

기획특집 (New Trend)

새로운 화두 'New Intelligence'

'새로운 지능' 부가한 IT 시스템, 경제 불황의 유일한 대안



IT가 발전할수록 한 가지 필연적으로 대두되는 문제는 바로 '정보 과잉'이다. 때문에 방대한 정보를 어떻게 활용해 생산성이나 효율성을 높여 비즈니스까지 창출 하느냐가 가장 큰 이슈로 떠올랐다. 특히 방대한 정보 중에서 추출 및 분석을 통해 실행 가능한 지식으로 변환하는 작업은 모든 기업의 숙제라고 할 수 있다. 전 세계를 뒤흔들고 있는 미국 발 금융위기가 금융 IT시스템만 제대로 갖춰졌었다면 사전 인지를 통해 예방은 가능했을 것이라는 게 IT 전문가들의 시각이다. 다시 말해 금융 IT시스템 안에 있는 각종 데이터를 정확하게 분석할 수 있는 '지능'이 있었다면 막을 수 있었다는 것이다. IT 시스템이 전 세계의 규모, 즉 글로벌로 묶여 하나의 시스템으로 맞물려 운영되고 있는 만큼 위험성은 더 커졌다. IBM은 이런 위험성을 제거할 수 있는 해결책으로 'New Intelligence'를 제시하고 있다. 즉 '새로운 지능'을 부가한 IT 시스템은 금융위기 같은 상황은 발생하지 않을 뿐만 아니라 경제 불황도 극복해 낼 수 있다는 것이다. 방대한 양의 데이터 중에서 필요한 정보만을 수집하고 분석해 현상을 정확히 이해하고 미래를 예측할 수 있는 통찰력으로 재탄생시킨 '정보'가 'New Intelligence'라는 것이다. 경제 불황 극복의 유일한 대안으로까지 떠오르고 있는 'New Intelligence'에 대해 집중 살펴본다. <편집자>

1부. New Intelligence란?

'새로운 지능' 부가한 IT 시스템
경제 불황의 유일한 대안으로 떠올라

2부. 구축 성공사례

- | | |
|-------------|----------------------------------|
| 1. 대신증권 | 차세대의 주역 'IBM 소프트웨어 솔루션' |
| 2. LG전자 | MDM 기반의 글로벌 데이터 통합 |
| 3. 동양종합금융증권 | 분석CRM '데이터 마트(Data Warehousing)' |
| 4. S전자 | 데이터 통합 및 품질관리 |
| 5. 농협 | 데이터 마이그레이션 |

3부. 똑똑한 정보, 똑똑한 의사결정을 위한 'InfoSphere'

- Information Server(전사 정보 통합관리 솔루션)
- MDM(Master Data Management, 기존 정보 통합 솔루션)
- DatawareHouse(통합 데이터 저장소)
- Industry Model(은행, 증권, 보험, 의료, 통신, 도소매)

1부

New Intelligence란?

‘새로운 지능’ 부가한 IT 시스템, 경제 불황의 유일한 대안으로 떠올라

IOD를 뒷받침하는 새로운 화두

지난 해 우리는 세계적인 금융사들의 붕괴를 지켜보며 잘못된 예측이 얼마나 큰 위험을 초래하는지 목격하고 경험도 하고 있다. 미국 발 금융 위기는 우리에게 또 다른 인식을 깨닫게도 했다.

즉, 전 세계가 하나로 맞물려 움직이고 있어 어느 한 지역에서 문제가 발생하면 다른 지역으로까지 확산되는 도미노 현상과 매일 같이 쏟아내는 막대한 데이터의 양에 대한 통솔력 부족이라는 것이다.

따라서 글로벌 기업은 상황을 정확하게 인식하고, 예측할 수 있는 새로운 형태의 인텔리전스(지능) 시스템을 반드시 갖춰야 할 필요성이 있다. 또한 경제 불황 극복이라는 현실적인 문제를 안고 있는 기업들 역시 인텔리전스를 통해 미래 나아가야 할 방향을 정확하게 설정할 수 있다.

다시 말해 기업들은 신뢰할 만한 정보의 활용을 통해 비즈니스를 최적화하는 지능적인 대응에 더 많은 노력을 기울여야만 하는 것이다.

미 IBM은 이에 대한 해결책으로 ‘New Intelligence’를 제시하고 있다. 즉, IBM은 기존 IT시스템에 ‘새로운 지능’을 부가한다면 금융위기 같은 사건은 발생하지 않을 뿐만 아니라 적어도 사전 예방은 가능하다는 것이다. 더 나아가 경제 불황 극복이라는 현실적인 문제까지도 해결할 수 있다는 것이다.

‘New Intelligence’는 한 마디로 IOD(Information On Demand)를 뒷받침하는 새로운 화두라고 할 수 있다. 즉 고객들이 비즈니스를 제대로 창출할 수 있도록 기업이 추구하고자 하는 목표를 정확하게 세팅하고, 이를 달성할 수 있도록 IBM이 갖추고 있는 경험과 노하우, 기술, 그리고 각종 솔루션 등을 중

합적으로 제공해 준다는 것이다.

다시 말해 IBM은 고객들과 함께 컨설팅에서부터 나아가고자 하는 방향과 목표를 설정하고, 구축하며, 비즈니스 창출에 이르기까지 처음부터 끝까지 고객들이 원하는 모든 서비스를 제공해 준다는 것이다.

고객이 원하는 모든 솔루션 제공 위한 전략

IBM은 이미 이 같은 토털 솔루션을 제공해 주기 위해 지난 수년 동안 수백억 달러를 투자, 관련 솔루션들을 확보하는가 하면 기술 개발 및 경험을 쌓아왔다.

예를 들어 지난해 3월 계정 및 액세스 관리 솔루션 분야의 최고 회사인 인센추에이트사를 인수, 이 회사의 대표적인 솔루션인 싱글사인온을 자사의 티볼리사업부에 통합시켰다. 또한 2월에는 비즈니스 이벤트 솔루션 업체인 애플소프트사를 인수해 웹스피어 조직으로 통합시켰다. 2007년 11월에는 성과관리 솔루션 기업인 코그노스를 인수해 정보관리(Information Management) 조직으로 통합시켰다. 이밖에 웹다이얼로그, 프린스턴소프트텍, 데이터미러, 텔레로직, 위치파이어 등도 인수했다. 2006년에도 콘텐츠 및 BPM 전문업체인 파일네트 등을 비롯해 10여개의 솔루션 기업들을 인수했다.

IBM이 이처럼 관련 솔루션 기업들을 확보한 것은 고객들이 원하는 모든 솔루션을 제공해 주기 위한 것이라고 할 수 있다. IBM처럼 고객이 원하는 솔루션과 기술, 경험 및 노하우를 갖춘 IT 기업은 감히 없다고 말할 수 있다. 한 마디로 IBM은 ‘New Intelligence’를 구현시키기 위한 모든 준비를 끝낸 것이다. IBM은 ‘New Intelligence’를 통해 ‘똑똑한 지구(Smart Planet)’, 즉 전 세계를 뒤흔든 금융 위기 같은 상황을 미연에 방지해 그야말



로 똑똑한 지구를 만든다는 것이다.

글로벌 경기침체로 어려움을 겪고 있는 고객들이 현 상황을 슬기롭게 잘 극복하고, 새로운 도약의 발판을 마련할 수 있도록 적극 지원해 준다는 것이다.

똑똑한 지구 만들기 위한 방법

특히, 고객들이 효율성을 극대화하고 비용은 절감할 수 있는 똑똑한 소프트웨어 솔루션들을 제공해 경쟁력 있는 비즈니스 체계를 갖추고 글로벌 통합 기업 환경에 대응할 수 있는 역량을 강화함으로써 국내 기업들이 침체된 경기 상황을 기회로 전환 시키는데 최고의 파트너가 된다는 것이다.

IBM은 New Intelligence, Smart work, Dynamic Infrastructure, Green IT 등의 실현을 지원함으로써 고객과 세상이 똑똑한 지구가 될 수 있도록 그 책임과 역할을 다 한다는 것이다.

New Intelligence는 Information Agenda를 통해, Smart work(협업 모델)는 로터스(Lotus), Dynamic Infrastructure는 인프라 관리 솔루션인 티볼리(Tivoli) 등을 통해 구현한다는 것이다.

이 가운데 IBM이 제시하는 New Intelligence는 IOD(Information On Demand)를 뒷받침하는 새로운 화두라고도 할 수 있다. New Intelligence는 그 동안의 영업방식과는 접근부터가 근본적으로 다르다.

즉 지금까지의 영업 방식은 고객이 필요로 하는 하드웨어나 솔루션들을 단품 위주로 제안하거나 컨설팅을 통해 제시한 반면 New Intelligence는 처음부터 고객과 함께 고객이 비즈니스를 제대로 창출할 수 있도록 목표를 정확하게 세팅하고, 이를

달성할 수 있도록 IBM이 갖추고 있는 경험 기술, 그리고 각종 솔루션을 제시해 주고 수익까지도 창출해 주는 것이다. 필요할 경우 경쟁사 솔루션도 제공해 준다는 것이다.

‘뉴 인텔리전스’는 한마디로 고객이 네모를 원하면 네모를, 세모를 원하면 세모를 만들어 주는 등 고객의 필요에 즉각 응답할 수 있는 비즈니스 지원 시스템이라고 할 수 있고, 이를 통해 오늘날 불황을 겪고 있는 거의 모든 기업들이 직면한 과제인 ▲경영 혁신 ▲예산절감 ▲효율적인 기업운영 등을 잘 할 수 있도록 도와주는 것이라고 할 수 있다.

핵심은 ‘정보의 가치 창출’

그렇다면 뉴 인텔리전스에 대한 수요를 이끌어내는 시장의 동력은 무엇일까?

결론부터 말한다면 △디지털 데이터의 양 △정보의 다양성과 이질성 △의사결정 속도 △분석 대상 및 분석 기법의 변화 등 4가지로 압축될 수 있다. 이를 좀 더 상세히 살펴보면 다음과 같다.

디지털 데이터의 양의 경우 최종 사용자들이 사용하는 기기, 센서, 작동장치들이 다양해지면서 데이터의 속성도 변하고 있다. 데이터의 양과 네트워크 대역폭이 향후 3년간 10배 정도 증가할 것으로 예상되고 있다. 현재, 미국 소재 모든 도서관의 정보량의 8배에 달하는 15페타바이트(Petabyte)의 새로운 정보가 매일 쏟아져 나오고 있다. 2010년 디지털 정보의 양은 태양에서 명왕성까지 왕복할 수 있을 정도로 쌓인 책의 정보량과 같은 양인 988엑사바이트(Exabyte)가 될 것이라고 한다.

정보의 출처와 생성되는 데이터가 다양해지면서 과장과 오류가 있는 데이터도 발생하게 된다. 그러나 실시간으로 사업 결

기획특집 1부. New Intelligence란?

정에 필요한 의미 있는 정보만 걸러낼 시간이 부족하다. 그 결과 현재 이메일을 통한 사업 결정은 일부 경영자의 의견이나 법무 및 컴플라이언스 관련 담당자에 의존하고 있는 게 현실이다.

비즈니스는 의사결정의 최적화, 양질의 정보에 따른 실행, 고도의 예측 가능한 기능 활용 등 다양한 시장의 요구를 받지만, 무엇보다 속도와 효율성을 갖춰야 한다. 이에 비해 현재 정보를 다루는 직업의 사람들은 매주 이메일을 읽고 답하는데 14.5시간, 문서 작업에 13.3시간, 정보 검색에 9.6시간, 정보 분석에 9.5시간을 허비하고 있다고 한다. 그리고 사무직 직원 1천 명 당 다른 애플리케이션 적용을 위해 정보의 포맷을 변환하는데 연간 평균 570만 달러를 낭비하고 있다고 한다.

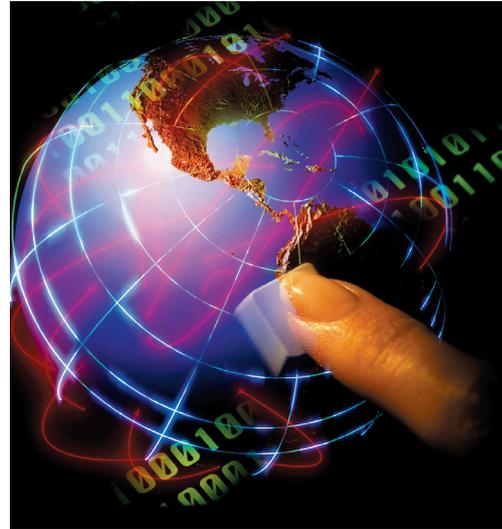
따라서 이러한 방대한 데이터를 제대로 분석하는 것이 무엇보다 중요하다고 할 수 있다. 원래 분석의 대상은 항공사 직원 스케줄과 같이 독립된 한 가지의 사업 프로세스나 활동이었다.

방대한 데이터 분석이 가장 중요

그러나 이제는 검사 및 최적화하려는 대상에 폭넓은 시각과 시스템에 기반을 둔 접근을 해야 한다. 그러므로 항공사 직원 스케줄의 경우, 날씨 패턴, 비행기 연료 가격, 마케팅 프로모션 등과 함께 고려되어야 한다. 즉, 오늘날의 기업은 정보를 조사하고 최적화하기 위해 보다 광범위하고 체계적인 접근방식을 이용하여 보다 지능적인 선택을 해야만 한다.

산재된 데이터를 하나로 모아 분석함으로써 데이터 센터의 에너지, 공간 등에 투입되는 비용이 절감된다. 정보 검색 시간이 단축되어 실시간 검색이 가능해짐에 따라 시장의 요구에 즉각 대응할 수 있고, 정보 활용의 효율성을 높일 수 있다. 정제된 정보로 성과 예측과 통찰력으로 비즈니스 최적화를 이룰 수 있다.

일부 기업과 기관들은 이미 정보관리와 예측의 중요성을 체감하고 '뉴 인텔리전스'를 구현하기 위한 접근 전략을 채택하기 시작했다. 보험사들은 수많은 보험 청구권에서 일정한 패턴을 찾아 보험사기를 판별하고, 경찰은 관찰한 모든 내용과 거리에서 수집된 정보를 종합하여 범죄의 일정한 패턴을 찾고 있다. 유통기업들은 재고 목록과 날씨 정보를 분석하여 소비자의 구매 패턴을 파악하고 이를 토대로 재고 시스템과 배송 시스템을 최적화하고 있다.



정보 활용 방법론은 'Information Agenda'

이 밖에도 정보를 활용한 지능형 기업으로의 변모는 생명보험, 유통, 공공 등 다양한 산업 영역에서 가치를 창출하면서 지속가능한 성장을 이룰 기반을 구축하고 있다.

IBM은 이러한 정보를 활용할 수 있는 거대한 프로세스를 이루는 총체적인 솔루션들을 제공하고 있다. 특히 '뉴 인텔리전스'를 실현하기 위한 구체적인 방안인 '인포메이션 아젠다 (Information Agenda)'를 위해 IBM은 지난 4년간 100억 달러 이상의 투자와, 전사적으로 3만5천여 명의 직원들을 투입하는 등 대대적인 노력을 쏟아 왔다. 기업에게 다른 어떤 벤더도 제공할 수 없는 차별화된 접근방안을 제시해 오고 있는 것이다.

인포메이션 아젠다는 IBM이 축적한 풍부한 산업별 경험과 지식을 컨설팅, 비즈니스 솔루션, 소프트웨어 테크놀로지, 데이터 모델 및 블루프린트 등에 흡수하여 각 산업군에 최적화된 형태로 개발한 정보 활용 전략 방법론이다. 좀 더 쉽게 정리하면 고객이 정보를 새로운 지능(New Intelligence)으로 변화시킴으로써 더 똑똑한 조직으로 거듭나기 위해 필요한 검증된 방법론이다. 이를 통해 기업은 전체 조직을 변화시킬 수 있는 정보의 가치 창출은 물론 비즈니스 목표 달성에 한 발 더 다가갈 수 있는 인프라를 세울 수 있게 된다.

2부 구축 성공사례

대신증권 '차세대 시스템'



금융권 최초로 J2EE 아키텍처 채택, '속도 떨어진다'는 속설 깨 애플리케이션 개발 지원 및 데이터 관리 솔루션 등은 'IBM' 선택

대신증권 차세대 시스템이 성공적으로 구축됐다. 구축 시작 21개월만이다. 대신증권 차세대 시스템은 시작부터 '무모한 시도'라는 관련 업계의 우려로 세간의 관심을 집중시킨 바 있다. 대신증권은 다른 금융기관들이 시도하지 않는 길, 즉 속도를 절대적으로 중요시 하는 증권 업무에 맞지 않는다는 'J2EE 아키텍처'를 선택했고, 또한 빅뱅 방식으로 프로젝트를 추진했기 때문이다. 또한 대신증권은 주문 체결 업무의 속도 향상을 위해 독자 개발한 미들웨어 솔루션인 'INFOWAY'를 적극 활용했다. 특히 증권업계 최초로 주문·체결 업무를 제외한 전체 업무를 J2EE 환경에서 애플리케이션 개발을 지원 하는 솔루션과 데이터 추출 및 복제 솔루션 등을 모두 IBM 제품으로 선택, 성공적으로 운영하고 있다. IBM 제품을 도입한 것은 다른 경쟁사 제품들과 함께 BMT를 통한 검증과정을 거쳐 가장 우수한 것으로 평가됐기 때문이라고 한다. 금융업계의 화제로 떠오른 대신증권 차세대 시스템 구축 성공사례 현장을 직접 가본다. 서영태 기자sytt1207@itdaily.kr

무한경쟁시대 대응 위한 전략

대신증권은 2006년 20여 년 동안 사용해 오던 전체 IT 시스템을 전면 재구축하기로 결정했다. 올 2월부터 시행되기 시작한 자본시장법에 따른 대외 경쟁력 강화 전략이었다. 당시 자본시장법이 시행되면 선진 금융기관들과의 무한 경쟁시대가 펼쳐질 것이 불을 보듯 뻔했기 때문이었다.

무한경쟁 시대를 맞이하여 대신증권은 대형 투자은행 실현이라는 기업비전을 달성하고, 핵심 영업 및 서비스 경쟁력을 제고하며, IT 운영의 최적화와 효율화를 기하기 위해 체계적이고 종합적인 차세대 시스템(GIANT : Global Investment & New Trust 프로젝트를)을 구축하기로 결정한 것이다.

즉, 대신증권은 미래 전략적 방향에 맞춰 프로세스와 IT인프라를 획기적으로 개선하고, 향후 대신의 위상과 역할, 정신에 맞는 글로벌 IT 표준을 마련해 나갈 수 있는 기반을 마련하자는

것이였다. 더 나아가 GIANT 프로젝트를 통해 비즈니스와 IT의 근본적인 변혁을 추구해 새로운 도약의 전기도 마련해 보자는 것이였다.

대신증권은 이에 따라 2006년 말부터 2007년 초까지 한국 IBM의 컨설팅에 이어 액센츄어의 컨설팅을 통해 프로젝트 진행 방향을 설정했다. 본격 추진은 2007년 7월말부터 2009년 5월까지 진행했다. 한국 IBM을 프로젝트 관리자(PMO)로 선정했고, SK C&C를 차세대구축사업자로, 그리고 액센츄어를 RMS 구축사업자로 각각 선정해 진행했다.

유연성, 신속성, 확장성에 초점

대신증권은 차세대 시스템 프로젝트를 시스템의 유연성과 신속성, 확장성에 초점을 맞췄다. 이를 위해 전체 시스템 중 한 부분만을 개발하는 프로젝트가 아니라, Core시스템, 클라이언

기획특집 2부. 구축 성공사례

트-서버(Client-Server) 기반의 엔터프라이즈 포털(EP, Enterprise Portal), 엔터프라이즈 애플리케이션 통합(EAI), 멀티 채널 게이트웨이(MCG), 리스크 관리(RM) 등에 이르는 전체 시스템을 구축하는 빅뱅 방식의 프로젝트로 진행한 것이다.

대신증권은 하드웨어는 확장성이나 유연성에 초점을 맞춰 유닉스 서버를 선택했고, 소프트웨어는 자체적인 기술검증(POC) 및 성능시험(BMT)을 통해 자사 플랫폼에 최적화되고, 최상의 성능을 보인 솔루션만을 선정했다고 한다.

또한 기술검증 및 성능시험 시에는 차세대 시스템에서 목표로 하는 주문속도와 안정성 등을 최우선 목표로 하여 평가위원회를 구성해 공정하고 객관적인 평가를 통해 선택했다고 한다.

평가위원회의 평가결과는 차세대시스템에 성능결과로 보여지기 때문에 평가위원들은 사명감과 자부심을 갖고 솔루션을 선택했다고 한다.

아무튼 대신증권은 특히 증권업계 최초로 주문·체결 업무를 제외한 전체 업무를 J2EE 환경에서 애플리케이션 개발을 지원하는 솔루션과 데이터 추출 및 복제 솔루션 등을 모두 IBM 제품을 선택했다.

SW 솔루션은 IBM 선택

즉, WAS로는 웹스피어(WebSphere), 프레임워크로는 네피스(NeFSS), 그리고 애플리케이션 개발을 지원하는 솔루션으로는 ▲개발 툴인 RSA ▲사용자들이 사용할 수 있도록 배포하는 솔루션인 빌드포지(Buildforge) ▲변화되는 개발 소스를 관리해주는 형상관리 솔루션인 클리어 케이스(Clear Case) 등을 선택했다. 또한 데이터 추출 솔루션인 데이터 스테이지(Data Stage)와 데이터 복제 솔루션인 데이터 미러(Data Mirror) 등의 데이터 관리 솔루션도 IBM 제품을 선택했다.

이밖에 데이터 저장고인 DB2, 시스템 모니터링 솔루션인 티볼리(Tivoli), 그리고 차세대 시스템 구축과 동시에 도입한 전자결제시스템인 도미노 등도 IBM 제품을 선택한 것이다.

한 마디로 대신증권은 소프트웨어 솔루션은 IBM 제품을 거의 선택했다고 할 수 있다. IBM 제품 도입 역시 다른 경쟁사 제품들과 함께 BMT를 통한 검증과정을 거쳤고, IBM 제품이 가장 우수한 것으로 평가됐다고 한다.

대신증권은 또 상품 팩토리(Factory)를 중심으로 유연한 애플

리케이션 체제를 구성함으로써 신상품의 개발과 업무요건의 변경에 훨씬 신속하게 대응할 수 있도록 했다. 기술적으로는 업무적 유연성을 지원 및 보장하기 위해 애플리케이션 프레임워크의 바탕에서 컴포넌트 구조를 갖춘 애플리케이션을 구현한 것이다.

독자 개발 솔루션인 'INFOWAY' 적극 활용

주문/체결 속도 향상을 위해 대신증권은 자체적으로 개발한 미들웨어 솔루션인 'INFOWAY'를 적극 활용했다. 그 결과 현재 대신증권의 차세대 시스템은 관련 업계의 다른 어떤 시스템보다 유연성이나 확장성, 그리고 속도 면에서 우수하다는 평가를 받고 있다.

대신증권이 독자 개발한 INFOWAY 솔루션은 20여 년 동안 축적한 경험과 노하우 등을 바탕으로 차세대시스템에 최적화시켰고, TPM(Transaction Processing Monitor)의 원천기술을 보유하고 있어 속도 및 성능을 유지할 수 있었다고 한다. 실제로 주문체결속도는 구축 이전에는 150mm/s였는데, 지금은 10~30mm/s로 3배 이상 빨라졌다고 한다.

일부 고객은 주문확인 창에 확인버튼을 누르기 전에 체결보고가 들어오는 것 같다고 표현할 정도로 주문체결처리 속도가 획기적으로 개선되었다고 한다.

유연성도 훨씬 좋아졌다. 즉 신규 상품을 개발하는 기간도 8주 정도에서 2주 또는 5주로 크게 단축시켰다. 다시 말해 상품을 분석하고 설계, 테스트, 판매에 이르기까지의 과정이 대폭 줄어 자본시장법 이후 다양하게 쏟아질 금융 신상품 개발에 적극적인 대응이 가능하게 됐다고 한다. 현재 대신증권이 상품 팩토리로 컴포넌트화 한 것은 약 500~600개 정도 된다고 한다.

'성공적'이라는 평가

대신증권 차세대 시스템은 또 내부사용자를 대상으로 적용한 EP(Enterprise Portal)시스템의 도입과 이지(Easy)계좌 개설 등 개선된 업무 프로세스로 인해 업무 처리 절차가 쉽고 간편해졌다. 또한 EAI(Enterprise Application Interface) 및 MCG(Multi Channel Gateway) 도입으로 다양한 채널 및 인터페이스에 대한 일관되면서도 유연한 처리가 가능하고, EDW(Enterprise Database Warehouse)를 중심으로 한 정보 업무는 다양하고 광대한 정보를 간편하고 신속하게 처리하여 정

규보고서뿐만 아니라 비정규적인 보고서도 현업 담당자가 직접 조회 및 처리할 수 있게 되었다.

그리고 고객의 경우, 차세대 시스템을 통해 주식, 채권, ELW에서부터 수익증권, CD, CP, RP(환매조건부채권)까지 다양한 금융상품을 하나의 상품으로 통합한 종합투자상품을 제공함으로써 고객이 하나의 상품 내에서 다양한 유가증권을 투자할 수 있게 하여 투자의 편리성을 향상시켰다.

또한 자금 이체/입출금 서비스를 24시간 365일 서비스로 확대하여 고객은 시간제한 없이 이용할 수 있게 되었고, 계좌 개설

시에는 고객이 원하는 계좌번호를 선택할 수 있고 평생계좌번호가 부여되어 계좌번호 변경 및 카드 재발급 없이 거래지점을 변경할 수 있게 됐다.

한편, 대신증권의 차세대 시스템은 지난 5월 4일 개통된 이후 2개월여 밖에 안 돼 아직 이렇다 할 평가를 내리기에는 다소 이르다. 하지만 아무도 가지 않는 길을 선택, 대신증권이 당초 목표로 했던 확장성, 유연성, 신속성이라는 세 가지 큰 목표를 성공적으로 달성했다는 데는 높은 평가를 충분히 받을 만하다는 게 관련 업계의 공통된 시각이다.

인터뷰

“무한경쟁 시대에는 유연성과 신속성, 확장성이 가장 중요”



김병철 대신증권 CIO(상무)

김병철 CIO는 대신증권 차세대 시스템 구축을 성공적으로 이끌어난 핵심 인물이다. “무모한 시도”라는 주변의 따기운 시선과 내부의 우려 등을 말끔히 씻어낸 장본인이다. 그 동안의 과정을 몇 가지 짚어 봤다.

차세대 시스템 구축 배경 및 초점.

▶2009년 2월 시행된 자본시장법은 금융시장에 다양한 변화를 몰고 올 것으로 예상했다. 특히 자본시장법의 시행으로 인해 금융 빅뱅이 올 가능성이 높고, 각 금융권은 국내 금융기관뿐만 아니라 선진 금융기관과도 치열한 경쟁을 하게 될 것이다.

한 마디로 글로벌 무한경쟁 시대에 접어들었다고 할 수 있다. 대신증권은 이에 따라 대형 투자은행 실현이라는 기업비전을 달성하고, 당사의 핵심 영업 및 서비스 경쟁력을 제고하며, IT 운영의 최적화와 효율화를 기하기 위해 체계적이고 종합적인 대신증권 차세대 시스템 (GIANT : Global Investment & New Trust 프로젝트)을 구축하기로 했다.

글로벌 IT 표준을 마련해 나갈 수 있는 기반을 마련, 비즈니스와 IT의 근본적인 변혁을 추구하게 됨으로써 새로운 도약을 위한 전기를 마련하지는 것이었다.

차세대 시스템 프로젝트는 시스템의 유연성과 신속성, 확장성에 초점을 맞췄다. 이를 위해 전체 시스템 중 한 부문만을 개발하는 프로젝트가 아니라 Core시스템, 클라이언트-서버 기반의 EP, EAI, MCG, RM 등에 이르는 전체 시스템을 구축하는 빅뱅 방식의 프로젝트로 진행했다.

가장 어려웠던 일과 보람이라면.

▶프로젝트 시작 당시 외부의 소문은 대신이 무모한 시도를 한다는 내용이 대부분이었다. 심지어 ‘J2EE는 속도를 요하는 증권 업무에 맞지 않다’라고 공공연히 평가하는 사람조차 있었다. 하지만 내부적으로 각 플랫폼의 핵심 업무에 대한 POC를 통해 속도에 대한 확신을 가졌고, 프로토타이핑을 통하여 충분한 구현가능성을 검증했다. 물론 예상치 못한 문제도 적지 않았다. 그 동안 자체 개발을 주로 하였던 대신증권 직원은 SI와 서로의 역할에 대해 자리

기획특집 2부. 구축 성공사례

매김을 하는데 혼란이 있었고, 투입된 개발자들이 정의한 J2EE 아키텍처를 충분히 이해하고, 개발 환경이 내재화되기까지의 시간이 예상보다 길었다는 점이다.

가장 큰 보람은 “대신이 하면 다르다”라는 평가를 다시 이끌어냈다는 점이다. 많은 사람이 “어렵다”라고 생각했지만, 대신증권은 하나의 목표를 위해 일치단결해 갖고 있는 모든 역량을 차세대 시스템 프로젝트에 쏟아 부었고, 그 결과 성공적인 오픈을 했다.

이런 대신증권의 단결, 집중하는 능력이 향후 다른 프로젝트나 일상적인 업무에 적용될 때 그 어떤 어려움이 있더라도 모든 것을 극복하고 성공적으로 이끌어 갈 수 있다는 자신감을 가질 수 있게 됐다.

소프트웨어 솔루션으로 거의 모두 IBM 제품을 선택했는데, 특별한 이유라도 있는가.

▶특별한 이유는 없다. 기본적으로 대신증권은 이번 차세대 시스템 구축을 추진하면서 하드웨어나 소프트웨어를 사전 검증을 통해 선택했음을 분명히 밝혀 두고 싶다. BMT를 거쳐 가장 우수한 것으로 평가됐기 때문에 IBM 솔루션을 도입한 것이다.

구축 후 당초 계획과 무엇이 달라졌는지요.

▶정량적인 효과와 정성적인 효과로 나누어서 간략히 말씀 드리면 다음과 같다.

우선 정량적인 효과를 보면, 가장 우선 주문/체결 속도개선을 이야기할 수 있다. 대신증권 자체 개발한 주문 INFOWAY를 이용한 주문시스템은 주문 처리속도가 기존 대비 2배 이상, 체결 처리속도는 3배 이상 향상됐다. 일부 고객은 주문확인 창에 확인버튼을 누르기 전에 체결보고가 들어오는 것 같다고 표현할 정도로 주문체결처리 속도가 획기적으로 개선됐다.

그리고 신규상품개발을 할 경우 기존에는 분석, 설계, 구축 및 테스트 기간이 통상 8주였는데, 상품 팩토리를 이용할 경우 2주 내지 5주로 개발기간이 단축되었다. 이로 인해 자본시장법 이후 다양하게 쏟아질 금융 신상품 개발에 적극적인 대응이 가능하게 됐다.

정성적인 효과를 보면 내부사용자를 대상으로 적용한 EP시스템의 도입과 이지계좌 개설 등 개선된 업무프로세스로 인해 업무 처리 절차가 쉽고 간편해졌다. 또한 EAI 및 MCG의 도입으로 다양한 채널 및 인터페이스에 대한 일관되면서도 유연한 처리가 가능하고, EDW를 중심으로 한 정보업무는 다양하고 광대한 정보를 간편하고 신속하게 처리하여 정규 보고서뿐만 아니라 비정규적인 보고서도

현업 담당자가 직접 조회 및 처리할 수 있게 됐다.

그리고 고객의 경우, 차세대 시스템을 통해 주식, 채권, ELW에서부터 수익증권, CD, CP, RP까지 다양한 금융상품을 하나의 상품으로 통합한 종합투자상품을 제공함으로써 고객이 하나의 상품 내에서 다양한 유가증권을 투자할 수 있게 하여 투자의 편리상성을 향상시켰다.

또한 자금 이체/입출금 서비스를 24시간 365일 서비스로 확대하여 고객은 시간제한 없이 이용할 수 있게 되었고, 계좌 개설 시에는 고객이 원하는 계좌번호를 선택할 수 있고 평생계좌번호가 부여되어 계좌번호 변경 및 카드 재발급 없이 거래지점을 변경 할 수 있다.

타 전산실에 조연이나 충고가 있다면.

▶철저한 준비과정 및 계획을 가지고 차세대 프로젝트를 수행하거나 준비하고 있을 것이기 때문에 조언을 한다는 것은 매우 조심스럽다. 다만, 먼저 차세대 프로젝트를 완료한 경험에 비추어 한 말씀 드리자면 첫 째, 차세대시스템 개발목적을 명확히 하여야 한다. 둘째, 직원과 SI수행사 간 유기적인 협조체계가 프로젝트 시작단계부터 가동시점까지 지속되어야 한다. 셋 째, SI수행사의 기술력과 당사 직원들의 업무지식을 빠른 시일 내에 융합시켜 개발생산성을 극대화시킬 수 있도록 프로젝트를 관리하여야 한다.

향후 정보시스템의 방향은.

▶글로벌 레벨의 IB를 지원할 수 있는 정보시스템으로 가야만 한다고 본다. 글로벌 IB 시스템은 단순히 브로커리지 업무만 충족시켜서는 안 되며, FI, M&A, 자산유동화 등 다양한 업무를 지원할 수 있어야 한다.

또한 IFRS 적용 개발, AML(자금세탁방지) 시스템 구축, 새로운 리스크 관리 시스템 구축 등 회사의 투명성을 확보하고 리스크 관리를 명확하게 할 수 있는 선진화된 금융리스크관리 시스템을 구축하여야 한다.

그리고 올 초 자본시장법이 통과되면서 다양한 상품의 개발이 가능해졌다. 이제 정보 시스템은 증권, 채권뿐만 아니라 다양한 파생상품을 지원할 수 있어야 한다. 유연한 애플리케이션 체제를 바탕으로 신상품의 개발과 업무 요건의 변경에 신속하게 대응할 수 있어야 하며 기술적으로도 업무적 유연성을 지원할 수 있어야 한다.

향후 차세대 시스템 고도화 작업을 통해 더 효율적인 시스템을 만들어 나갈 계획이다.

LG전자 'MDM 기반의 글로벌 데이터 통합'



기존 정보관리는 글로벌 데이터 통합의 '척추'

LG전자는 글로벌 기업이다. 때문에 IT 시스템은 한 몸처럼 운영 관리되어야만 한다는 게 기본 방침이다. 즉 LG전자는 'Global Single Instance(GSI)' 라는 캐치프레이즈를 내 걸고 유럽, 미주, 아태 지역 등 전 세계 84개 법인 전체의 데이터를 생성, 수집, 관리할 수 있는 단일 시스템을 구축하고 있다. 단일 시스템의 근간은 Master Data Management(MDM)라는 솔루션을 활용했다. LG전자는 지난달 말 현재까지 부품, 제품 등 총 15개의 마스터 데이터를 수립하고, 이를 기반으로 ERP, DW, SCM, PDM, PSI 환경을 구현하고 있다. 2010년 하반기면 LG전자의 경영 혁신을 가능하게 할 Global Single Instance 아젠다가 완성되는 것이다. 류한주 객원기자

LG전자는 1958년 국내 최초의 라디오 개발에서 출발한 이후 끊임없이 R&D와 디자인에 적극적으로 투자함으로써 현재는 전 세계 84개 법인, 8만 3000여 명의 임직원, 27조 원(2008년 기준)의 매출을 달성하는 글로벌 기업으로 성장했다.

'2010년 세계 3대 전자 정보통신 기업'이 되겠다는 구체적인 비전을 수립하고, 전 세계 시장에서 크게 5개 부문의 사업을 추진하고 있다. 모바일 커뮤니케이션즈(CYON)와 홈 엔터테인먼트(XCANVAS), 홈 어플라이언스(DIOS, TROMM), 에어컨 디셔닝(WHISEN), 비즈니스 솔루션 사업 등이 그것으로, 각 분야에서 세계 시장을 선도하며 미래를 향한 꾸준한 도전을 지속하고 있다.

글로벌 기업에 적합한 데이터, 프로세스 통합 필요

전 세계 84개 생산법인과 판매 법인에서 8만 3,000명 이상의 임직원이 다양한 업무를 수행하고 있는 만큼 LG전자는 글로벌 기업에 적합한 일원화된 업무 체계 구현이 필요했다. 특히 데이터와 프로세스의 통합이 필수적이었다.

지역별, 법인별, 사업부 별로 부품 관련 정보는 물론 회계 처리, 재고 관리, 업무 시스템이나 프로세스 등이 모두 서로 달랐기 때문에 하나의 통합된 관리나 운영이 어려웠다. 법인 별로

ERP를 독자적으로 운영하고, 제품 번호도 영업 법인이나 생산 법인 마다 제각기 운영됐기 때문에 통합된 매출 관리나 재고 파악이 불가능했다. 따라서 공급망 관리와 생산 계획도 최적화하기가 어려웠다.

하지만 이러한 고민은 LG전자만 갖고 있는 것은 아니다. 대부분의 글로벌 기업이 정보나 프로세스 등의 통합에 어려움을 겪고 있고 이로 인한 중복 투자나 과잉 생산 등이 매출 향상과 비용 절감에 직접적인 악영향을 미치는 요소가 되고 있다. 특히 점차 전 세계적인 경쟁이 치열해지고 있는 만큼 이는 글로벌 기업들에게는 반드시 해결해야만 하는 요소가 되고 있다.

Global Single Instance 기초 아래 데이터 통합

LG전자는 이를 해결하기 위해 지난 2005년에 결단을 내렸다. 'Global Single Instance(GSI)' 라는 캐치프레이즈를 내 걸고 글로벌 환경 전체가 단일화된 흐름으로 데이터를 생성, 수집, 관리한다는 방침을 정한 것이다. 단일 시스템의 근간이 되는 것은 바로 Master Data Management(MDM)이다.

LG전자 정보전략팀 기준정보관리그룹 김영진 그룹장은 "아무리 체계적으로 글로벌 ERP, 글로벌 SCM, 글로벌 PDM을 만든다고 해도 부품, 제품, 공급망, 고객 등의 기준이 되는 정보

기획특집 2부. 구축 성공사례

가 통합 관리되지 않으면 실질적인 글로벌 통합 환경 구현이 불가능하다”면서 “글로벌한 IT 통합에 있어서 MDM 구현은 ‘척추’의 역할을 한다”고 강조한다.

특히 LG전자도 지난 2000년부터 전사 차원의 기준 정보(마스터 데이터)를 도출하고 이를 관리했으나, 이를 ‘강제’가 아닌 ‘권고’ 사항으로 정함에 따라 성공적인 기준 정보 통합 관리를 진행하지 못했던 경험이 있다.

이에 따라 LG전자는 글로벌 ERP 등 업무 시스템의 도입에 앞서 2005년부터 2007년까지, 약 2년에 걸쳐 마스터 데이터를 정의하고 도출하는데 투자했다. 우선 본사에 TFT로 있던 기준 정보관리팀을 기준정보관리그룹으로 승격해 전담 인력을 구성했으며 이들을 중심으로 마스터 데이터의 선정 요건과 원칙, 관리 기준 등을 정립했다.

MDM은 GSI 구현의 근간

우선 마스터 데이터 선정 원칙을 크게 5가지로 정했다. 업무 중요성과 공통성, 참조성이 높으면서 주요 선행 업무에 해당되고 트랜잭션 중심의 데이터가 아닌 것이 마스터 데이터의 요건이다.

이 기준 하에 LG전자는 전사 비즈니스 관련 데이터들을 수집, 분석했으며 이를 기반으로 Part, Model, Supplier, Customer, Maker 등 15개의 기준 정보를 수립했다. 이 기준 정보는 현재도 지속적으로 검증 과정을 거쳐 추가하고 있다.

LG전자는 MDM 구현을 위해 IBM의 컨설팅과 솔루션을 도입했다. 초기에 POC(Proof of Concept) 개념의 테스트를 진행하면서 기준정보관리그룹 외에 현업의 협업 담당자들이 직접 참여해 비교 분석을 수행했다. 그 결과 IBM의 MDM 솔루션이 가장 사용하기 편한 UI를 가지고 있다는 점에서 높은 점수를 받았다.

이러한 사용 편의성 때문인지 실제 마스터 데이터 통합 작업 기간을 크게 단축할 수 있었다.

당초 부품 마스터를 우선 적용하고 다른 마스터 데이터를 3~4단계로 나눠 적용할 예정이었고 이를 기반으로 잡은 일정은 2005년부터 2009년까지였다.

그러나 부품 마스터를 적용해본 뒤 적용이 그리 어렵지 않다는 판단 하에, 다른 마스터 데이터를 한꺼번에 적용하는 것으로

변경했다. 이로 인해 당초 계획한 일정보다 2년을 앞당겨 MDM 구축 프로젝트를 완료할 수 있었다.

부품, 모델 등 15개의 마스터 데이터 수립

이렇게 마스터 데이터를 수립한 LG전자는 이를 근간으로 Global Single Instance를 발 빠르게 실현하고 있다. 현재 LG전자의 Global Single Instance에 포함되는 것은 MDM을 기반으로 한 글로벌 ERP, 데이터웨어하우징, 글로벌 SCM, 글로벌 PDM, 글로벌 PSI(Production, Sales and Inventory) 등이다.

현재 이들의 개별 인프라는 모두 개발이 완료됐으며, 지난 2008년 1월에 한국의 5개 사업본부와 호주 법인에 대한 데이터 통합을 진행한 것을 시작으로, 순차적으로 적용을 확대해 현재까지 40개 해외 지사에 대한 통합이 이뤄졌다.

통합 과정은 기존의 데이터를 모두 수집한 뒤 중복 데이터를 제거하는 등의 ETL 과정을 거쳐 정제하고, 정제된 데이터를 통합 MDM 환경으로 마이그레이션하는 방식으로 이뤄졌다.

이러한 과정을 거쳐 LG전자는 2010년 하반기까지 84개 법인 전체에 대한 Global Single Instance가 모두 완성될 예정이다.

중복 개발과 투자비용 대폭 절감

전사 차원의 통합된 데이터 수집, 관리, 분석 체계를 마련함으로써 LG전자는 중복 개발과 중복 구매로 인한 투자를 감소할 수 있게 됐으며, 체계적인 정보 관리를 통해 데이터의 신뢰할만한 정확성을 확보함으로써 보다 빠른 현황 파악과 의사결정이 가능해졌다.

LG전자는 부품 분류 체계를 표준화함에 따라 기존의 160만 개이던 부품 체계를 50만 개로 줄일 수 있었다. 이는 기존에 중복 부품 수가 3배 이상이었음을 설명하는 것으로, 이에 대한 비용 절감 효과만 따져도 천문학적인 비용 절감을 기대할 수 있다.

실제 LG전자가 내부적으로 산출하는 부품 1개의 개발 비용은 260만원(2005년 기준)이다. 만약 1000개의 중복 부품을 발견함으로써 유사 부품을 없애고 중복 개발을 미연에 방지했다면 이는 비용적으로 26억 원의 비용 절감 효과를 산출할 수 있다.

전사 현황 파악 기간도 절반으로 단축

또한 지역별, 법인별 데이터 관리 시에는 데이터 통합이 이뤄지지 않아 전사적인 현황 파악이 매우 어려웠던 LG전자는 실제로 유럽 17개국에 대한 데이터 통합 과정 중에 약 30만 개의 불일치 데이터가 있음을 발견할 수 있었다. 데이터 표준화와 정제가 필요했던 이유가 여기에 있다.

이러한 데이터 정확성 확보를 통해 LG전자는 월 결산에 소요되는 시간을 1주일 단축했다. 기존엔 다섯 차례의 데이터 검증 작업을 거쳐 비즈니스 현황 데이터를 수집했었다. 이 과정이 단축됨에 따라 기존엔 전월 결산 보고서 작성이 매월 2주 차

에 이뤄졌다면, 현재는 매월 1주 차에 마무리가 된다.

이 외에도 통합 구매를 통한 원가 절감, 제품 개발 기간의 단축, 통합 자재 관리를 통한 효과적인 운영 관리와 빠른 의사 결정 등이 가능해졌다.

전사적인 표준화된 정보 체계를 수립하고, 이 수립된 체계에 맞춰 기존의 데이터를 정제, 통합하고 이를 지속적으로 관리하고자 하는 LG전자의 Global Single Instance 아젠다는 2010년 하반기에 모두 완성이 될 예정이다. LG전자의 경영 혁신과 비용 혁신을 통한 '2010년 세계 3대 전자, 정보통신 기업'으로의 성장과 비전 달성을 기대해본다.

인터뷰

MDM 구축, 데이터 관리의 '중착점 아닌 시작점'



김영진 LG전자 정보전략팀 기준정보관리그룹 그룹장

글로벌한 데이터 통합이 필요했던 이유는.

많은 기업이 글로벌 경영을 한다고 하지만, 해외 지사가 있다고 해서 그것이 글로벌 경영은 아니다.

전 세계 지사가 같은 정보를 같은 환경에서 보고, 관리해야 그야말로 글로벌 경영이 된다.

LG전자도 이러한 측면에서 고민이 있었다. 이러한 한계를 극복하기 위해 전사 차원의 데이터 통합을 고려하게 된 것이다.

그러면 LG전자를 포함한 많은 기업이 글로벌한 정보 관리와 통합을 실현하지 못하는 이유는.

데이터 통합은 전사 차원에서 일괄적으로 이뤄져야 한다. 이번에 LG전자가 전 세계 84개 전체 법인에 대한 데이터 통합을 진행할 수 있었던 것은 최상위 의사 결정권자들의 지원이 있었기 때문이다.

전사 차원의 전략으로, Top-down 방식으로 이뤄져야 실현이 가능하기 때문인 것 같다.

MDM 프로젝트를 진행하면서 가장 어려웠던 점은.

2008년 1월에 한국 내 5개 사업본부와 호주 법인에 대한 데이터 통합이 처음으로 진행됐다. 그런데 데이터 클리닝 시에 전수 검사를 하지 않아, 데이터에 오류가 발생했었다. 그때 매우 애를 먹었던 기억이 있다. 그 이후부터는 100% 전수 검사를 반드시 했다. 그 결과 현재 40개 법인에 대한 데이터 통합을 하는 동안 애러 없이 깔끔하게 오픈되고 있다.

MDM을 구현하려는 기업들이 늘고 있다. 조언을 한다면.

전사 차원의 IT 도입이 모두 그렇지만, MDM은 많은 부서가 협력을 해야 하기 때문에 그 어떤 것보다 의사 결정권자들의 지원과 관심이 중요하다. 또 데이터에 대한 클리닝 작업은 샘플링이 아닌, 100% 전수 검사로 진행해야 한다. 데이터 통합이 데이터 클리닝을 전제로 하는 작업이기 때문에 특히 중요하다. 마지막으로 MDM은 구축됐다고 끝이 아니라, 어찌 보면 구축 이후부터가 진짜 시작이다. 지속적인 데이터 클리닝을 통해 데이터 품질을 유지하는 것이 중요하다.

기획특집 2부. 구축 성공사례

동양종합금융증권 '분석CRM 데이터 마트 (Data Warehousing)'

CMA 1등 기업의 '차원이 다른' 고객 분석



동양종합금융증권은 CMA 가입자 수 기준 국내 1위의 증권사이다. 하지만 이에 그치지 않고, 자본시장통합법 시행을 계기로 170여 개의 지점망을 갖춘 최고의 종합자산관리 금융회사로의 도약을 앞두고 있다. 이를 위해 증권사 최초로 세분화된 고객 분석이 가능한 분석CRM 환경을 구축하고 맞춤형 타겟 마케팅을 강화하고 있다. 류한주 객원기자



1962년에 설립된 동양종합금융증권은 지난 2004년에 CMA 자산관리 통장을 국내 최초로 출시하면서 금융 업계에 파란을 일으킨 주인공이다. 필요할 때에 기대했던 것 이상의 가치를 향유할 수 있는 최적의 솔루션을 제공한다는 의미의 'Always there for you'라는 비전을 제시하는 동양종합금융증권은 현재 3,000여명의 임직원이 연 매출 6,500억 원(2009년 3월 기준)을 달성하는 대형 증권사로 성장하고 있다.

동양종합금융증권은 지난 2001년 12월 동양현대증권과 합병, 2005년 10월 동양오리온투자증권과의 합병함으로써 증권과 증금은 물론 투신 서비스 역량까지 갖춘 국내 유일의 종합자산관리 금융회사로 재탄생하게 됐다. 이를 기반으로 170여 개의 지점망을 갖추고 원-스톱 파이낸셜 서비스(One-Stop

Financial Service)를 제공하는 최고의 종합자산관리 금융회사로 도약하고 있다.

CMA 1등 기업에서, 종합자산관리 금융회사로의 도약

특히 2009년 2월부터 시행된 자본시장통합법(자통법)은 동양종합금융증권의 종합자산관리 금융회사로의 성장에 기폭제가 되고 있다. 자통법에 따라 기존의 은행과 증권사 간의 장벽이 무너짐으로써 증권사도 신용카드나 소액 결제 등 기존에는 행에서만 이뤄지던 금융 업무를 추진할 수 있게 됐다.

이러한 시장흐름의 변화에 대응하기 위해 동양종합금융증권은 지난해인 2008년에 증권사 가운데에서는 처음으로 데이터 웨어하우징(DW) 기반의 분석 CRM 환경을 갖췄다. 고객을 세

분화하고 고객 행동과 성향을 모니터링함으로써 각 고객에 최적화된 맞춤형 타겟 마케팅을 할 수 있는 기반을 마련한 것이다.

이를 위해 동양종합금융증권은 한국IBM의 컨설팅과 DW용 DBMS인 IBM InfoSphere, ETL 툴인 IBM Data Stage, BI(OLAP) 툴인 IBM 코그노스(Cognos) 등을 도입했다.

맞춤형 금융 상품 추천 위한 고객 분석 필요

동양종합투자증권이 보다 세분화된 타겟 마케팅의 필요성을 인식한 것은 2007년부터다. 동양종합금융증권은 현재 220만 명 이상의 CMA 가입자 수를 보유, 전체 CMA 시장의 40% 이상을 점유하고 있는 그야말로 CMA 1등 기업이다. 하지만 이에 안주하지 않고, CMA 가입자들의 편의성을 높이고, 이들에게 보다 적합한 맞춤형 금융 상품을 추천함으로써 종합 자산 관리 대상 고객으로 충성도를 높일 필요성을 인식했다.

이에 더해 자통법 시행 후에는 고객이 원하지 않는 상품을 추천하거나 무리하게 가입시키는 등의 판매 방식이 금지되기

때문에, 고객 성향을 파악한 맞춤형 금융 상품 제시가 더욱 중요해질 것으로 예측했다.

이러한 배경과 목적 하에 동양종합금융증권은 2007년 말부터 분석CRM 시스템 구축을 시작했다.

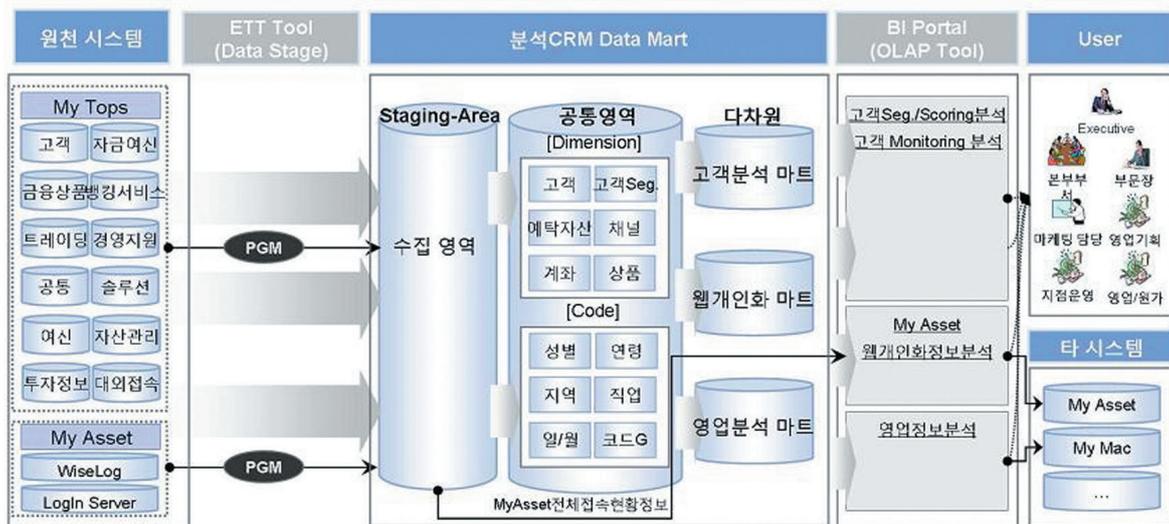
가장 먼저 고객 세분화 모델 구현 작업이 진행됐다. 약 3개월에 걸쳐 진행된 고객 세분화 모델 구현 작업은 동양종합금융증권과 전략적 제휴를 체결한 일본 TCI그룹 데이터 분석팀과 한국IBM의 컨설팅 팀이 함께 했다. 이 과정을 통해 동양종합금융증권은 고객 가치, 투자 성향, 채널 성향 등을 파악해 총 36개 모델로 고객을 세분화했다.

동양시스템즈 SM본부 IT서비스운영 2팀 최동용 과장은 “고객 세분화 모델 구현은 분석CRM 구축의 근간이 된다. 고객 성향을 파악하는 기준이 되고, 그 기준에 맞춰 마케팅과 캠페인을 진행할 수 있기 때문이다”라고 설명한다.

고객 정보 일괄 수집, 다차원 분석

동양종합금융증권은 이렇게 만들어진 고객 세분화 모델에

시스템 구성도



기획특집 2부. 구축 성공사례

기반해 분석CRM 환경을 본격적으로 구현했다. 우선 원천 데이터 수집이 이뤄지는 채널을 전방위로 확대했다.

홈페이지인 MyAsset.com의 로그 분석 데이터부터 콜센터 시스템과 자산 관리 시스템(Wealth Management System) 그리고 트레이딩, 여신, 금융상품, बैं킹 서비스 등 상품별 관리 시스템 등 전 기간계 시스템 중 고객과 관련된 모든 데이터가 DW 시스템에 수집되도록 했다. 즉, 이 DW 시스템이 분석CRM의 데이터 마트가 되는 것이다.

원천 시스템으로부터 수집된 데이터들은 각 차원(고객, 고객 분류, 예탁자산, 채널, 계좌, 상품 등)에 따라, 또는 각 코드(성별, 연령, 지역, 직업, 날짜 등)에 따라 나뉘어 1차 분류가 되며, 이 분류된 데이터를 다시 총 3개 영역으로 나눠 다차원 분석이 이뤄지도록 했다.

고객별 스코어링 분석 정보, 고객 모니터링 평가 정보, 고객 행동 예측, 고객 통계 분석 등의 정보를 담은 '고객 분석 매트'와 영업점별 주요 지수 분석, 기존 운영 CRM 내의 분석성 데이터 추출 정보를 담은 '운영 분석 매트' 그리고 홈페이지인 MyAsset.com으로부터 수집된 고객 웹로그 분석 정보를 담은 '웹 개인화 매트' 등이 그것이다.

이 3개 영역에 맞춰 분석된 데이터가 OLAP 툴 기반에서 보고서화 되며, 이 보고서를 경영진과 마케팅, 영업기획, 지점운영팀, 영업팀 등이 각 권한에 맞는 수준에서 열람하게 된다.

타깃 마케팅으로 휴면 고객 이탈 15% 방지

동양종합금융증권은 이를 기반으로 고객별 맞춤형 마케팅을 강화하고 있다. 분석CRM 오픈을 기점으로 DB 마케팅 팀을 추가로 신설해, 상품이나 고객에 대한 데이터 분석을 보다 실무적인 관점에서 분석, 추출할 수 있도록 했다.

이를 통해 지점에서 매매 결과를 지점, 상품, 고객층 별로 수집하고, 이에 대한 증감 추이나 시장 점유율 변동 추이 등을 DB 마케팅 팀에서 직접 분석 자료로 수집해 고객 맞춤형 상품 개발과 장기적, 단기적 이벤트 등을 수행하는데 활용한다.

이러한 과정을 통해 동양종합금융증권은 휴면 고객의 이탈을 방지하는 캠페인을 성공적으로 추진했다. 고객의 휴면 여부를 확인해서 이체 수수료를 면제시켜 주는 등의 맞춤형 캠페인을 개발했고, 실제로 휴면 고객 중 15% 고객의 이탈을 방지할 수 있었다고 한다.

최동웅 과장은 "이전에는 고객 타깃 마케팅이 사실상 불가능했는데, 현재는 홈페이지에서도 고객별 차별화된 이벤트를 진행하고 DM 발송도 세분화된 고객 별로 진행하는 등 타깃 마케팅을 하고 있다"면서 "이런 수준의 분석CRM은 은행권에서는 일반화됐지만, 증권사 중에서는 동양종합금융증권이 최초라는 점에서 더욱 의미가 크다"고 강조했다.

연간 2억 원 유지보수 비용절감 효과

또한 기존의 DW 시스템을 NCR테라데이터에서 IBM InfoSphere 기반으로 전환함에 따른 운영 비용이나 관리 효율성 측면의 효과도 보고 있다. 1995년부터 NCR테라데이터를 사용했는데, 폐쇄적인 구조 때문에 활용성이 떨어지고, 증권사 고객 분석에 대한 지원을 할 수 있는 전문가가 부족해 어려움이 있었다. 또 무엇보다 유지보수 비용이 비쌌다.

이를 IBM InfoSphere로 교체함으로써 오픈 환경의 여러 애플리케이션과 연동이 자유롭고 IBM 내 인력들의 DW 구축 경험이 많아 도움을 많이 받고 있다는 설명이다. 특히 DB2 자체가 MPP 구조로, 데이터 분석에 적합한 아키텍처를 가지고 있어 분석 처리 속도와 안정성이 매우 향상됐다. 또한 무엇보다 연간 2억 원의 유지보수 비용이 절감되는 효과를 보고 있어 높은 만족감을 표시했다.

동양종합금융증권은 현재 전 기간계 시스템에 대한 UI와 데이터 표준화를 중점 과제로 삼아 차세대 프로젝트를 진행 중이다. 내년 10월 중 오픈을 목표로 추진 중이다. 향후 비즈니스 성장이 예상되는 만큼 분석CRM 시스템과 신규로 구축하는 차세대 시스템이 동양종합금융증권의 성장에 든든한 버팀목이 될 전망이다.

S전자 'InfoSphere DataStage'

'InfoSphere DataStage' 로 글로벌 데이터 통합 및 품질관리

최적의 대규모, 대용량 정보 통합 솔루션

전 세계를 무대로 디지털 기술을 산업화하여 비즈니스를 수행하고 있는 S전자. 이 기업은 디지털 기술 전반을 사업화하고 있는데, 디지털 미디어, 정보 통신 네트워크, 디지털 가전, 반도체 및 LCD 비즈니스 등을 핵심 역량으로 업계를 선도하고 있다. 이 회사는 전 세계 시장을 공략하고 있기 때문에 글로벌 비즈니스 네트워크 조직을 운영하고 있다. 즉, 전 세계에 걸쳐 다수의 지사, 생산 및 판매 기지를 운영하고 있다. 이 기업은 궁극적인 목표를 "디지털 컨버전스 영역에서 가장 경쟁력 있는 종합 솔루션 공급자"로 설정하고 글로벌 정보 시스템에 실시간 관리 통합 체계를 갖추고자 한다.

그 일환으로 각 지역별로 독립적으로 구축 및 운영되어 왔던 SAP instance를 단일 업무로 통합, 혁신적이며 전략적인 의사 결정을 한다. 즉, 글로벌 비즈니스 프로세스를 표준화하고, 글로벌로 분산 관리되고 있는 고객에 대한 단일 뷰를 확보하면서 동시에 IT 관리 비용을 절감할 수 있도록 글로벌 공급망을 통합하고자 했다.

이 같은 명백한 비전을 갖고 이 기업은 최적의 정보 통합 솔루션 선정을 위한 작업을 본격 착수했다. 두 가지 주요한 기술적 요건은 전 세계 69개 지역에 흩어져 있는 SAP instance를 단일 SAP instance로 통합하고자 하는 것과 SAP BI 기반의 Business Intelligence를 구축하는 것이었다. 이를 위한 정보 통합 솔루션 선정은 기존 방식, 즉 그 동안의 소규모 ETL 이 슈와는 확실하게 차별화된 솔루션이 필요하다는 인식에서 출발했다.

이 기업은 IBM의 정보 통합 솔루션이 이러한 대규모, 대용량 요건을 수용할 수 있는 유일한 솔루션임을 인식하고 전격적으로 IBM의 정보 통합 솔루션에 확신을 갖고 상호 협력관계를 맺었다. 즉 단순한 ETL이 아닌 정보 통합 및 데이터 품질 관리

부문에서 최고의 역량을 발휘할 수 있는 솔루션을 도입한 것이다.

주기적인 기술 워크숍을 통해 정보 통합 프로세스 개발 생산성, SAP 표준 인터페이스와의 완벽한 호환성, 분산 이기종 환경에서의 다국어 통합 기능, 대용량 데이터 처리 성능, 데이터 품질 표준화 및 통합 기능을 검증하고 확인함으로써 IBM 정보 통합 솔루션에 대한 확신할 비전을 확보하게 된 것이다.

SAP 표준과 완벽한 호환

이 기업은 IBM의 정보 통합 서버 기반 플랫폼에서 크게 3가지 솔루션을 적용하게 된다. IBM Information Server의 핵심 컴포넌트인 'InfoSphere DataStage'를 적용하여 정보 통합의 근간을 마련한다. 즉, 소스 데이터를 추출하고 가공해 표준화하고 통합하여 타깃 시스템을 적재하는 기능을 수행한다. 여기에 전 세계에 분산된 다양한 버전의 SAP instance로부터 추출하고 단일 SAP ECC 및 SAP BI로 통합하기 위해 DataStage PACK for SAP를 활용한다.

이를 통해 SAP와의 완벽한 기술적인 연계 시스템을 구축하고 개발 생산성을 높일 수 있게 된다. 세 번째는 DataStage와 통합된 InfoSphere QualityStage를 활용해 마스터 데이터에 대한 품질 검증, 표준화, 중복 식별 및 통합을 하게 된다.

이 기업은 IBM의 정보 통합 솔루션을 통해서 1차 통합 프로젝트를 성공적으로 마무리할 수 있었다. 즉, 솔루션의 높은 생산성을 통해 사전에 정의된 1차 통합 프로젝트 기간 내에 성공적인 통합을 이끌어내고 이미 개발된 자원을 재활용하여 추가 법인에 대한 통합 프로세스에도 적용함으로써 전체적인 개발 비용을 최적화할 수 있게 된다. 궁극적으로는 본 통합 프로젝트를 통해서 이 기업과 IBM은 다시 한 번 IBM의 정보 통합 솔루션에 대한 기술적인 리더십과 확신을 다지게 된 것이다.

기획특집 2부. 구축 성공사례

농협 '신용 신시스템'



40 테라바이트의 국내 최대 규모 데이터 이관 성공



농협은 신용 신시스템을 구축하면서 국내에서는 최대 규모의 데이터를 성공적으로 이관했고, 전사 애플리케이션도 성공적으로 통합했다.

지난 2007년 4월부터 지난 1월까지 21개월 동안 구축한 신용 신시스템은 성공적으로 프로젝트를 완료하고, 지난 1월 28일 정상 가동에 들어갔다.

농협은 신용 신시스템은 banking시스템을 사용하는 모든 업무에 관한 애플리케이션 인터페이스를 표준 인터페이스 기반으로 통합, 저비용 고효율의 글로벌 banking 시스템 구축을 목표로 추진했다. 또한 방대한 규모의 데이터 이관은 성공적인 신시스템 개통을 결정하는 중요한 과제였다. 농협은 이 두 가지 과제를 함께 풀어낼 최고의 파트너로 IBM을 선택했다.

농협은 2003년부터 농협을 위한 안정적인 인터페이스 인프라를 제공해온 IBM 솔루션을 전사 애플리케이션 통합을 위한 솔루션으로 다시 채택, 국내 최대 규모의 트랜잭션(3,000TPS 이상) 및 시스템 통합 규모 자랑하는 전사 애플리케이션 통합을 성공적으로 마무리했다.

또한 IBM의 정보관리 소프트웨어 중 하나인 InfoSphere DataStage를 활용하여 은행업무가 중단된 설 연휴 기간 동안 40 테라바이트에 이르는 방대한 양의 데이터를 기존 시스템에서 농협의 차세대 시스템으로 성공적으로 이관했다. 특히 이관에 소요되는 시간을 당초 목표 대비 8시간이나 단축하는 놀라운 성과로 농협의 신용 신시스템의 안정적인 개통에 기여했다.

전사 애플리케이션도 통합

농협 신시스템 실무 구축 한 담당자는 “차세대 시스템의 애플리케이션 통합이 성공적으로 완료됨으로써 IBM 솔루션을 신용 신시스템의 모든 인터페이스의 근간으로 활용할 수 있게 됐다”고 말했다.

또한 데이터 마이그레이션 실무 담당자인 김유경 팀장은 “데이터 품질을 확보하면서 제한된 시간 내에 국내 최대 규모의 데이터 마이그레이션을 안정적으로 끝낸 것은 새로운 시스템 개통의 성공을 좌우하는 관건이었다”며 IBM의 서비스와 솔루션에 대한 만족감을 전했다.

한국IBM에서 웹스피어사업본부를 총괄하고 있는 김광식 사업부장은 “금융권 차세대 인프라 통합의 근간이 되는 전사 애플리케이션 통합은 다양한 인터페이스를 빠른 성능으로 지원하는 것이 주요한 역량이다. 농협의 EAI 프로젝트를 성공적으로 완료함으로써 차세대 시스템을 준비하는 다른 금융권 고객들에게도 좋은 본보기가 될 것이다”고 말했다.

한국IBM 정보관리사업본부를 총괄하고 있는 이관호 사업부장은 “IBM은 국내 우수 기업들의 대표적인 마이그레이션 프로젝트에서 목표 시간 대비 실 수행 시간을 획기적으로 단축시키며 고객만족도를 이끌어왔다. 풍부한 경험과 최고의 기술력을 바탕으로 앞으로도 고객들의 성공적인 데이터 마이그레이션을 도울 계획이다”고 강조했다.

3부 'InfoSphere' 똑똑한 정보, 똑똑한 의사결정 솔루션

비즈니스 가치 창출을 위한 툴

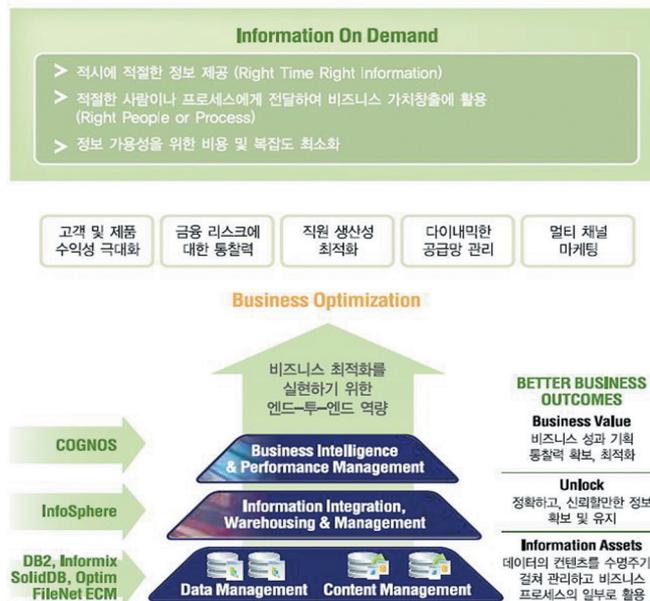
IBM은 똑똑한 지구를 만들기 위한 4개의 핵심 축 가운데 하나인 New Intelligence의 구현 방법론으로 'InfoSphere'를 제시하고 있다. InfoSphere는 신뢰할 만한 정보를 통해 기업이나 조직이 경영을 최적화, 즉 급변하는 시장 환경에서 기업이 비즈니스 가치를 극대화시킬 수 있도록 정확한 의사결정을 지원해 주는 솔루션이라고 할 수 있다.

사실 IBM이 궁극적으로 지향하고 있는 정보관리 전략 및 정보관리 솔루션은 바로 IOD (Information On Demand)이다. IOD 구현을 위해서는 정보가 단순히 정보로만 머물러 있어서는 안 되며 정보로부터 의미 있는 비즈니스 가치가 도출되어야

하고 나아가 비즈니스 가치를 한 단계 끌어올리기 위해 활용될 수 있어야 한다.

예를 들어 기업은 쌓여 있는 정보를 통해 단순히 고객 및 상품의 구매 이력을 리포팅하는 수준이 아니라 정보를 분석해 고객의 구매 패턴을 찾아내고 상품의 수익성을 예측함으로써 이익이 극대화 되는 방향으로 비즈니스 전략을 능동적으로 수립해 나갈 수 있어야 한다.

이러한 IOD 구현을 목표로 하고 있는 IBM의 정보관리 포트폴리오는 크게 세 가지로 구성된다. 첫 째는, 정보를 저장하고 관리하는 Data & Content Management 영역이다. IBM의 DB2, 파일네트(FileNet), 인포믹스(Informix) 등의 솔루션이



기획특집 3부. 똑똑한 정보, 똑똑한 의사결정을 위한 'InfoSphere'

Data & Content Management 영역을 담당한다. 하지만 정보가 각 조직 별로, 각 시스템 별로 흩어져 관리되고 있는 것만으로는 충분하지 않다. 쌓여 있는 정보로부터 비즈니스 가치를 끌어내기 위해서는 각 조직 및 각 시스템에 흩어져 있는 정보를 전체적으로 볼 수 있는 교차 시각(cross-view) 역량이 필요하다. 이것이 바로 InfoSphere 솔루션이 담당하고 있는 Information Integration, Warehousing & Management 영역이다.

InfoSphere 솔루션은 정보를 필요로 하는 사람, 프로세스, 애플리케이션에 신뢰할 수 있는 정보를 제공해 주는 역할을 하게 된다. 이렇게 전달된 신뢰할 만한 정보들이 실질적으로 분석되고 활용되는 영역이 Business Intelligence & Performance Management 영역이며 이 영역을 코그노스(Cognos)가 담당하

게 된다. 코그노스는 InfoSphere에 의해 전달된 신뢰할 만한 정보로부터 비즈니스 가치를 도출해 내게 된다.

MDM Server 등 4개로 구성

InfoSphere 솔루션은 크게 네 가지 구성요소로 이루어져 있다. 즉 ▲ InfoSphere Information Server ▲ InfoSphere MDM Server ▲ InfoSphere Warehouse ▲ IBM Industry Models 등이 바로 그것이다.

InfoSphere Information Server는 InfoSphere의 가장 근간이 되는 솔루션으로 이기종 시스템에 흩어져 있는 정보를 통합하여 그 정보를 필요로 하는 곳에, 필요한 시간에, 정확하게 전달해 주는 역할을 한다. 이러한 InfoSphere Information Server가 정보를 전달하는 주요한 타깃이 바로 InfoSphere

InfoSphere Information Server

InfoSphere Information Server는 2006년에 처음 시장에 소개됐다. 어센셜(Ascential), 크로스액세스(CrossAccess), 유니콘(Unicorn) 등으로부터 인수된 솔루션과 IBM 자체의 데이터 통합 역량을 결합한 솔루션이다. 즉 서로 다른 시스템으로부터 정보를 통합하는 데 필요한 모든 역량을 제공, 소스 데이터에 대한 이해, 데이터의 품질 개선, 데이터의 다양한 변환과 전달의 역할을 한다.

또한 InfoSphere Information Server는 광범위한 데이터 소스(databases, applications, files, and more on any platform)에 대한 아무런 저항 없이 그대로 연계시키고(native connectivity), 데이터의 계보(lineage)를 파악함으로써 데이터에 대한 깊은 내용(Insight)을 제공해 준다. 뿐만 아니라 병렬처리 엔진을 통한 쉬운 확장성(easily scalable)을 제공하며, 데이터 통합 프로젝트를 수행하는 개발팀 간의 협업 증진을 통해 개발생산성을 향상시키는 특징을 지니고 있다.

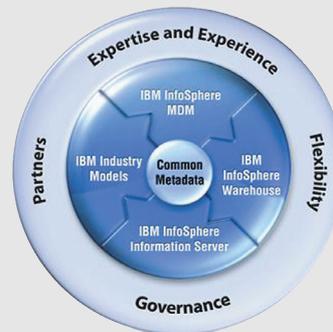
InfoSphere MDM Server

기업들이 정보 통합에 점점 초점을 둘수록 customer, supplier, product, location, account 등과 같은 핵심적인 실체(key entity)들이 거의 모든 시스템에 걸쳐 공통적으로 존재하고 있다는 사실을 깨닫게 된다.

그리고 이러한 핵심적인 실체들을 전사적으로 일관되게 관리하는

것이 하나의 큰 도전(challenge)으로 다가오게 된다. MDM(Master Data Management)이 바로 이러한 핵심적인 실체들을 각각의 애플리케이션으로부터 분리해 중립적으로 관리함으로써 이러한 문제를 해결해 주는 역할을 한다.

InfoSphere MDM Server는 모든 도메인(party, product, account, location)의 마스터 데이터에 대한 데이터 허브(operational data hub) 역할을 하는 솔루션으로, 800개가 넘는 pre-packaged business services를 통해 마스터 데이터를 중심화(centralize)하고 동기화(synchronize)한다. 뿐만 아니라 InfoSphere MDM Server는 마스터 데이터를 관리하기 위한 사용자와의 호환성(direct user interfaces)을 제공하며, 수백만 레코드를 다룰 수 있는 확장성 있는 기반을 제공한다.



InfoSphere 구성도

MDM(Master Data Management) Server와 InfoSphere Warehouse이다.

InfoSphere MDM Server는 customer, product, account, location과 같은 마스터 데이터에 대한 single-view(하나의 기준이 되는 정보 통합 솔루션)를 제공해 주는 솔루션이다. 다시 말해 주민등록번호가 같은 홍길동이라는 사람에 대해 각 부서 및 계열사별로 중복 또는 반복되거나 각기 다른 정보를 갖고 있는데, 이를 하나의 기준 정보로 통합해 주는 솔루션이다.

InfoSphere Warehouse는 확장성이 보장되는 데이터 웨어하우스(Data Warehouse) 솔루션으로서 partitioning, mining, cubing 등의 feature를 제공함으로써 Data Warehouse에 담기는 정보의 가치를 극대화한다. 그리고 IBM의 산업에서의 경험과 지식(industry knowledge)이 축적되어

만들어진 IBM Industry Models이 앞서 이야기한 모든 InfoSphere 솔루션들과 함께 사용됨으로써 InfoSphere 솔루션의 가치를 한층 가속화(accelerate)하는 역할을 한다.

InfoSphere의 각 구성요소들은 시장에서 확실한 입지를 확보, 시장을 주도하고 있어 독립적으로도 충분한 가치를 지니고 있다. 하지만 IBM은 InfoSphere 솔루션들이 서로 시너지를 발휘할 수 있도록 이들을 잘 결합하는 방향으로 나아가고 있다.(상세 내용은 박스 기사 참조)

비즈니스 극대화 지원 솔루션

IBM의 InfoSphere 솔루션은 다양한 시스템에 걸쳐 있는 각종 정보를 정확하게 분류해 전사적으로 통합 관리할 수 있도록 한다. InfoSphere 포트폴리오를 처음부터 모두 적용해야만 하

만약 적은 투자로 빠른 가치(value) 실현을 하고자 한다면 simple registry-style로 작게 구성(configure)하여 시작하는 것도 가능하다.

InfoSphere Warehouse

데이터 웨어하우스(Data Warehouse)를 구축하는 경우, 데이터 통합을 어떻게 할 것인가에 대한 고민도 크지만 시간이 지날수록 기하급수적으로 늘어나게 될 데이터를 어떠한 탄탄한 기반에 담을 것인가에 대한 고민도 크다.

InfoSphere Warehouse는 데이터 웨어하우스를 위한 강력한 기반을 제공해 주는 솔루션으로 DB2에 기반한 데이터 웨어하우스에서 요구되는 모든 기본 역량(advanced partitioning, data mining, retention, and performance & workload management features)을 제공한다. 이러한 것(features)들이 스토리지 용량을 감소시키면서 동시에 정보에 대한 빠르고 최적화된 접근을 가능하게 한다.

특히 InfoSphere warehouse는 교류 액세스(transactional access)와 분석적인 액세스(analytical access) 모두에 있어 최적화된 솔루션으로, ODS(Operational Data Store), DW(Data Warehouse), DM(Data Mart) 모듈을 포함하는 층을 이룬 아키텍처(layered architecture) 구성이 가능하다. 실시간 데이터 웨어하우스(Real-time Data Warehouse) 구현도 가능한 유일한 웨어하우스 데이터베이스이다.

IBM Industry Models

기업이 프로젝트를 수행하면서 보다 빠른 시간 내에 결과를 달성하도록 돕기 위해 IBM이 다년간 다양한 산업에서 정보 관련 프로젝트를 수행하며 얻은 경험과 노하우를 패키징화 한 것이 바로 IBM Industry Models이다.

IBM Industry Models은 완벽한 전사적 데이터 모델을 제공할 뿐만 아니라 비즈니스 솔루션 템플릿(Business Solution Templates)을 통해 각 산업에 대한 key performance indicators, metrics, compliance concerns 등에 대한 윤곽(outline)을 제시한다. 총 6개 산업(Banking, Financial Markets, Health, Insurance, Retail, Telecommunications)에 대한 산업 모델을 가지고 있으며, 검증된 특정 산업(industry-specific) 템플릿을 제공함으로써 마이그레이션 프로젝트 혹은 통합 프로젝트에 있어 핵심적인(key accelerator) 역할을 한다. IBM Industry Models은 개발에 대한 노력을 최소화 할 수 있도록 타깃 데이터 구조와 사전 건조(pre-built)된 비즈니스 글로서리(business glossary)를 제공하며 InfoSphere Information Server에 직접 로드될 수 있다.

뿐만 아니라 비즈니스 솔루션 템플릿은 코그노스 8 BI의 리포트와 데이터 큐브(cube)를 위한 템플릿을 제공해 준다. 이처럼 IBM Industry Models을 사용함으로써 기업은 프로젝트를 가속화하며 리스크를 최소화 할 수 있으며, 동시에 검증되고 중립적인 모델을 사용함으로써 정보를 통합할 때에 전형적으로 마주치게 되는 조직적 이슈를 극복할 수 있다.

기획특집 3부. 똑똑한 정보, 똑똑한 의사결정을 위한 'InfoSphere'

는 것은 아니다. 특정 솔루션으로 어떠한 조직 어떠한 시스템에서든 작게 시작할 수 있으며, 경우에 따라 InfoSphere의 일부 컴포넌트를 다른 벤더의 솔루션과 결합하여 사용할 수 있도록 하는 유연성도 제공한다.

IBM은 IBM이 가지고 있는 정보 통합에 대한 기술과 특정 산업에 대한 경험과 지식을 결합해 InfoSphere 포트폴리오에 녹여냄으로써 이를 활용하는 기업들이 그들의 비즈니스 가치를 극대화 하도록 돕는 데 중점을 두고 있다.

뿐만 아니라 InfoSphere 솔루션을 선택한 기업들의 투자를 지속적으로 보호하기 위해서 데이터 통합 영역에 있어 계속해서 광범위하게 확장해 나갈 수 있도록 솔루션을 발전시켜 나가고 있다.

InfoSphere가 제시하는 이러한 비전에 공감하고 InfoSphere 솔루션을 적용하게 되는 기업들은 믿을 수 없는 비즈니스 결과를 보게 될 것이다. 실제로 InfoSphere를 선택한 고객들은 종종 놀랄 만한 ROI를 획득하며 그들의 비즈니스가 새로운 레벨로 나아가는 것을 겪은 바 있다.

예를 들어 유럽의 파나소닉(Panasonic Europe)은 그들의

비즈니스 전반에 걸쳐 제품 및 부품 정보 관리 체계를 개선함으로써 3.5%의 세일즈 증가와 매년 1백만 유로의 비용 절감 효과를 보였다. 또한 Louis Vuitton Moet Hennessy(LVMH)는 IBM과 함께 그들의 order fulfillment systems을 single instance로 통합하고 재고 정보를 hand-held devices를 통해 종업원에서 실시간으로 전달함으로써 일 납품량을 100% 증가시킨 바 있다.

참고

IBM Websphere Message Broker

IBM WebSphere Message Broker는 SOA의 일부인 통합 ESB로서 애플리케이션 통합 및 정보 중개 요구에 대응하거나, 간단하게 유연하고 강력한 전사 애플리케이션 통합(EAI) 기능을 제공하기 위한 솔루션을 제공한다. WebSphere Message Broker를 사용하면 애플리케이션 및 데이터 구조에 대한 기존 투자를 보호하는 동시에 비즈니스 요구의 변화 및 새로운 기회에 대응할 수 있다.

IBM Websphere MQ

IBM WebSphere MQ는 모든 상용 IT 시스템에서 메시지를 중복 및 유실 없이 안전하게 전달할 수 있는 메시지 처리 기반을 제공한다. WebSphere MQ를 통해 주요 시스템에 존재하는 비즈니스 데이터와 애플리케이션을 연계할 수 있으며, 데이터가 전송 중에 유실되지 않기 때문에 IT 시스템 무결성을 유지할 수 있다.

IBM Infosphere Datastage

IBM InfoSphere DataStage(이하, DataStage)는 데이터의 추출(Extraction), 변환(Transformation), 적재>Loading)의 전 과정을 병렬처리엔진 기반에서 데이터 이행을 완벽하게 수행할 수 있도록 다양한 기능을 제공하며, 다양한 소스 시스템의 추출과 다양한 타깃 시스템의 적재를 지원한다. 국내 약 200여 개의 고객사를 보유하고, 가트너, 포레스터 등이 수년간 비전과 실행력 부분에서 모두 최고의 리더 기업으로 선정한 국내 최다 고객이 사용하는 데이터 통합 솔루션이다.

IBM이 4년간 인수한 솔루션 기업 리스트

| 연도 | 회사명 | 솔루션 |
|---------------|--|--|
| 2008 (2개) | • 인센추어이트 • 엡트소프트 | • 비즈니스 이벤트 소프트웨어 • 계정 및 액세스 관리 소프트웨어 |
| 2007 (6개) | • 코그노스 • 웹다이얼로그 • 프린스턴 소프트웨어 • 데이터미러 • 텔레로직AB • 워치파이어 | • BI 및 성과관리 • 웹 상에서의 회의 및 협력작업 • 데이터 보관, 실행 데이터 관리, 데이터 분류 및 검색 • 실시간 데이터 분석 • 복합 시스템 도구 개발 • 보안 및 컴플라이언스 테스트 소프트웨어 |
| 2006 (10개) | • 칸셀 • 밸런트 • 파일넷 • MRO 소프트웨어 • 웨버파이솔루션 • 램보 • 유니콘 솔루션 • 빌드포지 • 랭귀지 애널리시스 시스템 • CIMS Lab | • 컴플라이언스 및 보안관리 소프트웨어 • 네트워크 서비스 모니터링 솔루션 • 콘텐츠 관리 및 BPM 솔루션 • 자산관리 소프트웨어 • SOA 기반 컴포지트 비즈니스 애플리케이션 • 가상화 소프트웨어 • 메타데이터 관리 소프트웨어 • 배포 및 버전 관리 소프트웨어 • 언어 분석 • 유틸리티 컴퓨팅을 위한 빌딩 소프트웨어 |
| 2005 (11개) | • 마이크로뮤즈 • 보우스트리트 • 클레이션 • 아이프레이즈 • 테크놀로지 • 데이터퍼워 • 테크놀로지 • DWL • 아이소곤 • 퓨어에지 • 글루코드 • 어센셜 소프트웨어 • SRD | • 컴플라이언스 및 보안관리 소프트웨어 • 네트워크 서비스 모니터링 솔루션 • 콘텐츠 관리 및 BPM 솔루션 • 자산관리 소프트웨어 • SOA 기반 컴포지트 비즈니스 애플리케이션 • 가상화 소프트웨어 • 메타데이터 관리 소프트웨어 • 배포 및 버전 관리 소프트웨어 • 언어 분석 • 유틸리티 컴퓨팅을 위한 빌딩 소프트웨어 |

출처 : 한국IBM