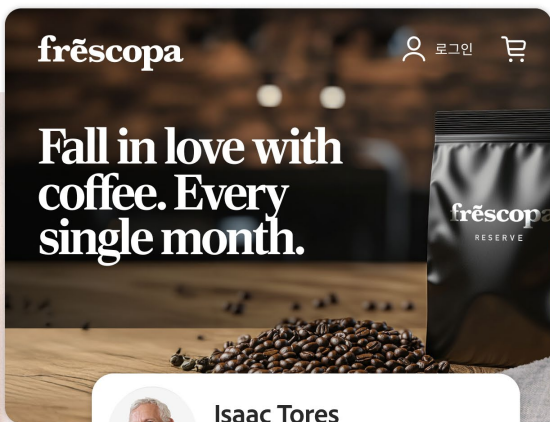




# Adobe Commerce 시작하기

비즈니스 성장 가속화, 출시 시간 단축, B2B 및 B2C 세일즈  
확장을 위한 Adobe Commerce 구현 방법



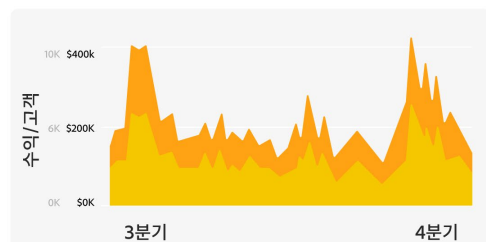
Isaac Tores  
B2C 구매자



Nadia Chau  
B2B 구매자

## 비즈니스 트렌드 보고서

● 신규 고객 ● 수익



## e커머스의 당면 과제

e커머스 경험이 다양한 디바이스, 플랫폼, 채널로 확장되고 있습니다. 브랜드는 구매자 여정 전반에서 일관되고 개인화된 경험을 제공해야 하는 부담을 안고 있습니다. 하지만 시스템, 팀, 데이터 등이 분산된 상태에서는 고객 경험을 개인화하고 구매자의 적극적인 참여를 유도하기 어렵습니다. 새로운 성장 기회를 찾고 고객 충성도를 높이려면 이러한 문제를 최우선으로 해결해야 합니다.

### e커머스를 혁신해야 하는 이유

- **파편화된 에코시스템:** 다양한 커머스 플랫폼을 관리하는 일은 비효율적이고 비용이 많이 듭니다.
- **확장성 한계:** 대부분의 솔루션이 비즈니스 확장을 위한 요구 사항이나 B2B 및 B2C 운영의 복잡성을 해결하지 못합니다.
- **개인화 어려움:** 데이터가 통합되지 않으면 소비자의 기대에 부응하는 경험을 제공할 수 없습니다.
- **성능 저하:** 느린 사이트 속도로는 고객을 만족시킬 수 없습니다. [70%의 방문자](#)가 로딩 시간이 구매 결정에 영향을 미친다고 생각합니다.

## Adobe Commerce 구현 효과

e커머스 기업은 Adobe Commerce를 통해 개인화되고 확장 가능한 온라인 쇼핑 경험을 단일 플랫폼에서 구축하고, 개인화된 통합 e커머스 경험을 빠르게 제공할 수 있습니다.

## e커머스 브랜드가 얻는 이점

- ✓ 도달 범위, 트래픽, 전환율 증가
- ✓ 개인화 개선
- ✓ 신규 시장 확장
- ✓ 복잡한 B2B 구매 여정 지원

이 가이드에서는 기업이 직면한 다양한 문제를 해결하고 전 세계 소비자와 B2B 구매자에게 탁월한 쇼핑 경험을 제공하기 위한 Adobe Commerce 구현 방법을 살펴봅니다. 새로운 e커머스 여정을 시작하는 기업은 물론, 다른 플랫폼에서 Adobe Commerce로 전환하고자 하는 기업에도 이 가이드는 큰 도움이 될 것입니다.

## 비즈니스 성장 및 고객 참여도 향상

**61%**

개인화된 서비스를 제공하는  
기업에 더 큰 비용을 지출할  
의향이 있는 고객 비율

출처: [Medallia](#)

**2배**

기업이 개인화된 커머스 경험을  
제공한 결과, 2배 더 높은 비즈니스  
성장률과 20~30% 더 높은 고객  
참여도 달성

출처: [McKinsey & Company](#)

## 시작을 위한 질문

Adobe Commerce 구현은 4단계로 진행됩니다. 하지만 그에 앞서 준비 상태를 점검하고 계획을 체계적으로 세워야 합니다.

- 1. 이해관계자는 누구인가?** 프로세스에 누가 참여할지 정하고, 의사 결정자와 기여자를 파악합니다.
- 2. 비즈니스 목표는 무엇인가?** 수익 증대, 신규 시장 확장, 고객 만족도 향상 등 우선순위를 정합니다.
- 3. 예산은 어느 정도인가?** 필요한 투자 비용과 예상 ROI를 파악합니다.
- 4. 일정은 어떻게 되는가?** 원활한 구현을 위해 조직과 핵심 목표에 맞게 이정표를 명확히 설정합니다.

# 4단계로 구현하는 Adobe Commerce



1단계  
계획



2단계  
개발



3단계  
실행



4단계  
유지 관리

## Adobe Commerce 구현 기간

구현 기간은 조직마다 다릅니다. 구현 프로세스의 단계가 겹칠 수 있지만 일반적으로 최대 40주 정도 소요됩니다. 전략 컨설팅, 배포 지원, 고객 온보딩 등 비즈니스 혁신 과정을 [Adobe Professional Services](#)가 함께합니다.



### 1. 계획

계획 단계에서는 아이디어 구상부터 시작해 이해관계자, 팀, 프로젝트 관리자가 모든 구현 단계를 효과적으로 관리할 수 있도록 명확한 방향을 정합니다. 목표를 설정하고, 마감 일정을 맞추기 위한 토대를 마련하고, 목표 달성에 필요한 작업의 우선순위를 정의합니다.

#### 계획 단계에 포함해야 하는 활동

- **구체적인 로드맵 개발:** 비즈니스 니즈에 맞게 범위, 예산, 일정을 정합니다. e커머스 플랫폼의 필수 기능과 선호하는 기능을 명확히 파악하여 우선순위를 정하고, 예산과 적절한 실행 시기도 설정합니다.
- **성과 정의:** 초기 비즈니스 목표를 명확히 설정하고, 내부 거버넌스 프레임워크를 구축하고, 주요 성공 지표를 정의합니다.
- **데이터 파악:** 현재와 미래의 데이터 관리 및 사용을 위한 데이터 전략을 점검하고 수립합니다. 여기에는 [PCI 규정 준수](#) 및 유지도 포함됩니다.
- **반복 수행:** 각 단계를 진행하고 완료하면서 전략 수립, 구축, 테스트 과정을 반복하며 조정합니다.



### 2. 개발

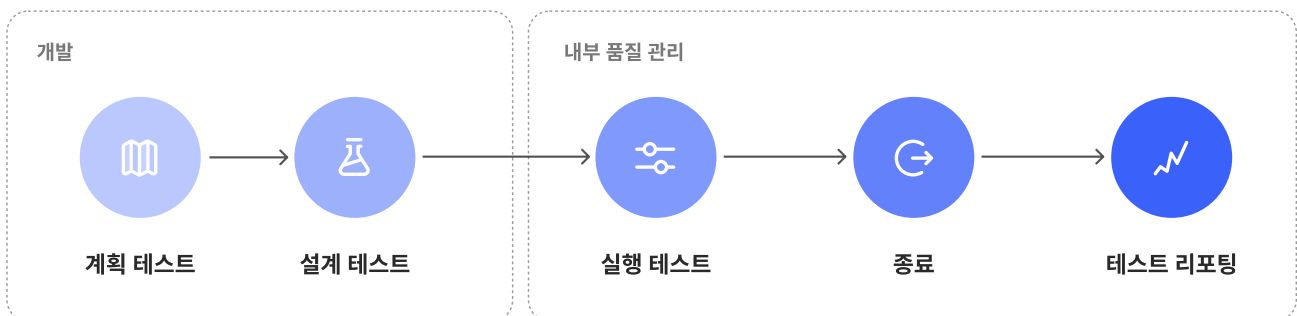
계획을 수립했다면 개발로 넘어갑니다. 이 단계에서는 새로운 플랫폼을 설계하고, e커머스 사이트 운영에 관련된 모든 솔루션을 파악하고, 작업 스프린트를 계획합니다. 작업 관리 시스템, 협업 툴, 코드 저장소 등 커머스 플랫폼 관리를 위한 핵심 시스템을 통합합니다.

## 개발 단계에 포함해야 하는 활동

- **개발 간소화를 위한 인프라 구축:** 개발, 테스트, 제작 워크플로우 등을 지원하는 인프라를 구축 및 구성합니다. 인프라를 제대로 갖추면 비즈니스 문제 해결에 집중하면서 신규 시장에 원활하게 진출할 수 있습니다.
- **환경 설정:** Adobe Commerce의 개발 환경, 스테이징 환경, 제작 환경을 설정합니다. 통합 스타터 키트에는 전사적 리소스 계획, 고객 관계 관리, 제품 정보 시스템 등과 이벤트 기반 통합 구축을 간소화하는 템플릿, 온보딩 스크립트, 아키텍처 모범 사례가 포함되어 있습니다. 최상의 결과를 얻으려면 지속적 통합 및 전달(CI/CD)을 기반으로 코드 변경 및 배포를 간소화합니다.
- **Adobe Commerce 맞춤화:** 여러 팀이 협업하면서 사전 정의된 목표를 달성할 수 있도록 Adobe Commerce를 구축하고 맞춤화합니다. 예를 들어, 고객의 참여도 및 충성도 향상이 가장 중요한 우선순위라면 탁월한 스토어 경험을 제공하도록 Adobe Commerce 기능을 설정하고 이용할 수 있습니다. 아키텍처 전략과 운영 모델에 맞게 스토어를 개발하고, 웹 페이지를 빠르게 만들고 관리할 수 있는 커머스 보일러플레이트 및 드롭인의 구현 기반을 마련하고, Adobe Commerce의 AI 툴을 활용하여 제품 머천다이징을 개인화합니다.

## 프로젝트 라이프사이클의 품질 관리 활동

품질 관리는 원활한 전환과 장기적인 성공을 위해 Adobe Commerce 구현의 모든 단계에서 필수입니다. 다음 그림은 프로젝트 라이프사이클의 핵심 품질 관리 활동을 정리한 것입니다. 품질 관리는 위험을 최소화하고, 성과를 최적화하고, 원활한 고객 경험을 제공하는 데 도움이 됩니다.



## 3. 실행

개발을 마쳤다면 이제 Adobe Commerce를 실행할 차례입니다. 실행 단계에서는 시스템을 엄격하게 테스트하여 모든 것이 제대로 실행되고 있는지, 적절한 팀원에게 이용 권한을 부여했는지, 고객이 문제없이 시스템을 이용할 수 있는지 확인합니다.

## 실행 단계에 포함해야 하는 활동

- **실행 준비 상태 점검:** 엄격한 테스트와 [실행 전 체크리스트](#)를 통해 실행을 준비합니다. 원활한 실행을 위해 IT 팀, 통합 파트너와 함께 실행 준비 계획을 세웁니다. 실행하기 전에 코드 배포 및 테스트가 스테이징 환경과 제작 환경에서 원활하게 작동하는지 확인합니다.
- **Adobe Commerce 전문가 지원:** Adobe Professional Services 담당자를 통해 궁금한 사항과 문제를 해결합니다. 실행 과정에서 문제가 발생하는 경우 [Adobe Commerce 지원 기술 자료](#)에서 빠르게 지원을 받을 수 있습니다.
- **성과 및 피드백 모니터링:** 성과와 고객 피드백을 추적하여 최적화를 수행합니다. [상태 알림](#), [Observation for Adobe Commerce](#)를 통해 Adobe Commerce 사이트의 성과를 모니터링하고 문제를 빠르게 진단합니다.

## 4. 유지 관리

Adobe Commerce를 통해 새로운 e커머스 사이트를 실행한 다음에는 지속적인 유지 관리를 위한 정기적인 지원 계획을 수립합니다. 지원을 통해 사이트를 최적화하고, 소비자의 니즈가 바뀌거나 새로운 기능이 제공될 때 업데이트할 수 있습니다. 실행 단계 이후에는 개발 요구 사항이 줄어들지만 지속적인 유지 관리는 필요합니다. 이를 지원할 팀을 구성하는 것이 좋습니다.

## 유지 관리 단계에 포함해야 하는 활동

- **비즈니스 규모에 맞게 Adobe Commerce 최적화:** 업데이트, 최적화, 문제 해결 등을 위한 지원을 설정합니다. Adobe Commerce는 비즈니스 규모가 커질수록 비즈니스 및 고객의 니즈에 맞게 유연하게 맞춤화할 수 있는 기능을 제공합니다.
- **피드백으로 성능 강화:** 고객 피드백과 분석을 기반으로 사이트의 성능을 지속적으로 개선합니다. 또한 정기적인 유지 관리 계획에 보안, 성능, 품질, 버그 수정을 포함합니다.
- **선제적인 업데이트로 경쟁력 유지:** 선제적인 e커머스 지원으로 브랜드를 발전시킵니다. 그중 하나가 정기적인 플랫폼 업데이트입니다. 업데이트를 미루거나 부정기적으로 실시하면 기술 부채가 누적되어 추후 큰 문제를 일으킬 수 있습니다.



# Adobe Commerce 여정을 시작하세요!

Adobe Commerce는 기업이 e커머스 전략을 재구성하고 B2B 및 B2C 고객에게 탁월한 스토어 경험을 제공하도록 지원합니다. 지금까지 소개한 4단계로 시작해 보세요. 비즈니스를 처음 시작하는 기업도, 더 큰 성장을 목표로 Adobe Commerce로 전환하려는 기업도 성공적인 여정에 나설 수 있습니다.

[Coca-Cola가 Adobe Commerce를 통해  
개인화된 e커머스 경험을 제공하고 고객  
참여도를 높인 방법을 살펴보세요.](#)

자세히 보기



# Adobe

Adobe, the Adobe logo, and Adobe Commerce are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2025 Adobe. All rights reserved.