

# CASE STUDY

ICE MARKETING



## 현대백화점 CMS 구축 및 APP 리뉴얼 구축 프로젝트

### 기업정보

기관명: 현대백화점

설립일: 2002년 11월 01일

주소지: 서울특별시 강남구 테헤란로 98길 12(대치동)

사업분야: 종합소매업 (백화점)

소개글: 국내 3대 백화점으로 손꼽히는 백화점이다. 전국 여러 곳에서 백화점을 경영하고있으며, 백화점 사업 이외에 사업 다각화를 추진하고 있다.

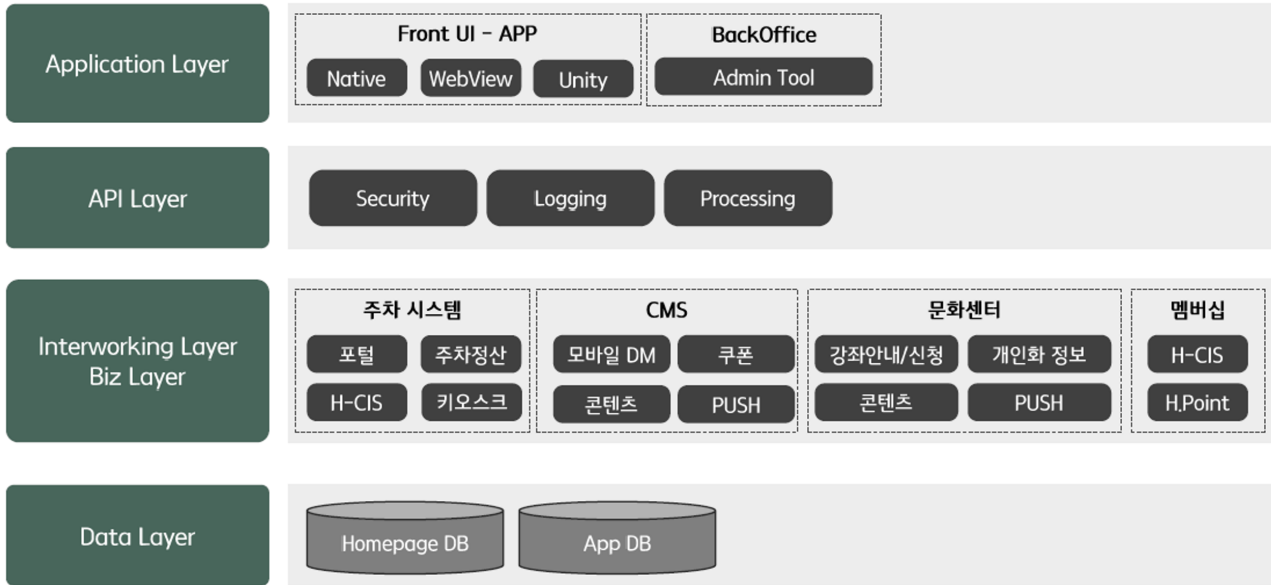
커뮤니케이션즈 채널의 다변화에 따라 고객에게 보내는 DM(Direct Message) 및 콘텐츠를 체계적으로 관리하고, 이를 통해 다변화되는 마케팅채널 운영의 효과적인 관리를 위한 시스템이 필요했습니다.

또한, 사용 중인 애플리케이션의 노후화로 인해 활용도가 떨어짐에 따라 애플리케이션 재정비 및 신규 모바일의 DM기능 개발을 통해 모바일 마케팅 활용 확대 및 고객 서비스 개선 또한 요구되었습니다.

하여 현대백화점은 트렌드 변화에 대응이 가능한 마케팅 플랫폼 시스템을 아이온커뮤니케이션즈의 'ICE Marketing'으로 새롭게 구축하였습니다.

또한 도입 후, 공급자 중심의 서비스 구조에서 사용자 중심의 재편을 통해 마케팅 비용을 효과적으로 감소시킬 수 있었습니다.

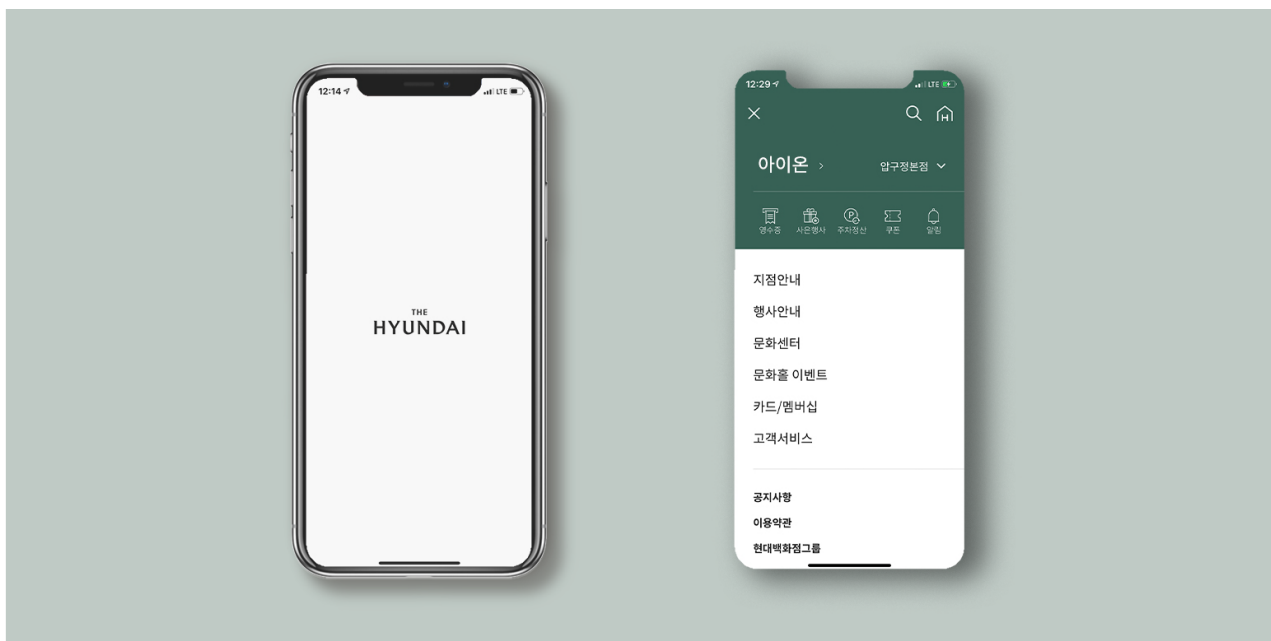
# 01 프로젝트내용



[현대백화점 애플리케이션 아키텍처 구성방안]

## 1-1. CMS( Content Management System) 구축

- › 모바일 DM(Direct Message) 제작 및 발송
- › 프로모션 관리
- › CMS 콘텐츠 활용 (One-Source Multi-Use)



[현대백화점 애플리케이션 인터페이스]

## 1-2. 현대백화점 모바일 App 리뉴얼

## 1-3. 개발 및 인터페이스

- › 개인화 추천 및 모바일 DM발송 프로세스
- › 쿠폰 지급 프로세스
- › 주차 정산 프로세스

## 02 고객 세분화 유형 조회(마케팅오토메이션)

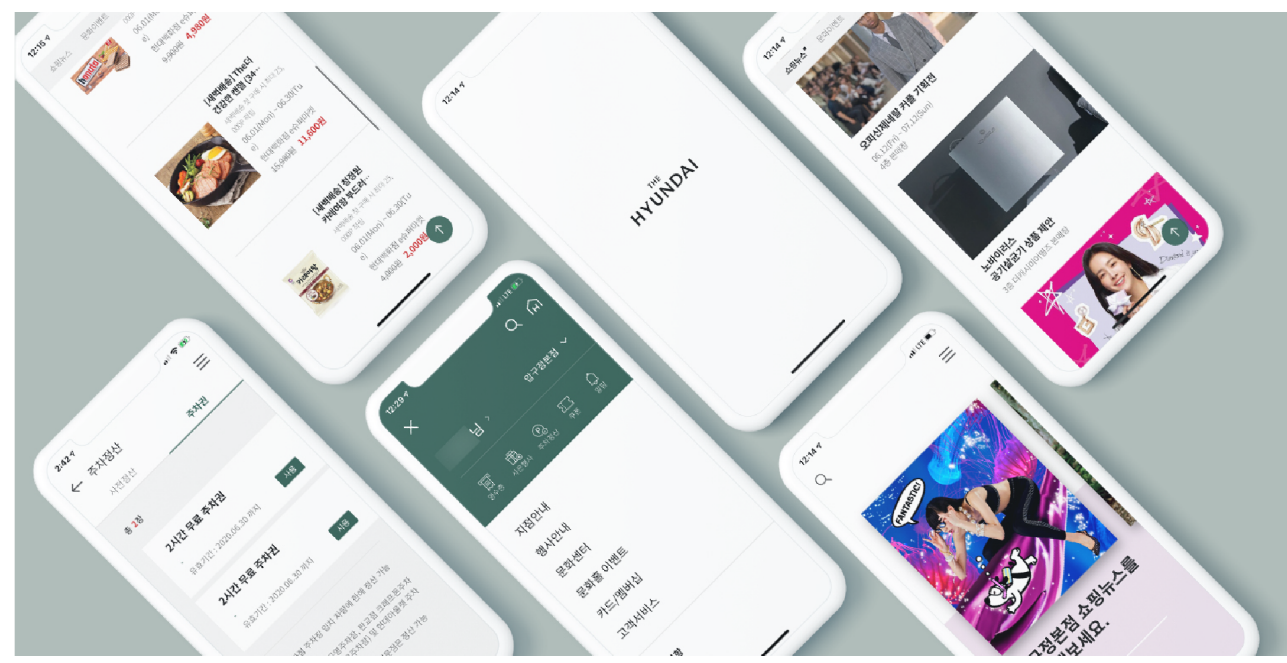
1. DW 데이터 수집	2. 세분화 유형 분석 및 관리	3. DM 제작	4. 고객별 맞춤 정보 제공
<p><b>고객위치</b> 방문 지점 인지</p> <p><b>구매상품</b> 구매 상품 정보</p> <p><b>선호 브랜드</b> 브랜드 방문 등 고객 활동 이력</p>	<p><b>A. 골드</b> 구매금액, 빈도가 높고 최근 구매가 발생하지 않은 고객</p> <p><b>B. 플래티늄</b> 구매금액, 빈도 높지만 최근 구매가 없는 고객</p> <p><b>C. 자스민</b> 구매금액, 구매빈도 높은 최근구매고객</p>	<p>세분화 Rule 세팅하여 유형별 선호도 조사</p> <p>DW 기반으로 조회된 쇼핑뉴스카드 정보 인지</p> <p>모바일 DM을 제작하고 고객에게 최적화된 행사 정보 제공</p>	<p>방문 지점의 혜택 제공을 통해 방문 만족도 증대</p> <p>관심 브랜드의 행사 알림을 통해 소비 심리 자극</p> <p>기념일, 마일리지 쿠폰 발송을 통해 고객 충성도 유지</p>

[고객 세분화 데이터관리 및 마케팅 서비스]

고객 성향 및 방문 의도를 분석하여 맞춤 쇼핑정보 제공

> DW시스템으로 수집 된 데이터의 연동을 통해 각 고객마다 연령대, 방문지점, 방문시간 등의 다양한 정보를 바탕으로 APP PUSH 알림, SMS, 친구톡, 알림톡 등의 방법으로 최적화된 맞춤서비스를 제공합니다.

## 03 구축효과



[현대백화점 어플리케이션 인터페이스]

- > 현대백화점 어플리케이션의 고객 편의 채널 강화
- > 관리의 편의성 증대를 위한 개인화 어플리케이션 플랫폼 마련
- > CMS 시스템으로 콘텐츠 제작 및 관리의 편의성 증가
- > 모바일 DM을 통한 개인화 마케팅 채널 및 활용범위 강화
- > 개선된 UI/UX로 고객 중심 서비스로 전환
- > 고객 커뮤니케이션 채널 개선으로 서비스 활성화