

Adobe Commerce 데이터 공유

원활한 데이터 공유로
데이터 통합 및 개인화 실현

분산된 데이터, 분절된 개인화

기업은 엄청난 양의 데이터를 수집합니다. 그러나 고객 행동, 선호도, 브랜드와의 상호 작용 등에 관한 데이터가 CRM, 커머스 플랫폼 등 사내 여러 시스템에 분산되어 저장 및 관리되는 경우가 많습니다.

종합적인 인사이트를 얻을 수 있는 단일 뷰가 없다면 개인화된 경험을 실시간으로 전달하는 것은 거의 불가능합니다. 많은 기업이 수작업으로 데이터를 통합하려고 시도하지만 이는 비효율적이고, 격차가 발생할 수 있으며, 즉각적인 개인화 및 타겟팅에 필요한 실시간 데이터 공유에도 한계가 있습니다.

4명 중 3명에 가까운 소비자는 개인화된 경험을 제공하는 브랜드의 제품을 구매할 가능성이 높고, 해당 브랜드에서 37% 더 많이 지출합니다.

브랜드 중 최소 1/3이 고객과 시장에 대한 인사이트가 부족해 개인화된 경험 전달에 어려움을 겪습니다.

출처: Deloitte

커머스 데이터가 중요한 이유

기업의 커머스 플랫폼에 있는 데이터는 구매 의향이 높은 고객과 브랜드 간의 직접적인 상호 작용이 반영된 퍼스트파티 데이터입니다. 스토어프런트에서 고객이 클릭할 때 수집되는 행동 데이터부터 주문 상태, 주문 내역 등 서버 측 데이터에 이르기까지 고객 경험은 다양한 커머스

데이터를 바탕으로 만들어집니다. 커머스 데이터는 사이트 경험을 개인화하고, 옴니채널 마케팅 및 광고 여정을 트리거하고, A/B 테스트 및 다변량 테스트를 실시하고, 고객 분석을 실행하는 데 없어서는 안 될 필수 데이터입니다.

커머스 데이터는 일괄로 내보내거나 가져오지 않고도 원활하게 공유하고, 통합하고, 실행할 수 있어야 합니다. 이것이 바로, Adobe Commerce의 ‘데이터 공유 서비스’가 필요한 이유입니다.



Adobe Commerce 데이터 공유 구현 3단계

Adobe Commerce의 데이터 공유 서비스를 이용하면 데이터 분산 문제를 빠르고 간편하게 해결하고, 단일 소스를 구축할 수 있습니다. 또한 인사이트를 통해 실시간으로 개인화된 커머스 경험, 마케팅, 광고, 경험 테스트 및 분석 결과 등을 모든 이해관계자에게 전달할 수 있습니다.



1단계: 데이터 수집 및 공유

행동 이벤트(예: 사이트 검색, 제품 보기, 장바구니에 추가), 백오피스 이벤트(예: 주문 상태) 등을 기본으로 수집 및 표준화하고 연관성 높은 맞춤 이벤트를 정의합니다. 맞춤 태그를 지정하고 통합하는 데 몇 주가 걸리던 이전과 달리, Adobe Commerce에 내장된 다양한 기능을 통해 단 몇 시간 만에 데이터를 간편하게 공유할 수 있습니다. 코드 작성은 필요하지 않습니다.

수집된 이벤트는 데이터 커넥션 익스텐션을 통해 Experience Edge로 즉시 전송됩니다. 이벤트는 Adobe Real-Time CDP에서 캡처될 수 있고, Adobe Experience Cloud의 다양한 애플리케이션과 공유될 수 있습니다.

2단계: 통합 및 세분화

Adobe Real-Time CDP는 Adobe Commerce의 데이터와 함께, 모든 비즈니스 시스템 및 채널 전반의 알려진 데이터와 익명의 데이터를 조합해 내장된 데이터 거버넌스를 기반으로 각 고객에

대한 종합적인 단일 뷰를 만듭니다. 또한 Adobe Sensei 기반의 Customer AI를 사용해 풍부한 데이터를 바탕으로 세부적인 성향 기반의 세그먼트를 생성합니다. 고객 프로필과 세그먼트를 모두 통합해 한곳에서 관리하고 어디에나 활성화할 수 있으므로 데이터 분산 문제가 빠르게 해결됩니다.

3단계: 어디에나 활성화

이벤트를 캡처하고 풍부한 커머스 데이터를 수집하면 다양한 방식으로 데이터를 활성화할 수 있습니다. 커머스 경험을 개인화하거나, Adobe Experience Cloud의 제품을 비롯해 PIM, CRM, ERP 등의 서드파티 시스템과 데이터를 공유할 수 있습니다.

‘고객 활성화’ 기능을 사용하면 Real-Time CDP에서 AI를 기반으로 생성 및 관리되는 세그먼트에 개인화된 콘텐츠, 관련 제품 규칙, 프로모션을 맞춤화하여 실시간으로 전달할 수 있습니다. Real-Time CDP에서 Adobe Commerce의 행동 이벤트를 바탕으로 세분화한 다음, 각 고객에게 타겟팅된 경험을 트리거합니다. 이 모든 과정이 실시간으로 진행됩니다.

데이터 커넥션 익스텐션을 이용하면 Adobe Commerce 외에도 Adobe Experience Cloud의 다양한 제품과 원활하게 데이터를 공유해 광고(예: 광고 제한), 옴니채널 마케팅(예: 캠페인, 이메일, 알림), 테스트(예: A/B 테스트, 다음 제안), 분석(예: 캠페인 분석, 여정 분석) 등에 활용할 수 있습니다.

Adobe의 시간 및 비용 절약 접근 방식

Adobe Commerce는 다양한 기술 스택에서 데이터를 간편하게 공유하고 활성화하도록 지원합니다. UI 기반의 통합 워크플로우로 가치 실현 시간(TTV)이 크게 단축됩니다. 이전에는 3명의 개발자가 평균 20일 동안 해야 했던 작업을 데이터 공유 기능을 통해 1명의 개발자가 단 하루 만에 마칠 수 있습니다.

Adobe 데이터 공유의 차별성

- 스토어프런트 이벤트 및 백오피스 이벤트 기본 지원
- 신속한 UI 전용 통합 프로세스(코드 작성 없음)
- 다양한 Adobe 애플리케이션에서 표준화된 데이터 스키마 지원
- 엣지 기반 프로세싱을 통한 실시간 개인화 지원

다음 단계로 나아가세요

Adobe Commerce의 강력한 툴킷을 통해 매력적이고 개인화된 경험을 대규모로 전달하여 고객의 참여도를 높이고 전환율과 매출을 향상시키세요.

[자세히 보기](#)

[Adobe Commerce로 비즈니스 성장 실현](#)

출처

[개인화 - 브랜드와 고객의 교환 가치, Deloitte Digital, 2024년](#)

Adobe

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

© 2025 Adobe. All rights reserved.