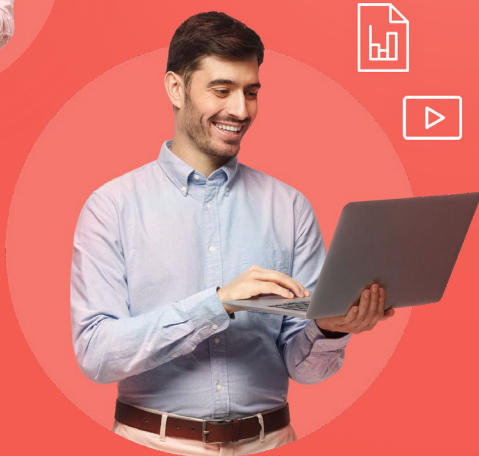




고객이 있는 곳 어디서나
최적의 콘텐츠를 제공하는 방법

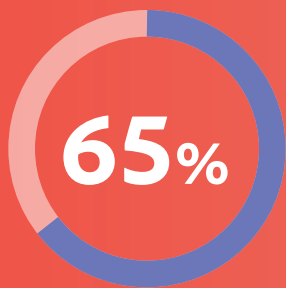
바쁘게 움직이는 고객들에게는 더욱 민첩한 경험 제공이 필요합니다.

고객은 바쁘게 살아갑니다. 이동 중에도 원하는 순간에 원하는 것을 얻기 위해 기기와 채널을 끊임없이 바꿉니다.

고객의 선택지는 계속 늘어나고 있습니다. Gartner는 연결된 사물의 수가 2021년까지 250억 개에 이를 것으로 예측합니다. 따라서 마케팅 담당자터는 고객이 있는 곳을 빠르게 파악하고, 일관된 개인화 경험을 제공하기가 어렵습니다.

게다가 고객이 기업과 연결되는 방식 또한 계속 증가하므로, 고객의 기대도 끝없이 높아집니다. 고객은 자기가 어디에 있든 브랜드가 곁에 있기를 바랍니다. 모든 채널과 기기를 통틀어 연결되는 일관된 경험을 원하는 것입니다.

이같은 기대를 만족시키려면 인상적이고 개인화된 크로스 채널 캠페인을 실시간에 가까운 속도로 제공해야 합니다. 뛰어난 마케팅 실력만으로는 안 됩니다. 옴니채널 경험을 빠르고 지능적이면서 안전하게 대규모로 관리할 수 있는 유연성과 역량을 갖춘 콘텐츠 관리와 자산 관리 시스템이 필요한 이유입니다.



마케팅 담당자의 65%는 “개인화를 지원하기 위해
더 많은 콘텐츠를 만들어야 한다는 사실에
부담을 느낀다”고 응답했습니다.

출처: Gartner

고객의 기대에 부응하려면, **고객보다 앞서가야 합니다**

DC에 따르면, 마케팅 담당자 대부분은 캠페인을 더 빠르게 제공해야 한다는 부담감에 시달립니다. 민첩성만으로는 부족합니다. 모든 상호작용 속에서 훌륭한 콘텐츠를 빠르게 탐색하고, 관리하고, 제작하고, 배포할 수 있어야 합니다. 그러나 대부분의 조직은 콘텐츠 사일로(content silo)와 복잡한 도구, 콘텐츠를 쉽게 재사용하거나 분석할 수 있는 역량 부족 등으로 이 목표를 달성하지 못합니다.

실리콘 칩용 설계 도구 및 서비스 시장을 이끄는 Synopsys도 이 같은 어려움을 겪었습니다. 테라바이트 단위의 자산이 여러 시스템에 흩어져 있다 보니, 웹사이트를 조금만 변경하더라도 여러 팀이 몇 시간씩 허비해야 했습니다. 마케팅 커뮤니케이션팀과 크리에이티브팀은 직접 변경할 수도 없었습니다. 콘텐츠를 만든 다음, 웹팀에 이메일을 보내 SharePoint로 콘텐츠를 업로드해 달라고 요청해야 했습니다.

그런데 모든 디지털 자산이 한곳에 모이는 중앙 저장소와 콘텐츠 제작자가 직접 실시간으로 웹 자산을 개발 및 관리할 수 있는 셀프 서비스 모델을 갖춘 CMS로 전환하자 콘텐츠 발행이 급격히 증가했습니다.

Synopsys의 기업 마케팅 부문 상무인 Dave DeMaria는 “작업 절차와 생산성이 40배 늘었다”며 “예전 플랫폼에서는 한 팀이 콘텐츠 구조를 바꾸려면 2주가 걸렸다”고 말합니다. 이제는 두 명이 2시간만에 작업을 마칠 수 있습니다.

콘텐츠 배포 속도를 느리게 만드는 장애물은 다양하므로 필요에 맞는 CMS를 찾는 것이 중요합니다. 그러나 그리 간단하지만은 않습니다. ‘연결 CMS’로도 불리는 기존 콘텐츠 관리 시스템을 사용하면 웹 같은 단일 채널에서 콘텐츠를 쉽게 발행할 수 있습니다. 하지만 모바일, 채팅, 소셜 미디어 등 단순한 반응형 사이트와는 전혀 다르게 콘텐츠가 표출되는 다양한 채널에 맞게 콘텐츠를 관리할 수 있도록 설계되지는 않았습니니다.

이 문제를 해결하기 위해 많은 개발자들은 어떤 채널에서든 맞춤형 프레젠테이션 레이어를 구축할 수 있는 ‘헤드리스 CMS’를 사용합니다. 헤드리스 CMS는 모든 채널에서 콘텐츠를 재활용할 수 있는 유연성을 제공합니다. 심지어 필요한 규칙이나 코딩이 제각각 달라도 각 채널만의 고유한 경험을 만들 수 있습니다.

하지만 마케팅 담당자 대부분은 헤드리스 CMS를 사용할 수 있는 기술적 전문성이 없습니다. 콘텐츠를 제작하고, 검토하고, 발행하는 절차에 IT팀이 관여할 수밖에 없습니다. 그로 인해 콘텐츠 제작, 배포, 관리를 위한 비용과 시간이 증가합니다.

콘텐츠 제작이 느려지는 이유



33% 사용되지 않거나 충분히 활용되지 않는
마케팅 자산



100개 이상 기업이 매년 평균적으로 생성하는
신규 마케팅 자산



88% 참여 유도 효과가 뛰어난 자산을 보다
쉽게 탐색하고 공유할 방법이 필요하다고
동의하는 마케팅 담당자

출처: IDC

여러 기업들이 이 문제를 해결하기 위해 '연결 CMS'와 '헤드리스 CMS'의 장점을 결합한 하이브리드 콘텐츠 관리 시스템을 활용하고 있습니다. '하이브리드 CMS'는 마케팅 담당자와 크리에이티브 담당자가 모바일 웹과 같은 한 가지 채널에 적합한 콘텐츠를 제작 및 발행하는 데 필요한 사용자 친화적인 환경을 제공합니다. 개발자가 동일한 콘텐츠를 JSON 등 다른 포맷으로 쉽게 변경할 수 있으므로 모바일 앱, IoT 기기, 채팅 및 보이스 채널, 단일 페이지 애플리케이션(SPA) 등 모든 엔드포인트에서 재사용할 수 있습니다.

CMS에 SPA 편집기가 있다면 마케팅 담당자는 SPA, 기존 웹 페이지 등 IT팀이 선택한 모든 콘텐츠 포맷을 편집할 수도 있습니다. 개발자만의 영역이었던 곳에서도 직접 영향력을 발휘할 수 있는 것입니다.

이처럼 마케팅 담당자와 IT가 협업하는 하이브리드 솔루션은 개발 속도를 향상 시킵니다.

**"작업 절차와 생산성이
40배 증가했습니다."**

Dave DeMaria

Synopsys 기업 마케팅 부문 상무

Synopsys는 리더 자리를 견고히 할 속도를 확보했습니다

하이브리드 콘텐츠 및 경험 솔루션으로 다음과 같은 성과를 거뒀습니다.



40%의 생산성 향상



**2주에서 2시간으로 콘텐츠 구조 변경
시간 감소**

스마트 콘텐츠는 스마트 시스템을 필요로 합니다

“훌륭한 콘텐츠를 한번 만들 수는 있지만
한번에 적합한 콘텐츠를 만들기는 어렵습니다.
‘적합하다’는 것은 계속 바뀌니까요.
만든 다음에 최적화하면 됩니다.”

Naomi Le Get

Lens10 애널리틱스 총괄

디지탈 세계의 콘텐츠는 역동적입니다. 고객에게 제공하고자 하는 다양한 유형의 경험에 맞춰 재사용과 변경이 가능합니다. 그럼에도 고객 개인의 취향에 맞게 최상의 콘텐츠를 선별하여 경험을 구성하기는 쉽지 않습니다. 고객에게 최적화된 콘텐츠를 찾기 위해 수천, 수백만 가지의 디지털 자산을 살펴봐야 할 수도 있으며, 이 경우 실시간에 가까운 콘텐츠 배포는 불가능해집니다.

CMS에 내장된 정교한 알고리즘을 사용하는 지능형 도구가 있다면 검색, 관리, 제작, 개인화, 배포, 성과 측정에 이르는 콘텐츠의 수명 주기별 프로세스 대부분을 자동화할 수 있습니다. 고객에게 더 민첩하고 일관된 경험을 제공하는 데 큰 도움이 됩니다.

6단계의 콘텐츠 여정에서 자동화 비중을 늘리세요.



탐색



관리



제작



개인화



배포



성과 측정

데이터 관리 기업인 *인포메티카*는 동적 태그 관리로 메타데이터를 유연하게 관리하고, 콘텐츠를 유형, 제품, 솔루션, 업종, 전략 가치로 구분합니다. 따라서 내부 콘텐츠 제작자와 외부 대행 업체는 세일즈 퍼널(sales funnel)의 상단, 중간, 하단의 모든 곳에서 콘텐츠 자산 - 백서나 데이터 시트 등 - 에 의도적으로 태그를 붙입니다.

동적 태그 관리는 인수한 기업의 웹 콘텐츠를 쉽게 관리할 수 있는 유연성도 제공합니다. 예를 들어 *인포메티카*의 시스템 일부에서는 인수한 기업이 운영하고 있던 실시간 채팅 플랫폼과 실시간 에이전트 상호 작용을 위한 페이지 등을 보유하고 있지만, 각 페이지에는 고유한 태그가 있어 인수한 기업의 제품을 기존 플랫폼과 페이지를 통해 매끄럽게 지원할 수 있었습니다.

마찬가지로, 스마트 태그를 활용하면 조직이 소유한 수천 가지 디지털 자산을 관리 및 검색하기도 쉬워집니다. 그리고 지능형 시스템을 사용하면 색상 변경, 오브젝트 제거, 여러 테마 식별 등 콘텐츠 제작 업무를 쉽게 자동화할 수 있습니다. 지능형 배포 도구는 기기 및 채널에 따른 다양한 화면 크기와 픽셀 요구 조건에 맞는 콘텐츠 포맷을 파악하고 자동화하여 콘텐츠 발행을 자동화합니다.

이러한 AI 및 머신 러닝 기반의 도구는 제작 속도를 높이고 발행하는 콘텐츠 규모를 늘릴 뿐만 아니라, 모든 기기와 채널에서 연관성이 높고 매력적인 사용자 경험을 만들 수 있도록 돕습니다.

태그에 관한 모든 것

태그 관리는 자산에 키워드로 태그를 붙여서 검색, 관리, 콘텐츠 생성 등을 빠르고 쉽게 만들어 더 나은 고객 경험을 이끌어냅니다.

동적 태그 관리는 웹 페이지 태그 관리 과정을 간소화하므로, 콘텐츠에 태그를 붙이거나 콘텐츠를 수정할 때 IT팀에 의존하지 않아도 됩니다.

스마트 태그는 이미지 인식 기능으로 자산 키워드를 자동으로 생성합니다.

맥락에 맞는 콘텐츠

마케팅 담당자들은 다양한 채널을 모두 지원하려면 10배는 더 많은 자산이 필요하다고 합니다. 그러나 자원이나 예산을 10배로 늘릴 수 없는 기업이 대부분입니다. 이런 환경에서 마케팅팀은 많은 콘텐츠를 맥락에 맞게 최적화하는 동시에 여러 채널로 빠르게 배포하기 위해 과도한 업무와 부담에 시달리고 있습니다. 특정 캠페인과 사이트, 지역에 맞춰 콘텐츠를 쉽고 빠르게 자동화하고 규모를 조절하면서 오디언스와 채널에 따라 개인화할 수 있는 CMS가 필요합니다.

사이버 보안 기업인 *Cylance*의 사이버 보안 기술은 전 세계 1000만 개 이상의 엔드포인트에서 실행되고 있으며, 현재 100개가 넘는 고객사를 보유하고 있습니다. 트래픽의 70%가 웹사이트를 처음 방문하는 사용자에게서 발생하고 있는 *Cylance*는 기업의 성장을 위해 고객 경험을 바꾸기로 했습니다.

사용 가능한 CMS들을 살펴본 *Cylance*는 강력한 솔루션 제품군을 갖추고 자동화와 개인화로 모든 고객 상호작용을 최적화하는 CMS를 선택했습니다. 재사용이 가능한 70개의 구성 요소를 개발한 후 마케팅 담당자는 이제, 간단한 드래그 앤 드롭 기능만으로도 콘텐츠를 제작하고 페이지를 배포할 수 있습니다. 이러한 민첩성은 새로운 웹사이트를 다른 시장에 출시할 때 중요합니다. 개발자가 기존 요소를 빌려서 동일한 외형과 느낌을 주는 지역 특화 웹사이트를 빠르게 만들어낼 수 있기 때문입니다.

배포 시간이 빨라진 것 외에도, Cylance는 웹사이트 체류 시간이 22% 증가하고, 사용자 경험이 향상되는 성과를 얻었습니다.

“예전에는 복잡하게 꼬인 코드를 처리하느라
간단한 언어 변경만 해도
배포 시간이 6주씩 늘어졌습니다.
이제는 몇 시간이면 페이지를 바꿀 수 있습니다.”

Nathan Zahn

Cylance 프로그램 매니저

고객의 기대를 충족하는 콘텐츠

고객은 여정의 모든 지점에서 뛰어난 경험을 기대합니다. 그러한 경험을 제공하지 못하면 고객은 경쟁사로 옮겨갈 것입니다. 민첩하게 움직이는 고객만큼이나 민첩하게 모든 채널과 기기에서 콘텐츠를 제작하려면 조직의 소통 장벽을 무너뜨리고, 협력적이며 스마트한 시스템을 실현하여 모든 채널과 기기에서 연결된 경험을 제공할 수 있는 현대적인 CMS가 필요합니다. 이같은 역량을 갖춘다면 콘텐츠뿐만 아니라 고객도 증가할 것입니다.

Adobe가 도와드립니다.

Adobe Experience Manager는 SPA 편집기를 갖춘 하이브리드 CMS와 디지털 자산 관리 기능으로 크리에이티브 전문가, 마케팅 담당자, IT 담당자에게 최고의 유연성을 제공합니다. 풍부한 기능과 API, Adobe Sensei AI 기술, 고객의 모든 여정에 관한 실시간 지식을 통해 마케팅 담당자와 개발자 모두의 업무 속도를 높여 줍니다.

빠르게 적용할 수 있는 경험을 구축하는 방법을 알고 싶다면 [유명 브랜드가 아니더라도 큰 영향력을 발휘하세요](#)를 읽어 보세요.

Adobe Experience Manager로 고객이 잊지 못할 경험을 쉽게 전달해보세요.

더 알아보기

참고문헌

"The Big Data Advantage," Adobe 고객 이야기, Informatica.

"From Silicon to Software," Adobe 고객 이야기, Synopsys.

"Gaining a Stronger Market Presence," Adobe 고객 이야기, Cylance, 2019년 3월.

"Gartner Identifies Top 10 Strategic IoT Technologies and Trends," Gartner, 2018년 11월 7일.

"Gartner Suggests, Atomise Your Content to Drive Customer Experience and Personalisation," Martech Series, 2019년 3월 12일.

Michael Stoddart, "Content Velocity — Bringing Marketers and Creatives Closer," Adobe Digital Dialogue, Adobe 블로그, 2016년 7월 22일.

"Proving the Value of Digital Asset Management," IDC, 2015년 6월



Copyright © 2019 Adobe Inc. All rights reserved.

Adobe와 Adobe 로고는

미국 및/또는 기타 국가에서

Adobe Inc.의 등록 상표 또는 상표입니다.