



롯데렌탈, 고객 경험 혁신으로 라이프 스타일에 '묘미'를 더하다

라이프스타일 렌탈 플랫폼 묘미(MYOMEE)를 통해 최상의 고객 경험을 제공하기 위해 어도비 익스피리언스 클라우드 도입 및 디지털 혁신 추구



“디지털 혁신을 통해 고객 경험을 재창조하는 것은 매우 중요하다. 소비재 렌탈로 사업을 확장하고 있는 롯데렌탈은 어도비 솔루션을 통해 다양한 마케팅 활동의 성과를 높일 수 있게 되어 고객 만족에 한발 더 다가갈 수 있게 됐다.”

최창희 상무, 롯데렌탈 소비재렌탈부문장

INDUSTRY

유통

SOLUTION

어도비 익스피리언스 클라우드 (어도비 애널리틱스, 어도비 타겟 프리미엄)

RESULTS



데이터 기반 고객 행동 **인사이트** 도출

UP TO **50%**

TCO 측면에서 50% 이상 **효율** 증대



단일의 **통합**된 고객프로필 구축



고객군별 맞춤 상품 **자동** 추천



롯데렌탈

설립연도 : 1986. 5 (2015. 6 롯데그룹 편입)

직원수 : 1,452명 (2016년 말 기준)

서비스 : 차량 렌탈/ 소비재 렌탈/ 일반 렌탈

위치 : 서울특별시

www.myomee.com

USE CASES

- 단일의 통합된 고객프로필
- 개인화 경험

일상의 '묘미' 제공하는 롯데렌탈

국내 유일의 전문 종합렌탈 회사인 롯데렌탈은 소유에서 공유로 전환하는 소비 패러다임의 변화에 발맞춰 국내 최초의 라이프스타일 렌탈 플랫폼인 묘미(MYOMEE) 론칭을 계기로 소비재 렌탈을 시작하면서 어도비 익스피리언스 클라우드 도입을 통해 최적화된 고객 경험 제공으로 시장 경쟁력을 강화하고 있다.

롯데렌탈은 '대여와 공유'라는 새로운 유통 경험을 렌탈이라는 관점에서 만들어내고 있다. 이른바 '공유경제'라는 개념이 사회 전반으로 확산되고 있는 트렌드와 궤를 같이 한다. 롯데렌탈은 공유경제를 실현할 라이프 스타일 렌탈 플랫폼인 '묘미'를 2015년부터 구상해 2017년 8월에 탄생시켜 주목을 끌고 있다.

묘미는 프리미엄 유아동 아이템부터 레저, 패션, 가전까지 대여 가능한 플랫폼으로, '미묘한 재미나 흥취'를 뜻하는 묘미(妙味)의 사전적 의미처럼 기존에는 없던 독특한 경험(妙)과 다양함을 맛볼 수 있는 즐거움(味)을 고객에게 제공함으로써 더 나은 삶을 창조하겠다는 의미를 담고 있다.

롯데렌탈의 묘미는 기존 렌탈의 개념을 훌쩍 뛰어넘었다. 전통적인 렌탈은 자동차나 정수기, 공기청정기, 비데 같은 비교적 고가의 제품에 한정되었던 것에 반해 묘미는 생애 주기 전반에 필요한 모든 물품을 대여해주는 것으로 지평을 넓혔다. 또 유아동과 레저 및 스포츠, 패션 및 뷰티, 리빙 등 4개 카테고리에서 다양한 물품을 대여하는데, 장기렌탈 뿐 아니라 이틀, 일주일, 보름 등 단기렌탈도 가능하다. 이같은 새로운 유통 구조는 모바일을 통한 유통의 확대와 더불어, 사교 소유하는 과거의 유통 개념이 아닌 대여하고 경험해보는 것에 의미를 두는 소비자가 늘고 있다는 분석에 기초한다.

합리적인 소비를 추구하는 밀레니엄 세대는 많은 돈을 지불하고 소유하는 것보다 대여하는 것을 선호한다는 조사에 따라 묘미는 운동기구나 여행상품, 반려동물 용품은 물론 명품백이나 파티복 같은 시중에서 흔히 볼 수 없는 고급 소비재 용품에 대한 렌탈 서비스도 제공하고 있다.

소비자 선택권 넓힌 묘미의 도전 과제

롯데렌탈은 묘미 론칭을 준비하는 단계에서부터 고객 데이터를 활용해 더욱 정밀한 큐레이션 서비스를 통해 편의성을 제고하고 이용률을 높임으로써 만족도 등의 고객 경험을 향상시키는 선순환 고리를 구축하는 계획을 세웠다. 관건은



“묘미를 구축할 때 온프레미스(On-Premise)로 구축하거나 클라우드 솔루션을 도입하는 두 가지 방법이 있었다. 직접 구축하는 것에 비해 여러 다른 솔루션과의 유기적 통합으로 유연성과 확장성이 높은 클라우드 기반 어도비 솔루션이 최적의 기술이라고 판단해 선택했다.”

허상환 팀장,
롯데렌탈 플랫폼전략팀 소비재렌탈부문

끊임없이 고객의 경험을 분석해 개인화하고 고객의 관심을 지속적으로 이끌어내야 한다는 것이었고, 고객의 관심사 뿐만 아니라 기대 사항까지 파악하고 고객의 행동을 미리 예측해야 시장을 선점할 수 있다는 결론을 내렸다.

롯데렌탈 플랫폼전략팀 허상환 팀장은 “묘미를 구축할 때 롯데렌탈처럼 다양한 제품을 대여해주는 벤치마킹 대상을 찾기 어려운 점이 가장 힘들었다. 기존 유통 플랫폼들의 경우 결제까지 가지 못하고 렌탈 상담에서 끝나는 경우가 많은데 온라인빌링까지 제공하는 게 쉽지 않았다. 이 때 온프레미스(On-Premise)로 구축하거나 클라우드솔루션을 도입하는 두 가지 방법이 있다. 직접 구축하는 것에 비해 여러 다른 솔루션과의 유기적 통합으로 유연성과 확장성이 높은 클라우드 기반 어도비 솔루션이 최적의 기술이라고 판단해 선택했다”고 밝혔다.

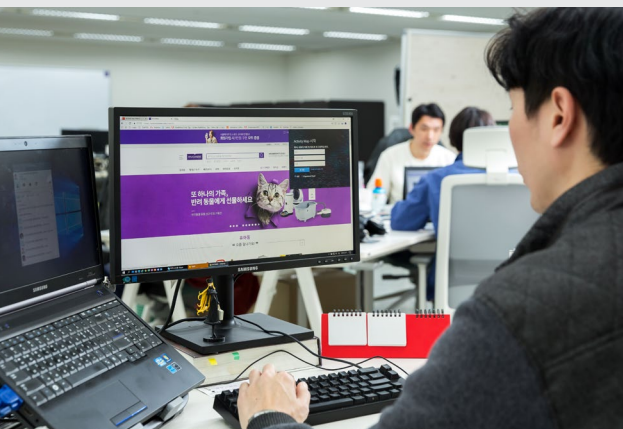
특히, 모바일 구매가 활발해짐에 따라 모바일 최적화에 대한 필요성이 커지면서 여러 브랜드 접점을 통해 개인화된 상품과 콘텐츠를 제공해야 하는 과제에 직면한 롯데렌탈은 고객 인사이트 도출과 테스트 및 타깃팅을 위해 각각 어도비 애널리틱스와 어도비 타깃 프리미엄을 도입했다.

소비자 경험을 최적화할 수 있는 플랫폼 구축

롯데렌탈은 큐레이션 콘텐츠를 통해 묘미를 최상의 고객경험을 제공하고 나아가 비즈니스 성장을 견인하는 발판으로 발전시키고자 했다. 이를 위해서는 확장 가능하고 안정적인 강력한 디지털 플랫폼이 필요했다.

롯데렌탈은 어도비 애널리틱스와 어도비 타깃 프리미엄을 활용해 다양한 채널을 통해 유입되는 데이터를 실시간으로 분석, 고객의 행동을 파악함으로써 데이터 기반의 의사 결정이 가능해졌다. 고객에 대한 단일의 프로필을 구축함으로써 웹, 모바일을 아우르는 여러 채널에서 일관된 경험을 제공하는 한편, 개인화 서비스로 기존 고객의 전환율을 높일 수 있게 되었다. 또, 충성도 높은 고객군을 정의하고 이와 유사 행동 패턴을 가진 고객을 파악함으로써 신규 고객 발굴 및 유지에도 성과가 나타났다.

허상환 팀장은 “묘미의 미션이 라이프 스타일을 렌탈하는 것이기 때문에 큐레이션이 핵심이다. 어도비 애널리틱스와 타깃 프리미엄을 통해 고객의 성향을 분석, 페르소나(Persona)와 같은 고객군의 유형화를 바탕으로 상품을 자동 추천해준다. 가령, 가장 많이 본 상품 등의 정보가 모두 어도비 솔루션을 기반으로 한 것”이라고 말했다.



솔루션 개요

- 어도비 익스피리언스 클라우드
(어도비 애널리틱스, 어도비 타깃 프리미엄)

자세히 보기

www.adobe.com/kr/experience-cloud.html



한국어도비시스템즈(유)
서울 강남구 테헤란로 521 파르나스타워 19층
www.adobe.com/kr

공유경제 시대, ‘경험’을 사는 소비자

물건을 구입하는 것보다 부담이 적은 가격으로 짧은 기간 동안 빌려 쓰는 것을 선택하는 공유경제의 시대. 이제 소비자들이 구매하는 것은 '물건'이 아닌 '경험'이다. 공유경제 시대에 더욱 활기를 띠는 렌탈업계에는 전 고객 여정에 걸쳐 최상의 경험을 제공하는 것이 곧 사명이다. 고객의 기대를 예측하고, 최적의 상품을 시의 적절히 추천하는 것이 무엇보다 중요하다.

어도비 익스피리언스 클라우드는 바로 이러한 개인화 경험을 제공하는 데 필요한 통합 솔루션을 제공한다. 예를 들어, 고객이 신혼부부라면 유아동 제품을, 여행에 관심이 있다면 항공 및 숙박 할인상품을, 대학에 갓 입학했거나 직장 초년생이라면 노트북을, 1인 가구라면 반조리식품을 실시간으로 자동 추천해주는 것이다.

롯데렌탈은 TCO 관점에서 어도비 익스피리언스 클라우드 도입으로 50% 이상 효율이 증대된 것으로 분석하고 있다. 허상환 팀장은 “어도비 솔루션의 가장 큰 매력은 여러 솔루션이 긴밀히 통합되어 있다는 점이다. 따라서, 보다 고도화된 개인화 서비스를 제공하기 위해 솔루션 확장을 고려할 때 통합에 따른 기술적 어려움을 최소화할 수 있다”고 평가했다.

롯데렌탈은 향후 어도비 캠페인 솔루션 도입을 고려하고 있다. 어도비 캠페인을 통해 온오프라인 통합커뮤니케이션을 완성함으로써 고객경험 혁신을 위한 여정에 박차를 가할 것으로 기대하고 있다. 허 팀장은 “좋은 브랜드 경험이란 고객을 깊이 이해하기 위한 노력으로부터 출발한다. 고객에 대한 심도있는 통찰을 바탕으로 갈수록 높아지는 고객의 눈높이에 부응하는 개인화 서비스 플랫폼을 만드는 것, 이것이 묘미가 지향하는 궁극적인 목표다”라고 밝혔다.