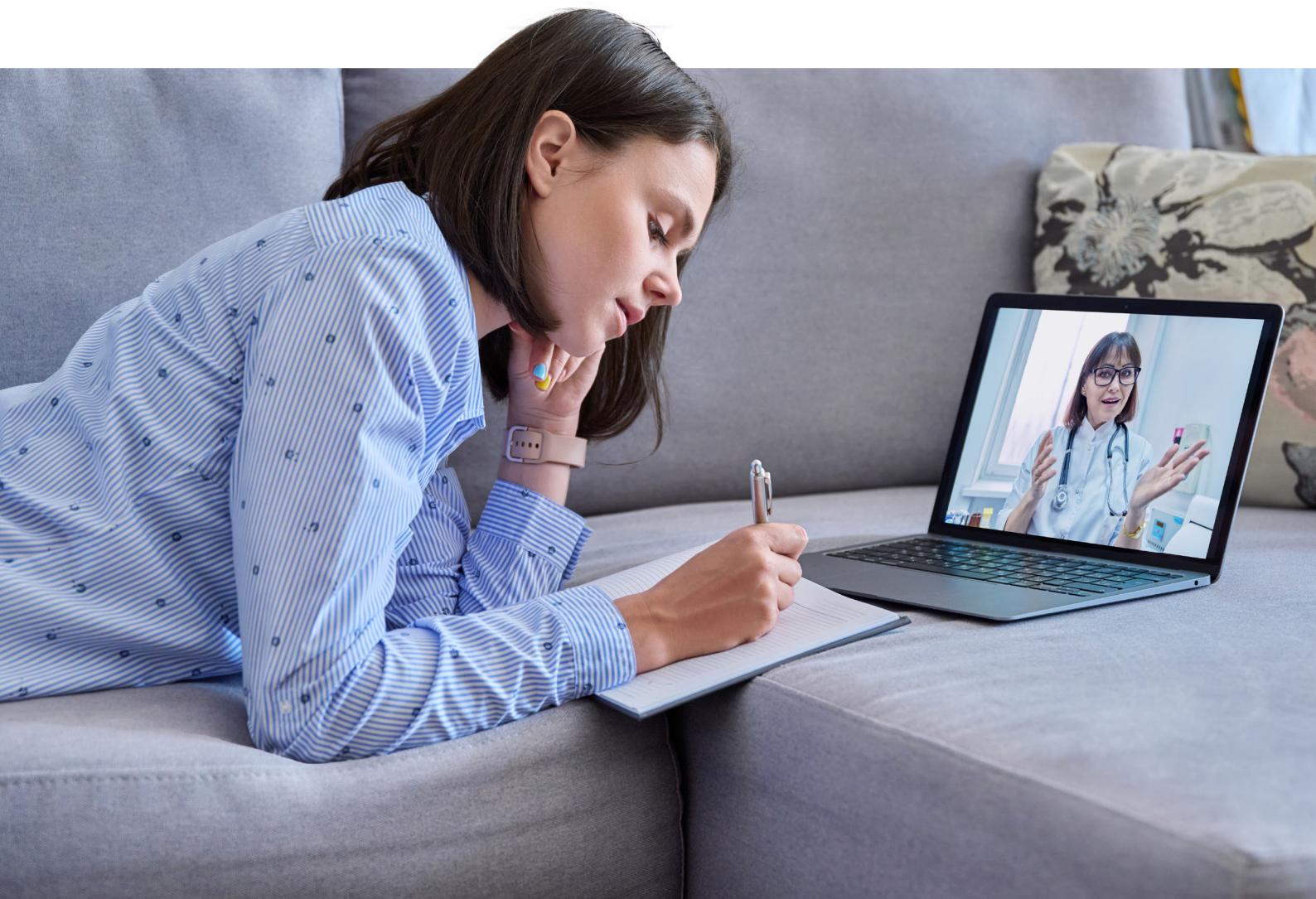




의료 및 생명 과학 업계에서 커머스를 활용하는 4단계 접근 방식

Adobe Commerce는 의료 기관의 데이터 보강 및 환자와의 관계 강화를 지원합니다.



의료 서비스에 대한 사람들의 인식이 변화하고 있습니다. 모든 서비스가 그렇듯, 의료 경험 또한 간편하고, 편리하며, 개개인에 맞게 맞춤화되기를 원합니다. [1,000명 이상의 의료 서비스 고객을 대상으로 실시한 설문조사](#)에서 응답자의 44%는 적절한 상황에서 필요한 순간에 의료 기관이 먼저 연락해 주기를 바란다고 답했습니다. 이와 유사한 [Adobe의 연구](#)에서는 응답자의 66%가 약물 치료나 진료 예약에 대한 알림을 문자 메시지 또는 이메일로 받기를 원하며, 52%는 치료 프로그램 이용 자격에 대한 개인화된 이메일을 원한다고 답했습니다.

의료 기관이 리테일 기업과 같은 수준으로 고품질의 커머스 경험을 제공하는 것은 말처럼 쉬운 일이 아닙니다. 커머스 기술과 고객 경험 기술은 대부분 리테일을 비롯한 일부 업계를 위해 마련된 것으로, ‘건강보험 양도와 책임에 관한 법률(HIPAA: Health Insurance Portability and Accountability Act)’ 및 기타 개인정보 보호법에서 요구하는 수준으로 개인의 의료 정보를 보호할 수 없습니다. 이러한 규정을 준수하기 위해 IT 팀이나 개발자 팀에서 복잡하고 때로는 비용이 많이 드는 개인정보 보호 및 보안 장치를 자체적으로 구축하는 의료 기관이 많이 있습니다.

하지만 HIPAA 법률을 준수할 수 있도록 설계된 커머스 플랫폼이 없는 것은 아닙니다. 이를 이용하면 치아 교정기, 보행 보조기 등 처방전이 필요 없는 품목을 판매할 수 있으며, 교육 리소스, 진료 예약 알림, 건강관리 홍보 콘텐츠 등을 쉽게 제공할 수 있습니다. 또한 이러한 플랫폼은 환자가 기꺼이 공유하는 퍼스트 파티 데이터를 수집하여 의료 여정을 더욱 풍부하게 만들도록 지원합니다.

이 e북에서는 디지털 혁신이라는 의료 업계의 당면 과제와 활용 사례를 살펴봅니다. 커머스 솔루션을 사용하여 환자에게 더 나은 경험을 제공하기 위한 4가지 전략도 알아봅니다.

HIPAA 규정 준수 과제

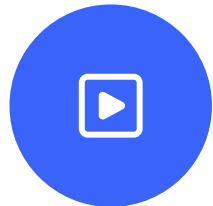
의료 기관은 적절한 고객 데이터 없이는 개인화된 디지털 경험을 제공할 수 없습니다. 하지만 환자 및 의료 서비스 고객을 보호하기 위해서는 HIPAA 가이드라인과 다양한 개인정보 보호 규칙에 따라 고객 데이터를 수집해야 합니다.

의료 기관에서 이러한 규정 준수를 관리할 수 있도록 설계된 디지털 경험 기술은 거의 없습니다. 이로 인해 의료 기관은 비용이 많이 드는 맞춤화 프로젝트를 진행하거나 대규모 IT 팀을 통해 고유한 툴을 자체적으로 구축하고 유지 관리하는 방법 중 하나를 선택해야 합니다. 많은 기관이 후자를 선택합니다. 그러나 이 방법을 통하여 HIPAA 규정을 준수할 수는 있지만, 파편화된 디지털 경험으로 인해 유지 관리 및 발전이 쉽지 않습니다.

의료 기관의 커머스 솔루션 활용 예시

의료 기관은 커머스 기술 도입 속도가 느린 편입니다. 매출보다는 환자에 집중하는 비영리 기관인 경우가 많기 때문입니다. 하지만 HIPAA 규정을 준수하는 커머스 솔루션을 사용하면 더 나은 교육 콘텐츠와 강력한 셀프 서비스 툴을 통해 환자의 요구 사항을 최우선으로 고려하는 개인화된 의료 경험을 지원할 수 있습니다.

교육 콘텐츠



건강 관리에는 수많은 질문이 따릅니다. 커머스 기술을 도입하면 예방 치료 목적으로 무릎 보호대를 구입하는 육상 선수와 같이 사전 예방적 차원에서 제품을 구매하는 환자에게 해당 제품의 사용 방법을 소개하는 영상과 기술문서 등 다양한 디지털 콘텐츠 등을 제공할 수 있습니다.

- **커머스 솔루션 도입 이전:** 환자가 양압기, 에피네프린 주사제, 혈압 모니터 등의 사용 방법을 검색해도 제대로 된 정보를 찾지 못할 수 있습니다.
- **커머스 솔루션 도입 이후:** 환자의 행동 및 구매와 연관된 튜토리얼과 강의 등을 제공합니다.

처방약 구매



어떤 환자에게는 처방약 구매가 복잡하고 까다로울 수 있습니다. 특정 약의 경우 언제, 어디서 구매가 가능한지 알기 위해 여러 번 전화해야 할 수도 있습니다. 커머스 솔루션을 이용하면 온라인으로 쉽게 주문하고 비용까지 지불할 수 있습니다.

- **커머스 솔루션 도입 이전:** 환자는 처방약을 어디에서 어떻게 구매할 수 있는지 알아보기 위해 의료 기관과 약국 중 어디에 먼저 전화해야 할지 고민합니다.
- **커머스 솔루션 도입 이후:** 환자는 본인의 계정에서 정기적으로 복용하는 약물을 쉽게 주문하고, 처방 정보를 저장하며, 원하는 배송지에서 받을 수 있습니다.



원활한 정보 검색

의사, 의료 보험, 병원 등 무수히 많고 다양한 정보 속에서 원하는 정보를 찾기가 쉽지 않습니다. 지능형 검색 기능을 갖춘 커머스 솔루션을 이용하면 필요한 정보를 더 쉽게 찾을 수 있습니다.

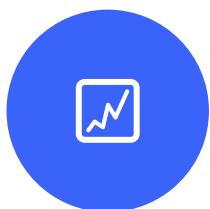
- **커머스 솔루션 도입 이전:** 정보가 온라인 여기저기에 흩어져 있습니다.
- **커머스 솔루션 도입 이후:** 의료 기관은 다양한 채널에 맞춤형 온라인 경험을 구성하여 환자가 필요한 정보를 빠르게 찾도록 할 수 있습니다.



개인화된 강의

대면 강의와 온라인 강의는 의료 서비스 고객과의 맞춤화된 상호 작용에 중요합니다. 커머스 솔루션을 이용하면 강의, 프로그램 등록, 출석, 참여 등을 원활하게 진행할 수 있습니다.

- **커머스 솔루션 도입 이전:** 의료 서비스 고객은 강의를 찾고, 강의에 출석하고, 사후 관리를 받기 위해 불편하게 여러 채널을 오가야 합니다.
- **커머스 솔루션 도입 이후:** 커머스 데이터, 주문 내역, 기타 거래 정보를 활성화하여 개인화된 강의 정보를 제공합니다. 한 가지 예로 임신 초기 환자에게 산전 강의 일정을 보내는 푸시 알림을 들 수 있습니다.



손쉬운 의료 장비 구성

의료 장비는 다양한 사양과 부품 때문에 구성이 복잡한 경우가 많습니다. 의료 장비 공급업체는 클리닉, 병원, 환자를 대신해 소모품, 장치, 장비 등을 구매하여 현장에서 손쉽게 구성 및 조립할 수 있어야 합니다.

- **커머스 솔루션 도입 이전:** 복잡하고 까다로운 장비 구성 프로세스와 관리에 많은 시간이 허비되고 있습니다.
- **커머스 솔루션 도입 이후:** 공급업체는 고객에게 향상된 B2B 경험을 제공하고, 의료 기관은 보다 안전하고 효율적인 방법으로 의료 장비를 확보할 수 있습니다.



HIPAA 준수 웨어러블 기기

Software Advice에 따르면, [환자의 91%](#)가 개인 건강 추적 기기의 데이터를 의사와 공유하고 싶어 합니다. 커머스 솔루션을 사용하면 의사는 보행수, 심박수, 칼로리 등의 데이터를 모니터링하는 웨어러블 기기를 보다 수월하게 추천할 수 있습니다. 물론 수집되는 모든 데이터에는 HIPPA 규정이 적용됩니다.

- **커머스 솔루션 도입 이전:** 의료 기관은 웨어러블 기기 사용 방법에 대한 개인화된 지침을 전달하고 환자 포털에 진행 상황을 안전하게 표시하는 데 어려움을 겪고 있습니다. 환자는 웨어러블 기기 사용을 어려워하고 있습니다.
- **커мер스 솔루션 도입 이후:** 의료 기관은 HIPAA를 준수하는 툴을 사용함으로써 의료 서비스 이용자의 데이터가 안전하게 보호되는 환경에서 환자의 진행 상황을 표시하고 지침을 개인화할 수 있습니다. 환자는 웨어러블 기기 구독 갱신, 추가 기능 구매 등을 할 수 있습니다.

퍼스트 파티 데이터로 환자를 최우선으로 고려하세요.

의료 기관은 환자가 의료 여정을 진행하는 과정에서 엄청난 양의 데이터를 수집합니다. 단순 트랜잭션에서 진료 예약에 이르기까지 다양한 종류의 모든 소스에서 데이터가 제공됩니다. 의료 기관은 환자를 위한 최선의 방법을 찾기 위해, 이러한 데이터를 온전히 파악하고 이해해야 합니다. Adobe Commerce를 사용하면 실행 가능한 데이터를 확보하고 이를 환자 개개인에게 맞춤화된 소통과 치료 경험으로 전환할 수 있습니다.

Adobe Commerce를 시작하는 4단계

Adobe Commerce는 시장에 출시된 최초의 HIPAA 준수 커머스 솔루션 중 하나입니다. 이를 활용하면 의료 여정 전반에서 환자 및 고객과 유의미한 관계를 형성할 수 있습니다. 다음 4단계를 따라 시작해 보세요.



단계 1. 모든 점점에서 감사 실시

환자와 고객이 디지털 채널과 오프라인 채널에서 어떻게 상호 작용하는지 살펴보세요. 이러한 상호 작용 과정에서 데이터가 어떻게 수집되어 마케팅 스택에서 사용되는지, 그리고 해당 스택이 의료 기관에서 사용하는 모든 툴과 통합되어 있는지도 알아봅니다. 데이터가 별도의 저장소에 보관되어 있는지, 아니면 데이터가 플랫폼 간, 팀 간에 자유롭게 공유되고 있는지 확인해야 합니다. 그렇지 않은 경우, 퍼스트 파티 데이터를 통합하고 이를 관리하는 툴을 연결하는 방법을 추가로 알아봐야 할 수 있습니다.

단계 2. 적합한 커머스 솔루션 통합

데이터의 소스를 살펴봤다면 이제 어떤 플랫폼이 효과적인지 파악하세요. 이때 다음과 같은 기준으로 평가합니다.

- HIPAA 준수 기능으로 데이터 처리와 관련된 위험 최소화
- 의료 기관에서 이미 사용 중인 다른 솔루션과 연결
- 통합 비용 절감
- 디지털 혁신 지원

의사 결정자의 지지를 확보하기 위해서는 도입하려는 솔루션이 규정을 준수하지 않을 위험은 없는지, 기존 인프라에 어떤 가치를 제공하는지, 통합 비용이 많이 들지는 않는지 등 의사 결정자가 제기할 만한 우려 사항을 말끔히 해결할 수 있는 정보를 제공해야 합니다. Adobe Commerce는 Adobe Experience Cloud 솔루션과 통합되어 디지털 혁신을 지원하므로, 개인 정보를 보호하는 동시에 기관의 경쟁력을 높일 수 있습니다.

단계 3. 커머스, 콘텐츠, 기타 마케팅 요구 사항의 종합 관리

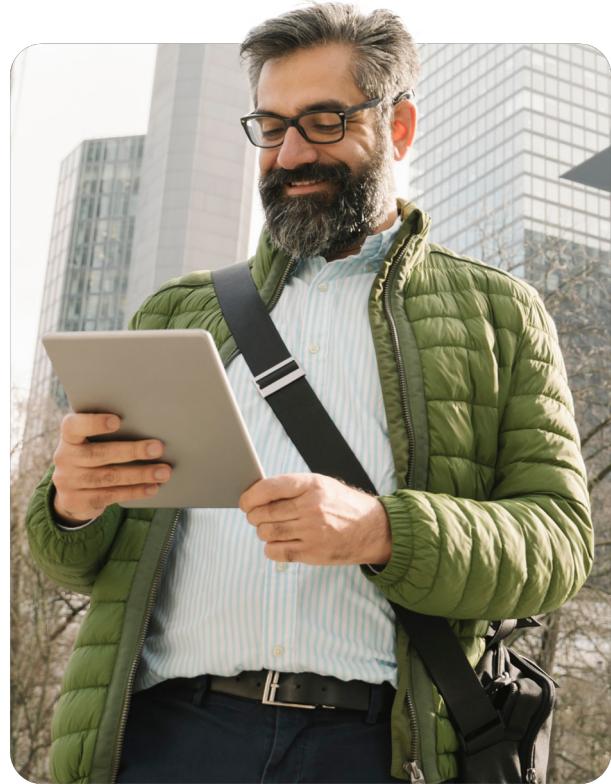
Adobe Commerce는 Adobe Experience Cloud는 물론, 다양한 서드파티 솔루션과도 긴밀하게 통합되어 있습니다. 즉, 데이터를 공유하고 더 많은 곳에 연결하여 환자와 고객에게 더 나은 경험을 제공할 수 있습니다. 환자에 대한 불완전하고 실행 불가능한 정보만을 얻기 위해 서로 다른 툴에서 확보한 데이터를 수동으로 통합하지 않아도 됩니다.

단계 4. 커머스 데이터를 더욱 스마트하게 활용

Adobe Commerce를 사용하면 퍼스트 파티 데이터를 전략적으로 활용할 수 있습니다. 환자가 정기적으로 강의에 등록하거나 의료 장비를 구매하는 경우, 추후 환자의 참여를 유도하는 데 활용 가능한 중요한 정보를 쉽게 파악할 수 있습니다. 더 많은 데이터를 수집하고 더욱 풍부한 환자 경험을 제공하기 위한 메커니즘으로 Adobe Commerce를 활용하면 환자와 좋은 관계를 이어갈 수 있습니다.

고객이 기대하는 의료 경험을 제공하세요.

개인화된 알림, AI 기반 검색, 컴포저블 커머스 등 Adobe Commerce의 주요 기능을 통해 의료 기관은 HIPAA를 준수하는 방식으로 의료 서비스를 제공할 수 있으며, 퍼스트 파티 데이터를 기반으로 환자와 소통하며 참여를 유도할 수 있습니다. 가치 있는 온라인 의료 서비스 경험을 제공하고, 건강과 삶의 질을 향상하도록 도울 수 있습니다. Adobe Commerce로 환자 경험을 크게 혁신해 보세요.



[자세히 보기](#)

Adobe

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

© 2025 Adobe. All rights reserved.