

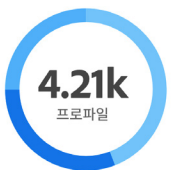


가이드

# Adobe Real-Time CDP의 성공적인 구현 전략

파트너를 선택하고, 팀을 구축하고,  
구현을 계획하는 방법

소스별 프로필



- 높은 성향
- 중간 성향
- 낮은 성향

위치 서비스

이메일



**고객 데이터 플랫폼(CDP)은 B2B 및 B2C 기업이 고객 프로파일과 계정 프로파일을 구축하고 활성화 및 유지하는 데 유용한 툴입니다. 서드파티 쿠키의 종말을 앞둔 상황에서 CDP는 고객 데이터 관리를 위한 다양한 방식을 제공하여 기업의 장기적인 성장을 위한 든든한 발판이 되어 줍니다.**

CDP를 성공적으로 구현하는 것만으로도 3가지 목표를 달성할 수 있습니다. 첫째, 데이터 통합과 활성화를 통해 데이터를 간편하게 이용할 수 있습니다. 둘째, 규정 준수 지침에 따라 고객 데이터 거버넌스 및 관리 시스템을 구축할 수 있습니다. 셋째, 실시간으로 업데이트되는 고객 프로파일을 바탕으로 고객 경험을 개인화하여 빠르게 전달할 수 있습니다.

이 가이드에서는 [Adobe Real-Time CDP](#)를 통해 위 3가지 목표를 달성하는 방법을 소개합니다. 특히 구현 방식과 단계, 팀 구성에 대해 중점적으로 살펴봅니다. CDP를 통해 가치를 빠르게 실현하고, 지속적인 성장 기반을 마련하는 방법을 확인해 보십시오.

## Adobe Real-Time CDP의 성공적인 구현을 위한 5단계

1. 파트너 선택하기
2. 팀 구성하기
3. 목표 설정 및 성과 측정하기
4. Real-Time CDP 구현 단계 준수하기
5. 전문가 조직(CoE) 구성하기

# Adobe Real-Time CDP의 성공적인 구현을 위한 5단계

## 1 파트너 선택하기

플러그 앤 플레이 방식의 제품을 제공한다고 주장하는 CDP 제공업체도 있지만, 엔터프라이즈 CDP는 하루 만에 구현할 수 없습니다. 철저한 계획과 단계별 구현 로드맵을 갖춰야 하며, 이를 도울 파트너가 필요합니다. 따라서 Real-Time CDP 구현 시 가장 먼저 해야 할 일은 경험 많은 파트너를 선택하는 것입니다.

[Adobe Professional Services](#)는 컨설팅부터 구현, 배포에 이르는 모든 과정을 지원하는 최고의 파트너입니다. Adobe 솔루션은 물론, 모든 산업 분야에서 수많은 구현 경험을 보유한 Adobe Professional Services는 차별화된 전문성을 통해 Real-Time CDP를 성공적으로 구현하도록 도와드립니다.

### Adobe 파트너 네트워크

Adobe는 입증된 기술 전문성, 능숙한 구현 실력, 고객 성공 사례 등으로 인정받은 [강력한 전문 파트너 네트워크](#)를 제공합니다. 다양한 분야, 경험, 지역에서 서비스 및 제품을 제공하는 전 세계 150개 이상의 파트너 중에서 선택할 수 있습니다.



## 2 팀 구성하기

파트너를 선택한 다음에는 팀을 구성해야 합니다. Real-Time CDP를 배포하는 팀은 내외부 통합 고객 프로파일에 어떤 고객 데이터를 추가할지, 고객 데이터를 어디에 어떻게 저장할지를 결정해야 하고, 개인정보 보호 규정을 잘 이해하고 있어야 합니다.

핵심 직책과 책무는 다음과 같습니다.

### 핵심 팀



#### 제품 책임자

일상적인 업무를 감독하면서 모든 기능을 잘 사용하도록 지원합니다.



#### 프로젝트 매니저

기술 및 비즈니스 요구 사항을 문서화하고 이니셔티브를 추진하는 등 Adobe 솔루션의 대규모 구현 작업을 관리합니다.



#### 데이터 스튜어드

개인 식별 정보(PII)에 대한 회사 및 업계의 개인정보 보호 규정 준수 여부를 확인합니다.



#### IT 및 데이터 엔지니어링 리더

Adobe의 표준 데이터 모델을 모든 데이터 소스에 적용하고, 필요에 따라 조직의 요구 사항에 맞게 애플리케이션을 통합합니다.

### 기타 팀원



#### 마케터

파트너와 함께 데이터 공유 관련 동의와 고객이 상호 작용하는 채널을 관리합니다.



#### 고객 서비스 담당자

콜센터, CRM 플랫폼 등 다양한 시스템에서 수집된 데이터 중에서 고객 프로파일에 포함할 데이터를 확인합니다.



#### 법률 및 개인정보 보호 전문가

다양한 상황과 지역에서 고객 데이터 이용 방법에 대해 조언합니다.

### 3 목표 설정 및 성과 측정하기

목표를 명확히 정의해야 성과를 평가할 수 있습니다. 구현 프로세스 단계마다 목표를 세우고 성과를 측정합니다.

다음은 Real-Time CDP 구현의 목적, 목표, KPI에 대한 예시입니다.

#### 목적(예시)

- 통합 고객 프로파일을 기반으로 구축한 개인화된 경험을 모든 채널에 실시간 전달
- 자사 데이터 수집 및 활성화로 서드파티 데이터에 대한 의존도 감소
- 마케터를 위한 워크플로우 템플릿 구축으로 고객 행동에 빠르게 대응
- 세그먼트 구축 및 공유로 여러 채널에 마케팅 동시 활성화
- AI로 대용량 고객 데이터를 분석해 리소스 확대
- 데이터 거버넌스 및 개인정보 보호 관리 강화

#### Real-Time CDP를 통한 KPI(예시)

- 활성화된 고객 프로파일 수
- 고객 프로파일 갱신에 소요되는 시간
- 각 프로파일을 만드는 데 사용된 데이터 소스 수
- 데이터 거버넌스 요청 이행에 소요되는 시간
- 데이터 수집부터 활성화까지 걸리는 시간
- 고객 생성까지 소요되는 시간
- 온라인 데이터와 오프라인 데이터 동기화에 소요되는 시간
- 고객 데이터 포인트 수
- 모든 채널에 배포된 고객 경험 수

#### Real-Time CDP KPI와 마케팅 KPI 연결(예시)

- 인게이지먼트(클릭, 다운로드, 수신 동의)
- 인게이지먼트당 비용
- 사용자 확보당 비용
- 고객 전환율
- 고객 생애가치 측정
- 페이드 미디어의 마케팅 ROI

## 4 Real-Time CDP 구현 단계 준수하기

아래 제시되는 단계적 구현 계획을 통해 가장 중요한 활동의 우선순위를 정하고 이를 최우선으로 수행함으로써 더 나은 결과를 빠르게 얻을 수 있습니다. 너무 많은 목표를 빠르게 달성하는 데 집중하는 것이 아니라, 명확한 단계를 거쳐 가치를 빠르게 실현할 수 있습니다.

### 단계적 구현이란?

단계적 구현이란 정의된 단계에 따라 차례로 진행되는 구현 방식입니다. 비즈니스 유형과 고객(B2B 또는 B2C)에 따라 접근 방식이 다르며, 명확한 구현 시퀀스를 따릅니다.

첫 번째 1단계에서는 기술과 비즈니스 워크플로우를 ‘계획’합니다. Real-Time CDP에 대한 단기 활용 사례와 장기 활용 사례를 반영합니다. 프로젝트 킥오프에서 프로그램 목표와 KPI를 유연하게 정의합니다. 프로젝트 파악 과정에 해당하는 이 단계에서는 프로그램을 성공적으로 완수하는 데 필요한 리소스와 단계별 과정을 정의할 수 있습니다.

두 번째 2단계에서는 구현 및 준비 워크플로우를 동시에 진행합니다. 기술이 중심이 되는 ‘구현’ 워크플로우에서는 데이터 매핑, 고객 세그먼트 생성, 성능 테스트에 주력하고, 비즈니스를 위한 ‘준비’ 워크플로우에서는 조직 내 도입을 촉진하고 장기적인 가치에 초점을 둡니다.

두 가지 단계가 어떻게 유기적으로 진행되는지 자세히 살펴보겠습니다.

# 1단계

## 계획 워크플로우

### 목표

- 프로그램 목표, KPI, 작업 범위 정의
- 우선순위 활용 사례, 고객 세분화를 지원하기 위한 데이터 요구 사항, 비즈니스 목적에 따른 활성화 채널 결정
- 프로젝트 계획 및 타임라인 수립

### 활동(예시)

#### 1. 킥오프

- 비즈니스 및 기술 파악
- 초기 샌드박스 액세스 제공
- 성과 추적을 위한 KPI 중심의 접근 방식 수립

#### 2. 목적 정의

- 사전 정의된 활용 사례 공유, 고객 인사이트에 기반한 새로운 활용 사례 정의
- 업계 모범 사례를 반영한 비즈니스 요구 사항(BRD) 작성
- 구현을 위한 기술 솔루션 디자인(TSD) 문서 개발
- 성능 테스트의 목표 설정, 성공 기준 정의

### 마일스톤

- 프로젝트 계획 마무리
- BRD 및 TSD 작성
- 주요 활용 사례 파악

## 2단계

### 구현 및 준비 워크플로우 동시 진행

#### 구현 워크플로우

#### 준비 워크플로우

#### 목표

- 데이터 소스를 Real-Time CDP에 매핑
- 고객 세그먼트 생성
- 데이터 및 프로파일을 대상으로 성과 및 사용자 테스트 실시
- Real-Time CDP 관리, 조직 내 도입을 위한 전문가 조직(CoE) 구성
- 구현 완료, 도입 촉진

#### 활동(예시)

##### 1. 설계 및 구현

- 데이터 소스 준비 상태와 대상 채널 확인 및 평가
- 데이터 모델링 및 데이터 매핑 관련 논의
- 데이터 이용 및 레이블링 실행(DULE) 데이터 거버넌스 프레임워크에 대한 개요 제공
- 샌드박스에 고객 세그먼트 구축
- 대상 플랫폼과 통합 준비
- 최종 대상에 표시되도록 세그먼트 활성화 및 QA 실시

##### 2. 활성화

- 모든 데이터 소스에 대한 연결 검증
- 고객 프로파일에 대한 세부 검토 수행
- 고객 세그먼트 인증 및 성능 테스트 실시
- 지속적인 세그먼트 및 대상 구축
- 최종 사용자를 위한 기술 트레이닝 제공

##### 3. 가치 증대

- 측정 가능한 결과를 얻기 위한 장기 전략 및 플레이북 개발
- 고객 활성화 분석 보고서 작성
- 배포된 활용 사례를 위한 코칭 세션 전달
- 구현으로 창출된 비즈니스 가치 검토
- 활용 사례, 세그먼트, 활성화에 대한 개요를 마케터에 전달



## 5 전문가 조직(CoE) 구성하기

전문가 조직(CoE)은 마케터를 위해 기술 투자를 지원할 직원, 프로세스, 조직의 프레임워크를 마련하는 역할을 합니다. 데이터 관리 기술에 대한 CoE를 이미 갖추고 있을 수 있지만, 새로운 데이터 유형, 채널, 업데이트된 개인정보 보호 규정을 반영하려면 Real-Time CDP 구현과 함께 CoE도 발전해야 합니다.

### CoE의 업무

고객 CoE는 플랫폼 이용을 제어하고, 조직 로드맵을 개발하고, 진행 상태를 추적하고, 성과를 측정하고, 모든 팀과 효과적으로 소통합니다. 이 CoE를 통해 조직은 데이터 플랫폼에 대한 투자 효율을 극대화할 수 있습니다.

### CoE 구조 및 책무(예시)

	핵심 팀	이해관계자 위원회	운영 위원회
책무	<ul style="list-style-type: none"> <li>일상적인 플랫폼 관리</li> <li>프로젝트 계획 및 로드맵</li> <li>액세스 제어</li> <li>로드맵 공식화, 활용 사례 조정 등의 커뮤니케이션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>월별 성과 확인</li> <li>부서 간 의사 결정</li> <li>활용 사례 정의</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>월간 운영 위원회 미팅 참석</li> <li>부서 간 의사 결정 승인</li> <li>장애 요인 해소</li> </ul>
팀원(예시)	<ul style="list-style-type: none"> <li>제품 책임자</li> <li>프로젝트 매니저</li> <li>마케팅, 분석, 광고/에이전시 SME</li> <li>개인정보 보호</li> <li>CRM</li> <li>구현 당시 IT 및 데이터 엔지니어링 팀(데이터 아키텍트)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>미디어, CRM, 분석, IT, 법무, 개인정보 보호 팀의 대표자</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>마케팅 및 IT 부서의 경영진</li> </ul>

# 성공적인 Real-Time CDP 구현으로 가치 실현 시간 단축

Real-Time CDP 구현의 이점을 100% 활용하기 위해서는 다음을 따릅니다.

- 1. 활용 사례, 기능, 아키텍처 우선순위 결정.** 구현 과정을 여러 단계로 세분화하면 지연을 방지하고 필요한 기능과 기술을 쉽게 파악할 수 있습니다.
- 2. 적합한 데이터 선택, 구성, 준비.** 모든 소스의 다양한 유형의 데이터를 Real-Time CDP를 통해 통합할 수 있습니다. 고객 데이터를 즉시 연결하기보다는 우선순위 활용 사례와 가장 연관성 있는 데이터를 준비합니다.
- 3. 배포를 위한 리소스 할당.** 마케팅 팀과 IT 팀이 Real-Time CDP를 실행하고 지원할 수 있도록 교육하여 투자 효과를 극대화하고 가치를 빠르게 실현합니다. 이 구현 가이드가 배포 프로세스를 원활하게 시작하도록 도와줄 것입니다.

성공적인 Real-Time CDP 구현을 지원할 파트너를 찾고 계십니까? [Adobe Professional Services에 문의](#)하십시오.

[Adobe Real-Time CDP](#)를 사용하면 개인정보를 안전하게 보호하면서 고객 및 계정 프로파일을 구축 및 유지하고 실시간으로 활성화할 수 있습니다.

## Adobe Real-Time CDP

Adobe Real-Time CDP는 실시간으로 자동 업데이트되는 알려진 개인 및 기업 데이터는 물론이고 익명의 데이터까지 수집해 표준화하고, 고객 프로파일과 계정 프로파일을 통합합니다. 마케터는 이런 강력한 프로파일을 통해 시의적절하고 연관성 높게 개인화된 경험을 모든 채널에 대규모로 전달할 수 있습니다. 기업은 데이터 활용 거버넌스를 통해 데이터를 더 책임 있고 투명하게 사용할 수 있으므로 소비자는 기업의 데이터 사용에 대해 안심할 수 있습니다.



Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.

© 2024 Adobe. All rights reserved.