppers don't buy everything they need at one store. Instead, they buy groceries at the grocery store and toys at the toy store, and they visit Target only when they need certain items they associate with Target — cleaning supplies, say, or new socks or a six-month supply of toilet paper. But Target sells everything from milk to stuffed animals to lawn furniture to electronics, so one of the company's

출처: 2012년 2월 New York Times 기사

ERP 기반으로 B2B 비즈니스를 위주로 시스템 환경을 구축한 수많은 국내기업들은 새로운 채널이 증가하고 고객의 경험 증진이 필요한 새로운 유통 환경에 적절히 대응을 하지 못하고 있습니다.

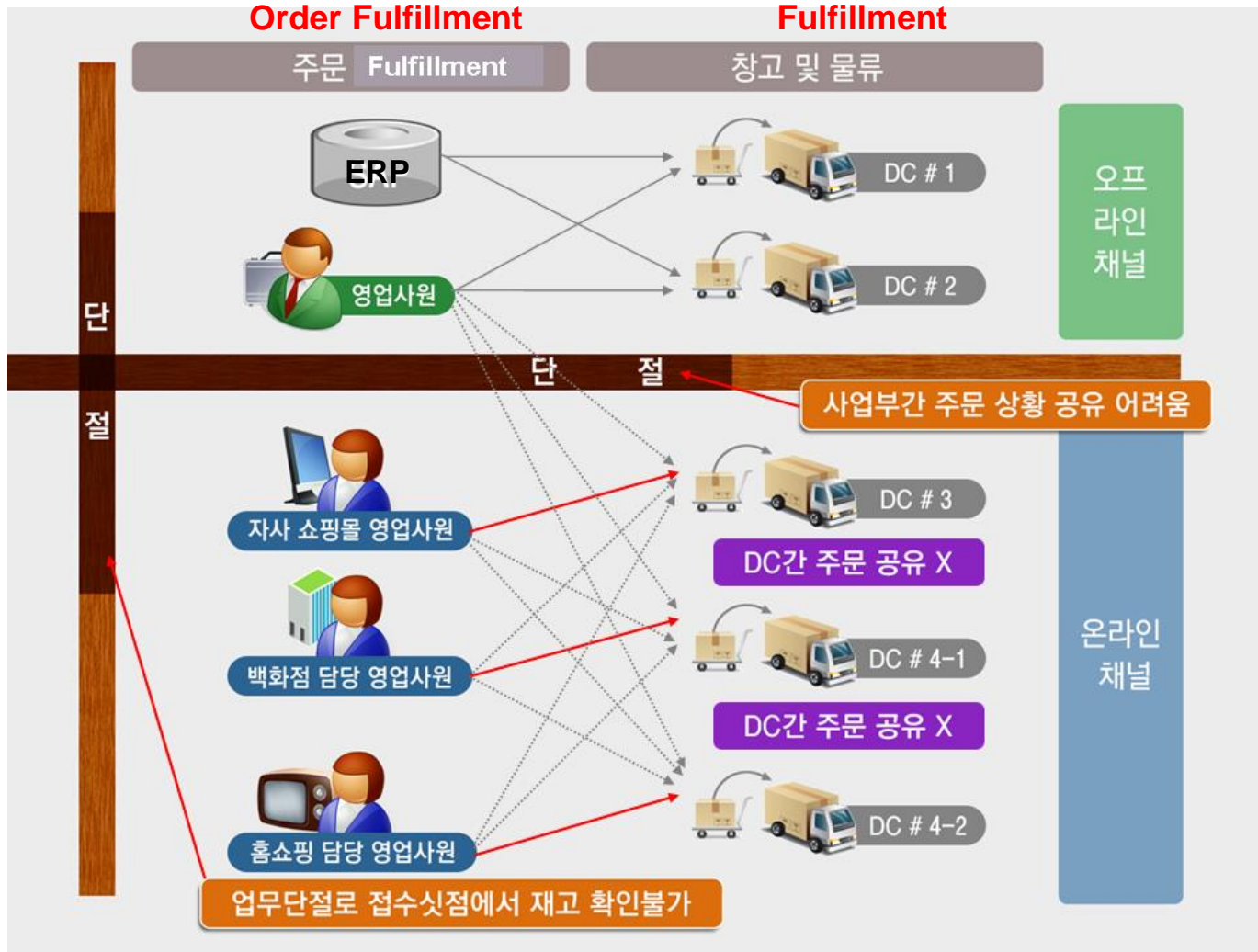


- 제한적인 B2B 채널에 대한 대량 상품에 대한 소규모 주문

- 폭발적으로 증가하는 B2C 채널에 대한 대응
- 소량 상품에 대한 다품목 주문 (小LOT)
- 소비자로부터의 대규모 주문
- Cross 채널 주문
- BOPIS 지원

\* BOPIS (Buy-Online Pickup In-Store)

신유통 환경에 신속한 대응이 필요한 국내 기업들은 소비자가 직접 기업과 접점 하는 **소량 다품목 대규모 주문의 B2C 환경**에 적합한 Fulfillment 서비스를 제공해야 합니다.

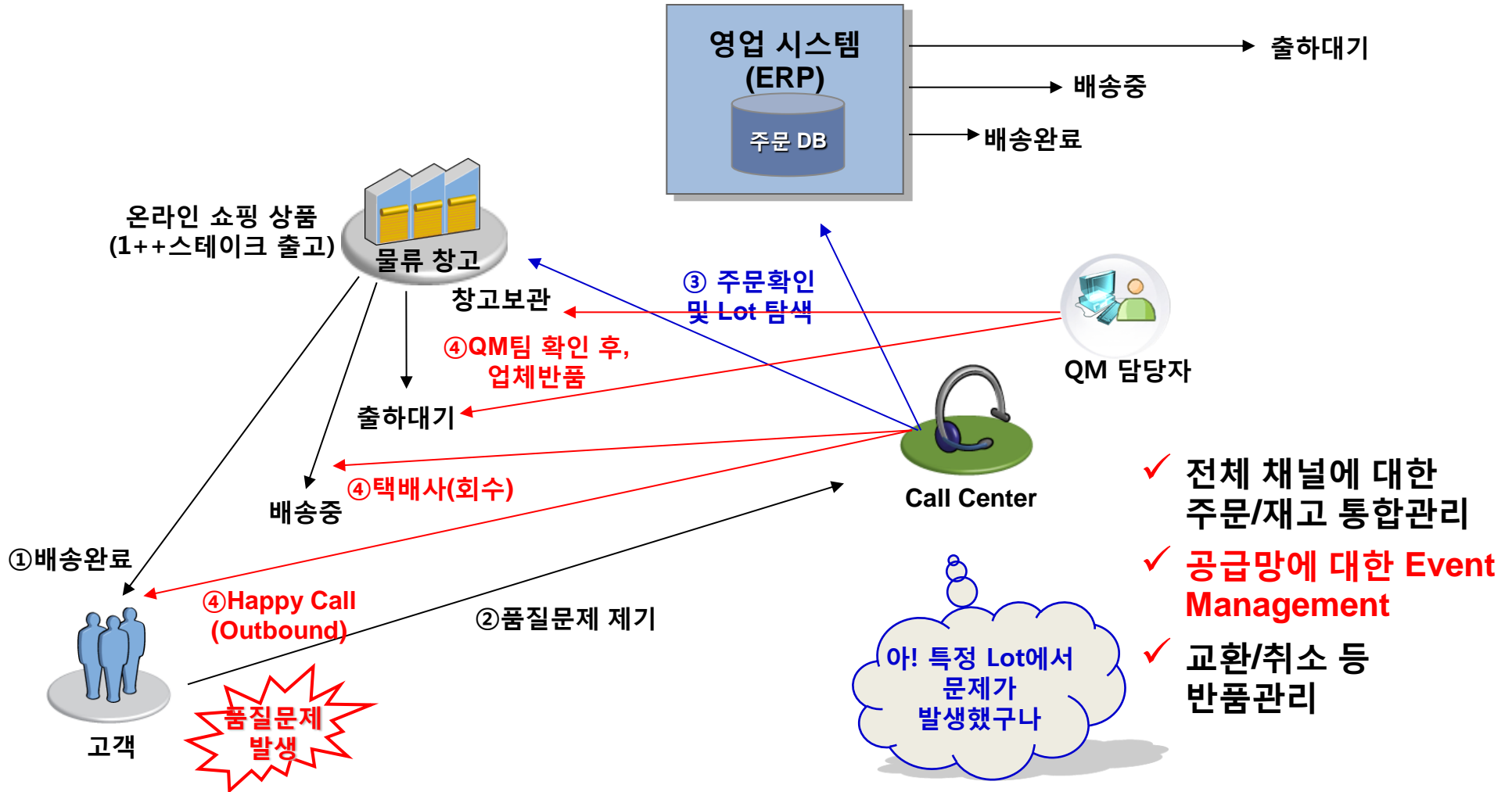


- 단순한 Fulfillment 및 반품 프로세스
- 기본적인 ERP 재고정보

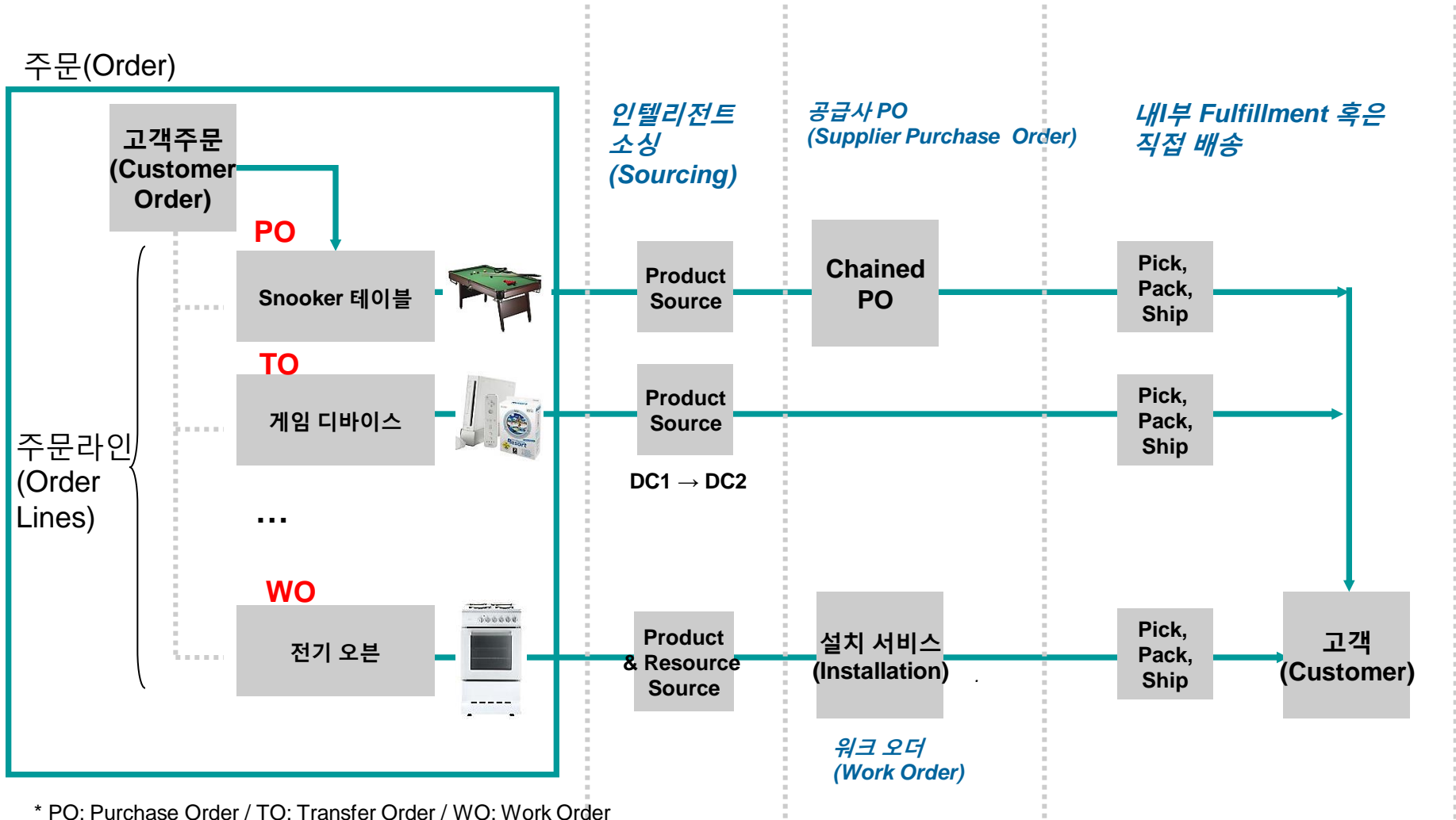
- 소비자에 대한 반품/교환/수리 주문에 대한 대응
- Cross 채널 반품
- **업무 주문시점에 재고정보 확인을 통한 판매 증진 (Save-the-Sale)**
- 판매상품에 대한 자사/타사 재고정보 제공 (Endless Isle)



또한, 상품배송 또는 품질하자 발생시, Order Fulfillment 시스템을 통해 물류 Lot 관리 및 물류 흐름을 통제함으로써 **시스템에 의한 즉각적인 조치 및 문제점을 해결**하는 기능이 필요합니다.

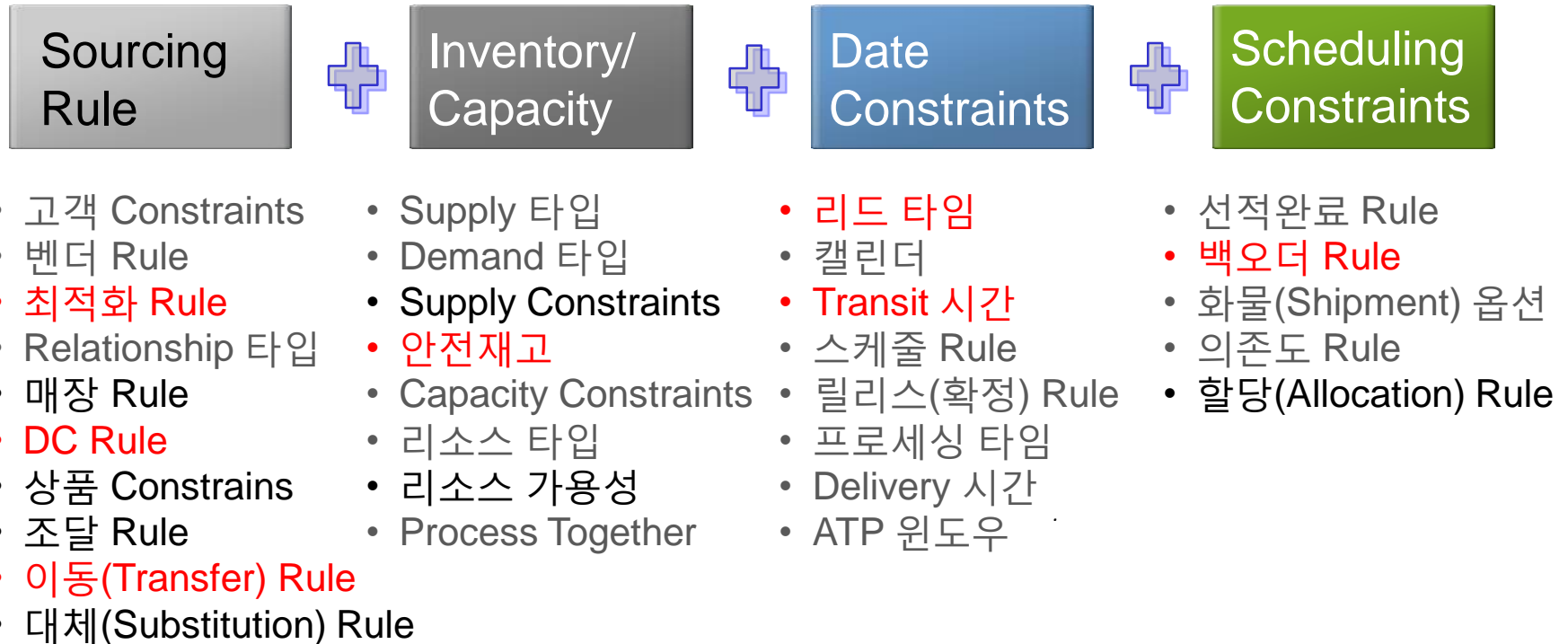


그리고, 다양한 채널의 증가와 더불어 소비자의 요구사항은 점차적으로 복잡해지고 있습니다. 이러한 요구사항에 신속하고 적절히 대응하기 위해 **복잡한 주문에 대한 Fulfillment 처리를 요구**하고 있습니다.



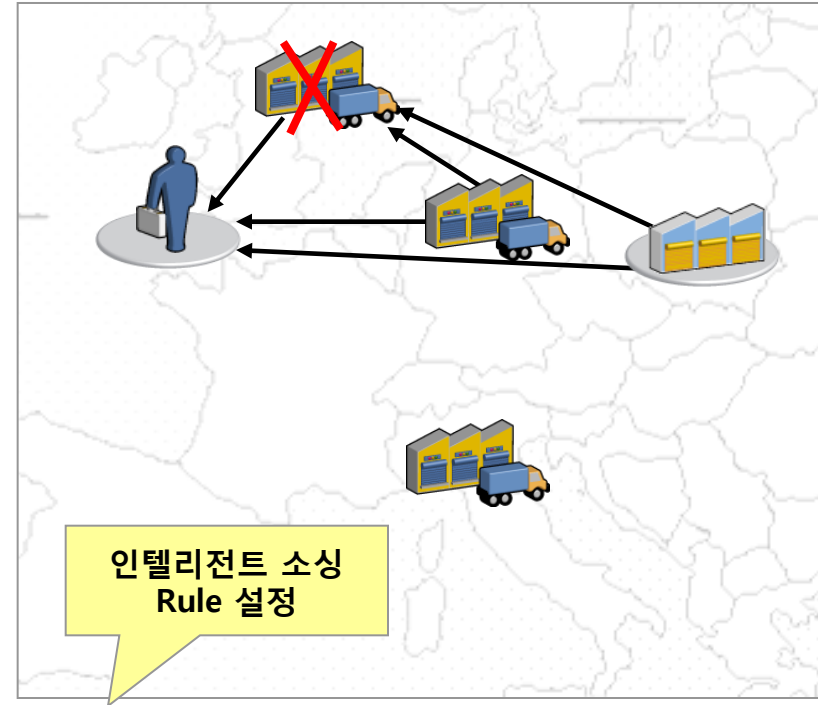
글로벌 e-Commerce 비즈니스를 운영하는 기업에서는 기존 환경에서 사용했던 **Order Promising 기능을 e-Commerce 환경에서도 적용**하여 납기 약속 및 Fulfillment 완료를 고민하고 있습니다.

## Order Promising (납기 약속)은 다양한 제약조건에 기반하여 상품과 서비스에 대한 가용성을 결정하는 프로세스.



또한, 지능형 Sourcing 엔진을 통해 **주문에 대해 최적화된 Sourcing 및 Best Fulfillment 옵션을 결정함**으로써 재고 가용성을 높이고 Fulfillment 비용을 감소를 요구하고 있습니다.

- ✓ 오더 Split 및 오더 라인별 Fulfillment (Split an order as needed – Fulfill by line)
  - 공급사 별 (By Supplier)
  - 다른 내부 시스템 별 (By Different Internal Systems)
- ✓ 전체 공급망으로부터 **인텔리전트 소싱 (Source from)**
  - 복수개 로케이션 (Multiple Locations)
  - 업체직송 공급사별 (Drop Ship Suppliers)
  - 서비스 파트너 별 (Service Partners)
- ✓ 전체 공급망에서 **인텔리전트 소싱 (Source by)**
  - 우선순위 (Priority) 사용
  - 로케이션 (Geographical Location) 사용
  - 재고 비용 (Inventory Cost) 사용
  - 처리비용 (Handling Cost) 별
  - 운송 비용 (Transportation Cost) 사용
  - 운송 중 통합 등(Merge in transit, etc.)을 통해 선적물품 수량 감소 (Reduced Number of Shipments)



- ✓ 인텔리전트 소싱 엔진은 최적의 로케이션을 결정
- ✓ 결품(Stock-out) 상황에서 재고이동(Transfer)을 결정
- ✓ 재고가 가용하지 않다면 신규 로케이션을 선택
- ✓ 협력사로 부터 소싱 하거나 업체직송(Drop-Ship)

**기업재고의 60% 이상이 종종 기업 외부에서 관리되므로, 예외사항에 대한 예상 및 대응 능력의 중요성은 점점 증가하고 있습니다.**



# Agenda

- I. 국내 e커머스 시장 분석
- II. 국내기업의 e커머스 상황
- III. e커머스 시장의 미래 비전**

소비자들은 **Cross-채널을 활용하여 상품을 구매**하기 위한 다양한 활동을 하고 기업은 이를 위해 개인을 위해 최적화된 서비스를 제공하기 위해 다양한 노력과 일관성 있는 시도를 하리라 전망됩니다.

구매정보를 충분히 갖지 못한 소비자의 33%는 e-Commerce 기업의 통제하에 있습니다.

(출처: IBM Institute for Business Value Analysis, Retail 2012)

## Customer Journey



Social Web

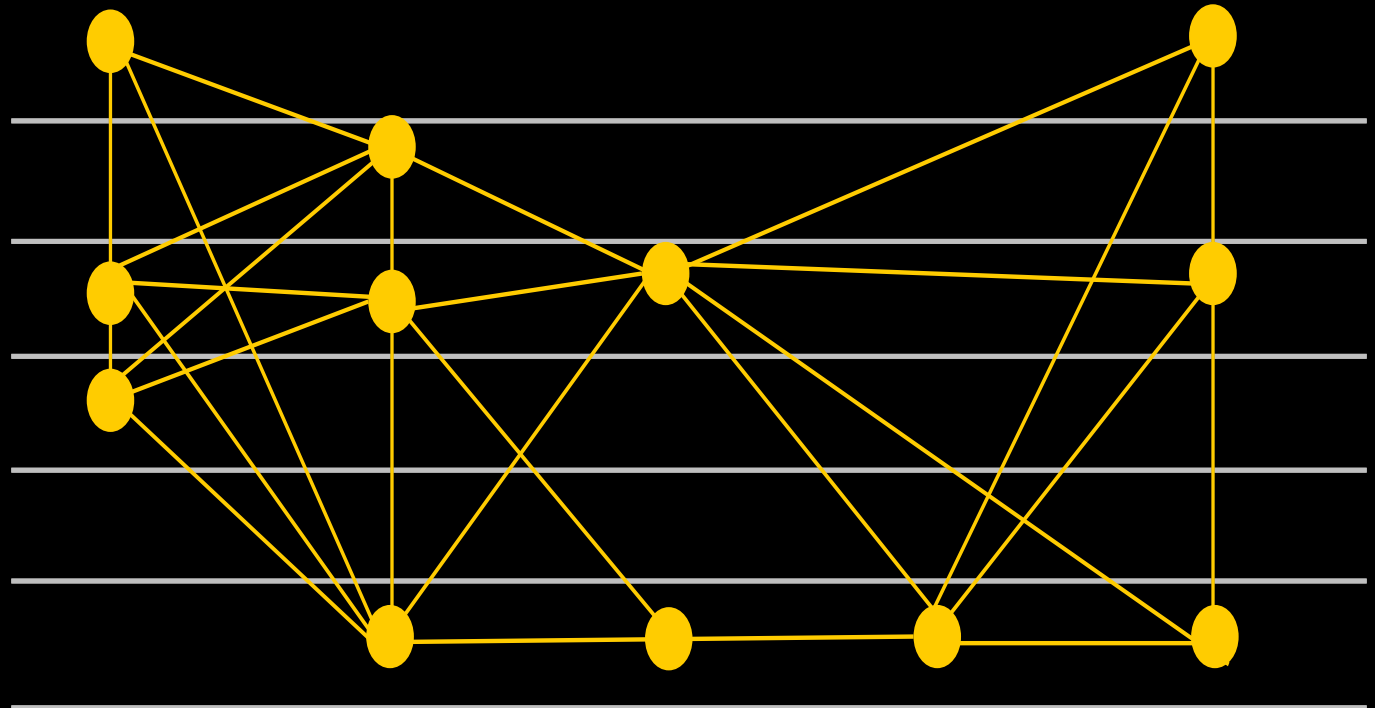
Email

Web

Mobile

Contact Center

Store



기업은 e-Commerce 비즈니스를 효율적으로 운영하기 위해 마케팅을 포함하여 다양한 활동을 하기 위해 **고객접점을 이루는 분야에 많은 투자를 진행**하리라 예상됩니다.



## YoY 지출 비교 (2011/2012년)

**43.5%**

마케팅 지출 증가

**56.6%**

혁신 기술 및 콘텐츠 지출 증가

**36.1%**

Fulfillment 지출 증가

Amazon은 현장 물류에 대한 중요성을 인식하고, 세계적인 전자상거래업체로서 소매점을 보유하고 있는 전통적인 유통기업과의 경쟁에서 승부 Point 중의 하나로 **Fulfillment**를 중시하고 있습니다.

## 2012년 20개 Fulfillment 센터 신규 오픈



© Amazon



© Kiva Systems

Amazon is automating its fulfilment centres where possible and acquired warehouse automation technology vendor Kiva Systems in March 2012.

### 주문 Pick-up

Amazon's collection lockers have been installed in the US and UK making order pick-up easier for busy workers. In Germany Amazon makes use of similar DHL lockers.



### 당일 배송을 위한 퀵 서비스

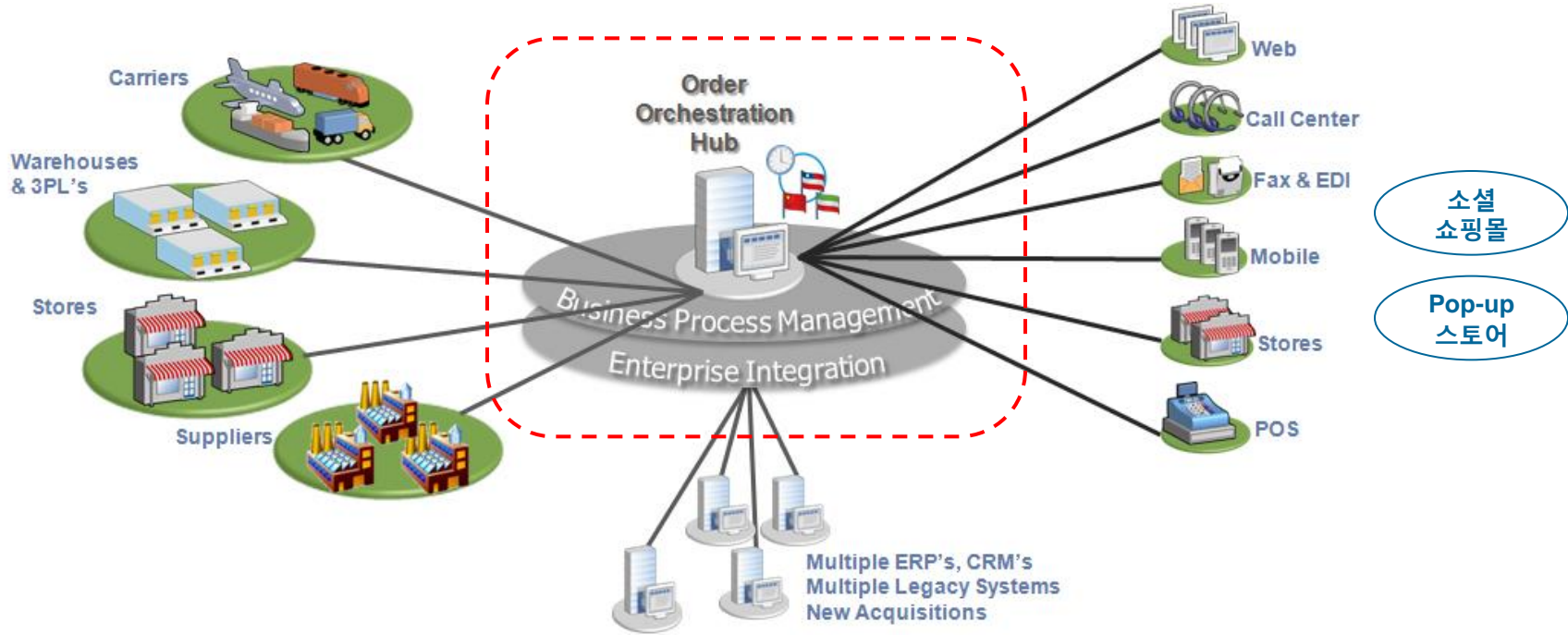
In China, Amazon has its own 'last mile delivery service' using bicycles, motorbikes and vans to provide same-day delivery in line with competitors.



출처: Planet Retail



주문과 Fulfillment에 관련된 **모든 채널에 대해 주문과 재고정보를 조율**함으로써 단일한 고객 접점을 제공하여 고객 만족도 및 매출증대를 극대화 하리라 기대됩니다.

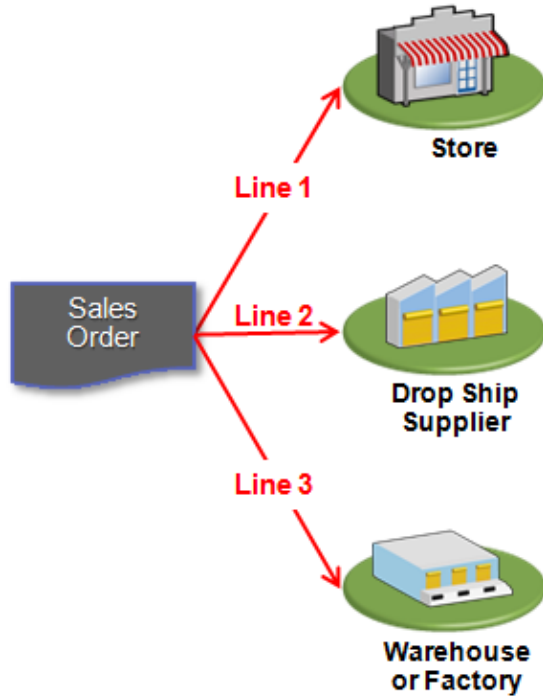


- 모든 채널에 대한 주문을 집계하고 관리하며 모니터링
- 주문에 대한 단일 리포지토리를 통해 주문에 대한 라이프사이클을 실시간으로 생성, 수정, 모니터링 및 추적
- 글로벌 재고를 중앙집중화 함으로써 전체 기업에 대해 지능형 Sourcing 및 Fulfillment 처리를 지원

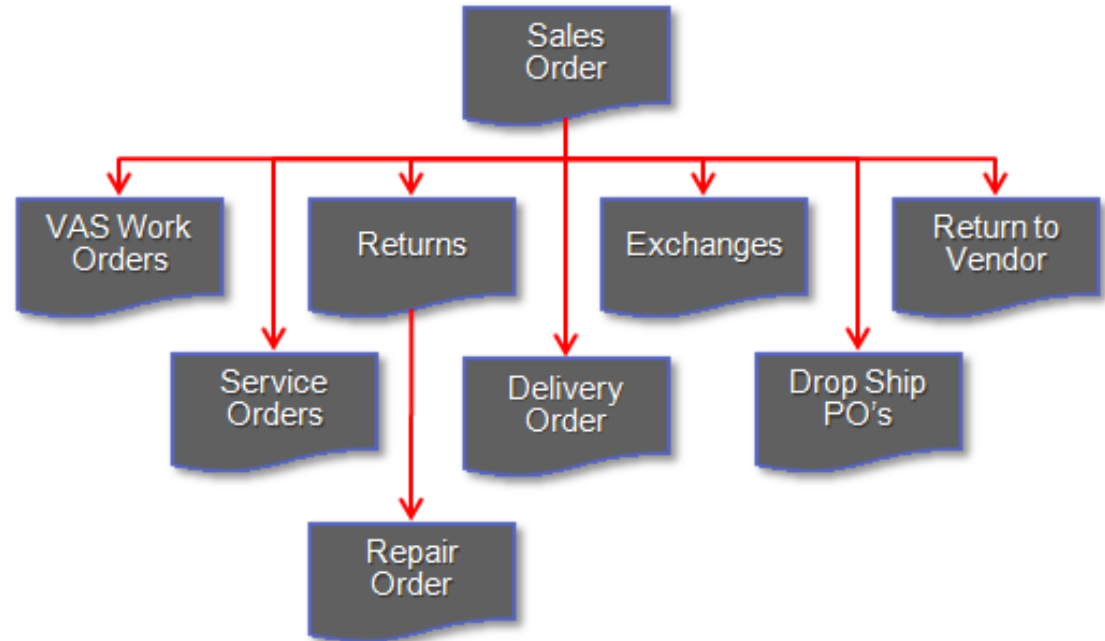
- 전체 채널에 대해 단일한 고객 접점 기능을 제공하여 고객 만족도 및 매출을 극대화
- 주문 충족률 및 사이클타임을 증진하여 주문 관리 및 신속하게 처리하기 위한 비용을 감소
- 재고 비용 및 노후화(예: 부진재고) 감소

주문은 **주문라인 별로 실행**되고 복잡하고 다단계 Fulfillment를 지원하며 하나의 주문과 연관되어 발생되는 **복잡한 주문을 단일 주문**으로 통합 관리할 것으로 전망됩니다.

## 주문 라인별 Fulfillment 및 최적화



## 복잡한 주문을 연계하여 통합 관리



- 독립적이거나 의존적인 주문 타입에 대해 Rule 기반으로 주문라인 레벨 실행
- 업체직송이나 조달주문, 생산주문, 설치 주문과 같은 복잡하고 다단계 Fulfillment 지원

- 전체 주문에 대한 Truth 및 Activity를 하나의 Source로 관리하여 Order fulfillment 효율성 및 주문 정확도를 증진
- 자원을 효과적으로 활용하고 Fulfillment 적용성을 극대화

복잡한 회수 물류 환경에 대해 Workflow 및 컴포넌트 방식으로 신속하게 대응하며, **채널에 관계없이 반품/교환을 처리(Cross 채널 반품)**함으로써 고객 경험을 증진할 것으로 예상됩니다.

## 중앙집중식 Order 리포지토리

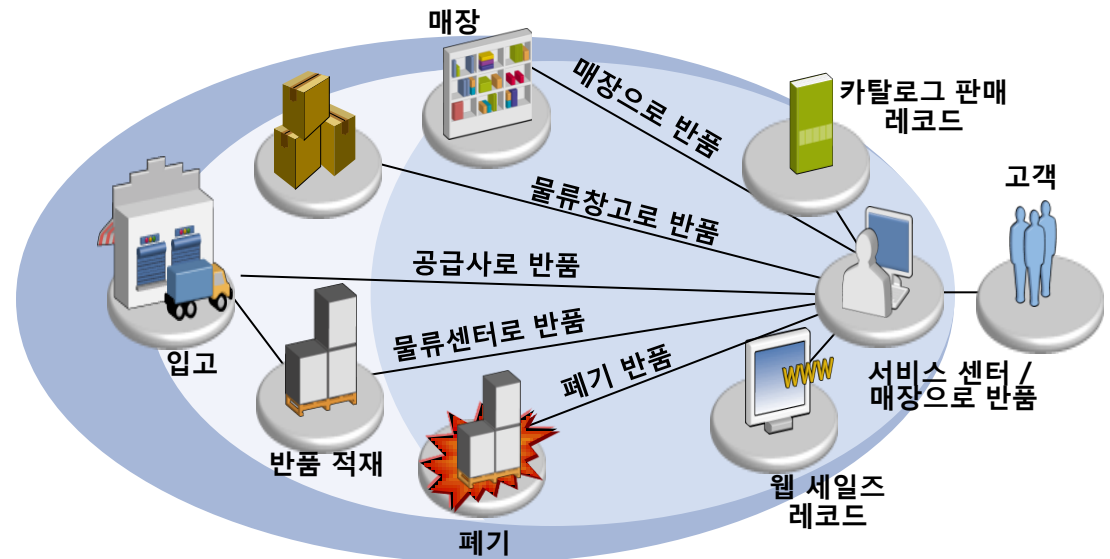
- 어느 채널에서도 구매, 픽업 및 반품

## Workflow를 통한 유연한 대응

- 블라인드(Blind) 반품 또는 주문에 대한 반품
- 물류창고로 반품
  - 교환 프로세스
  - 검수
- 공급사로 반품
- AS 수리반품 / 교환 반품
- 고객으로부터 수거
- 매장으로 반품
- 폐기

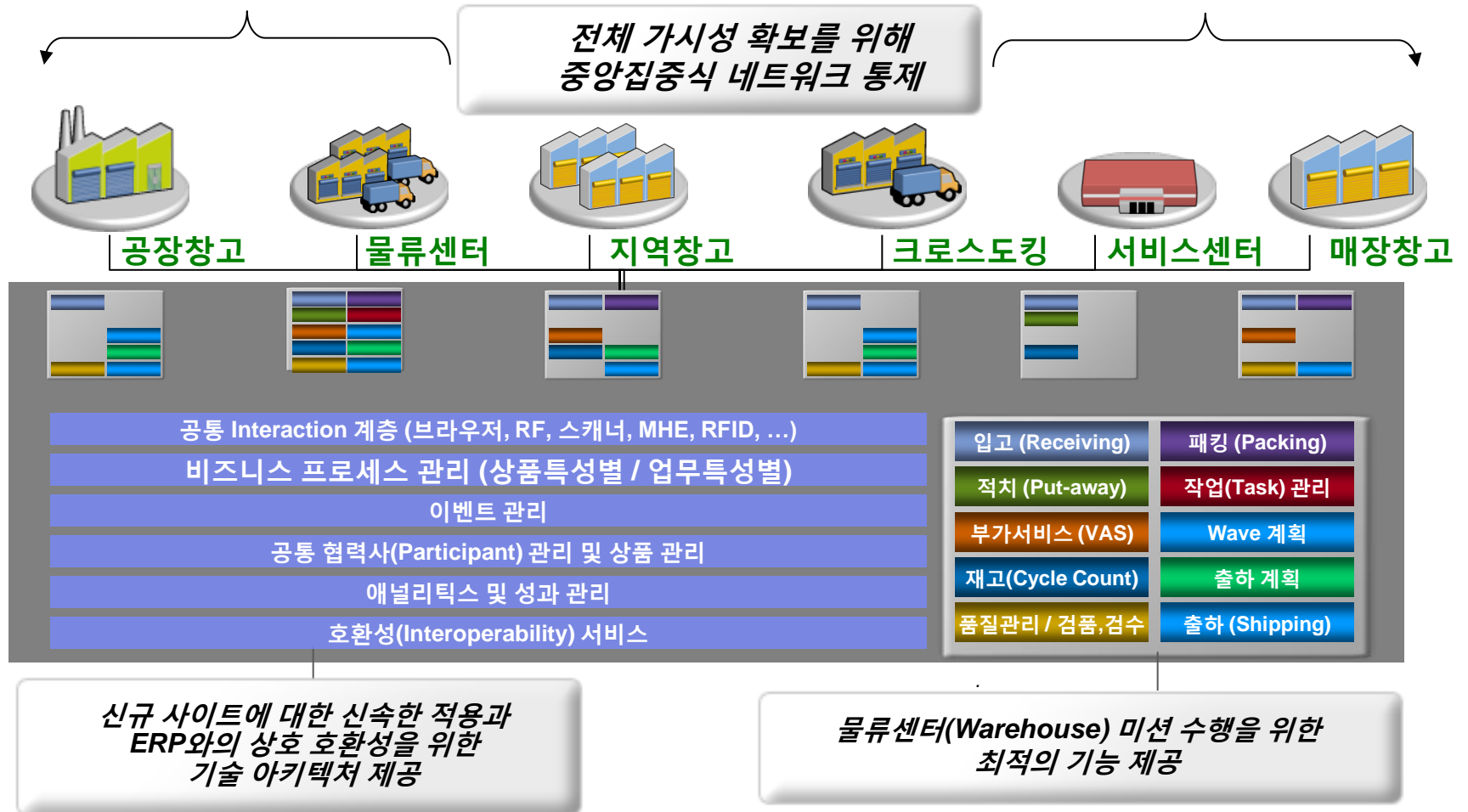
- 일관성 있는 반품(Return) 프로세스를 통해 고객 충성도 및 재고 활용도 증진

## 회수물류 체계화 및 자동화



복잡한 회수 물류 환경에 대해  
Workflow 및 Component 방식으로 신속한 대응  
→ 고객의 쇼핑경험 증진

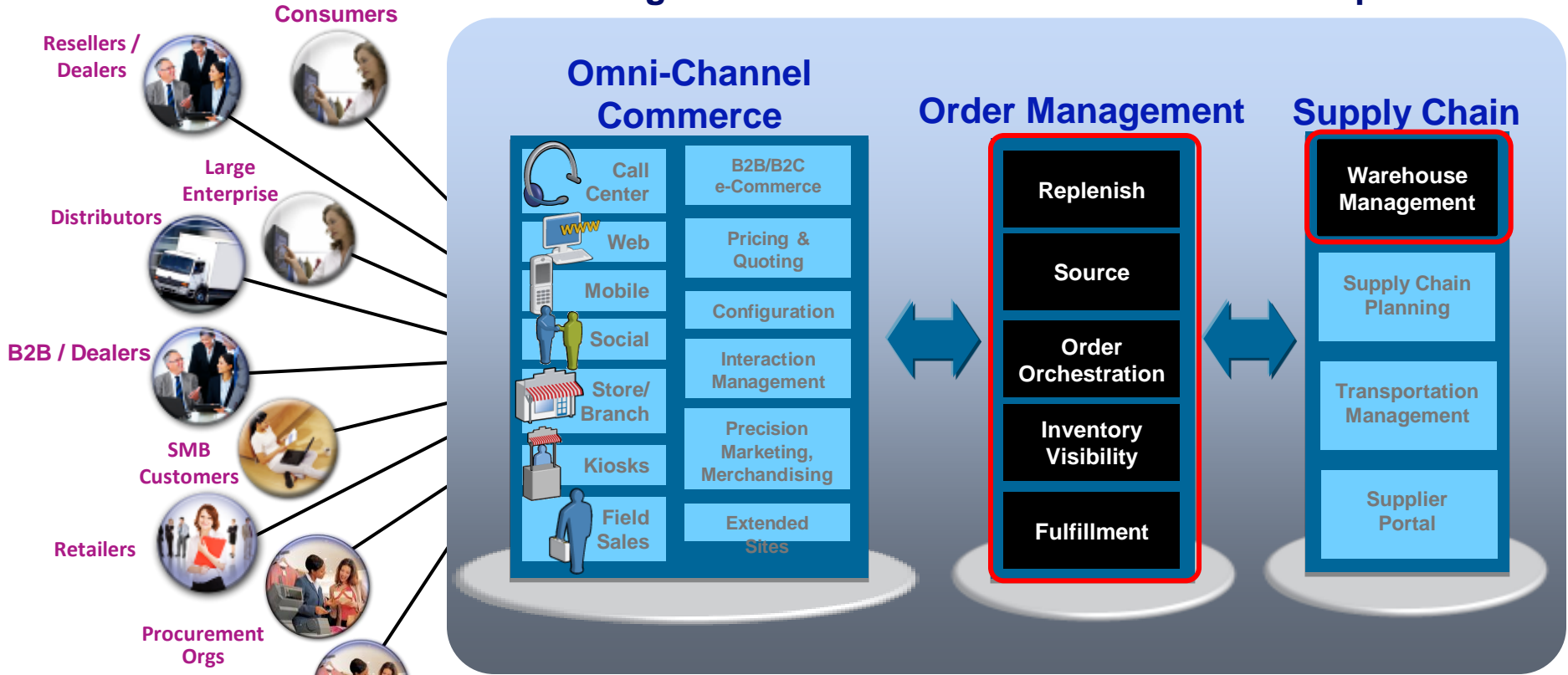
e-Commerce 비즈니스를 위해 네트워크 상에 존재하는 **다수의 물류창고에 대해 모든 업무를 통합적으로 연계하여 관리**하고, 재고 정보의 가시성을 고도화 하며 단일화된 재고를 관리하리라 기대됩니다.



\*MHE: Material Handling Equipment(하역기계)

e-Commerce를 위한 **IBM Sterling 솔루션**은 다양한 B2C 채널을 수용하고 주문을 통합 관리하며 재고 가시성을 제공하여 글로벌 전체로 확장이 용이한 **Omni-Channel Order Fulfillment 플랫폼**을 제공합니다.

Delivering a Seamless Omni-Channel Customer Experience

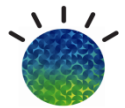


Smarter Commerce를 위한  
IBM Sterling Order Fulfillment (OMS) 솔루션



Omni-Channel Order Fulfillment를  
위한 차세대 전략 세미나

# 국내 e커머스 시장의 현주소 및 미래 비전 - 감사합니다.



Smarter**Commerce**

이용호 부장, IBM Korea SWG Industry Solutions  
yohlee@kr.ibm.com / 010-4995-6191

