

Run Like Never Before

속도, 간편함, 개인화를 지원하는 혁신과 협업 플랫폼, SAP

미카 브리젠스키: 뉴욕시에서 왔습니다. 저는 토크쇼를 진행합니다. 청중을 아는 것이 중요합니다. MSNBC 모닝조 프로그램 시청자 계십니까? 민주당원은요? 공화당원 계십니까? 무소속? 어디 가든 이렇게 다양한 청중이 계십니다. 모닝조 시청자 여러분, SAPPHIRE NOW 에 오신 것을 환영합니다. SAP 는 비즈니스 소프트웨어와 기술을 통한 혁신과 더 나은 경영을 지원합니다.

이제 30 분간 빌 회장님과 토크쇼를 진행하겠습니다. Burberry, Ace, Red Box 등의 고객 사례도 함께 합니다.

(Run Like Never Before 동영상)

빌 맥더멋: 맞습니다. 여러분 비즈니스를 그 어느 때와는 다른 방식으로 운영할 방식을 발견하기 위해 이 자리에 모였습니다. 어떻게 성장하고 더욱 강력하게 혁신할 것인가? 비즈니스 모델과 비즈니스 네트워크 혁신을 어떻게 이룰 것인가? 잠시 우리가 사는 세상을 살펴 봅시다. 왜냐면 여기 앉아 계시는 동안에도 혁명이 진행중이기 때문입니다. 소비자 혁명이 진행중입니다. 패러다임 변화입니다.

수십억의 고객과 소비자가 하나로 연결되어 소통하고 구매합니다. 우주의 새로운 중심이자 인텔리전트 경제의 중심점입니다. 50 억 개의 이동전화기가 있습니다. 칫솔보다, 일자리보다 많습니다. 이미 30 억 건의 소셜 미디어 프로파일과 이메일 계정 수를 넘어설 전망입니다. 미국 기업은 10,000 개의 의회 도서관 만큼의 데이터를 확보했습니다. 지난 12 시간 동안 5 엑사바이트의 데이터를 생성했습니다.

혁신이 점점 빨라집니다. 모바일, 소셜, 소비자 혁명이 기업에 몰려 옵니다. 비즈니스 모델, 소비자 경험 등을 재고해야 합니다. 저는 많은 고객사 임원을 만납니다. 전세계 임원이 모두 이렇게 얘기합니다. 급변하는 환경에 대처하기 위해 소비자의 니즈를 예측하고 경쟁우위를 유지하고자 합니다. 통찰력을 가진 기업이 기술을 활용해 미래에 신속하게 대처할 수 있습니다.

경제를 움직이고 사회의 역량강화에 도움이 될 기술을 활용해야 합니다. 우리 모두 함께 협업을 통해 힘을 키워야 합니다. 산업, 국가, 글로벌 사회 전반에 걸쳐 즉시, 로컬로, 개인적으로 이 모든 변화가 급속히 진행됩니다.

여러분은 세계의 큰 문제를 기술을 적용해 의료비를 줄이고 교육을 재설계하고 일자리를 창조하며 사회복지 프로그램을 개선합니다. 저희는 SAP 가 협업과 연결을 위한 플랫폼이라 생각합니다. 미래의 성장 기회를 활용하기 위해 SAP 는 지난 40 년간 비즈니스 방식을 계속 새롭게 제시해 왔습니다. 다가 올 40 년 너머를 위한 변화는 바로 지금 이 자리 SAPPHIRE 에서 시작됩니다. 고맙습니다.

(미카) 먼저 빌 회장님 소개부터 진행하죠. 농구를 좋아하시죠? 전략, 팀 스포츠 이런 점이 맘에 드신다구요. 뉴욕 Jets 를 좋아하고 자제분들은 대학도 곧 졸업하니 다 자랐네요. 근데 머릿결이 참 좋으세요.



기업이 연합해 더 나은 세상을 만든다고 하셨는데, SAP의 역할은 무엇인지요?

(빌) 몇 년 전 공동회장 짐과 함께 Run Better라는 비전을 세웠습니다. 소비자가 주인이 되는 세상에서 필요한 분석과 인메모리, 모바일 기술 등에 투자했습니다. 세 가지 시장 세그먼트에 추가 진출해 저희 고객이 자사의 고객인 소비자에게 더 나은 경험을 제공하도록 했습니다.

고객과 파트너사의 지원 덕분에 우리는 계속 혁신할 수 있었고 이를 통해 성공하고자 합니다. 소비자 주도 세상에서는 즉시성이 중요하며, 속도가 관건입니다. 또한 간편함을 중시합니다. 아름답고 쓰기 편해야 하죠. 또 개인화가 중요합니다. 이로 인해 모든 게 변합니다. 리더가 비전을 가져야 합니다. 고객 중심성은 DNA와 같습니다. 고객 중심의 전략을 토대로 인력을 모바일화 해야 합니다.

(미카) 변화에 어떻게 빨리 대처합니까?

(빌) 모바일 분야의 변화는 특히 급속합니다. T-Mobile의 1만 임직원이 모바일 기기를 통해 고객과 대면합니다. 많은 기업이 전체 인력의 10% 이하만 모바일로 연결되어 있습니다. 이는 변화해야 합니다. SuccessFactors는 언제 어디서나 인재의 역량강화를 지원합니다. 현재 SAP는 196,000개 고객사가 있습니다.

소프트웨어에 투자하고 고객, 주주가치 등 비즈니스에 관련한 논의를 통해 SAP는 협업, 공동 혁신을 위한 플랫폼으로 자립합니다.

(미카) 새로운 고객을 만나 더 나은 비즈니스를 하고 싶다고 할 때 어떤 말씀을 나누시는지?

(빌) 고객의 관점에서 세상을 보면 놀랍습니다. 저는 늘 고객을 방문해 실제로 고객의 비즈니스를 눈으로 봅니다. 할리 데이빗슨은 자유를 수출한다고 합니다. 모든 오토바이를 소비자가 원하는 대로 맞춤 제작합니다.

(미카) 할리 데이빗슨도 있지만 Burberry 같은 회사도 있죠.

(빌) 맞습니다. 업종이 다른 만큼 비즈니스 방식도 다릅니다. 하지만 기본적으로는 SAP는 고객사 고유의 관점을 견지합니다. 나아가 모바일, 빅데이터, 클라우드 등으로 나아가 혁신을 전개합니다. HANA야말로 미래의 혁신에 있어 핵심입니다.

(미카) 클라우드를 통해 언제 어디서나 즉시 정보를 이용할 수 있는 세상이 곧 현실이 됩니까?

(빌) 독일의 샤리테 대학병원도 암세포에 대한 치료를 몇 주가 아니라 몇 분안에 확인하고 훨씬 빨리 환자를 위해 일할 수 있습니다. 이제는 암세포 안의 단백질이 일종의 트랜지스터처럼 정보를 전달합니다. 기술을 적용하면 세상이 변합니다. 사회보장 제도는 물론이고 군대의 운영도 관리할 수 있습니다. 열차가 제 시간에 도착하도록 하는 것도 SAP입니다.

(미카) 경제와 정치 측면에서 다양성이 있지만 현재 경제 상황이 좋지 않습니다. 기업 입장에서 경제 회복은 먼 얘기인가요?



(빌) 기업은 현재 현금이 있습니다. 정치인은 규제를 완화해 기업과 일자리가 성장하도록 해야 합니다. 성장 기회도 많습니다. BRIC 과 북아프리카 등이 기회죠. 따라서 포트폴리오 균형이 중요합니다. Loser Talk 에서 벗어나 혁신과 주주가치 증대, 새로운 시장 진출, 새로운 문제 해결에 투자하세요.

(미카) 어떤 사람은 기술 때문에 경기 침체가 왔다고 하는데요?

(빌) 그렇지 않습니다. 신기술이 등장하면 새로운 일자리가 창출됩니다. 기술보다는 비즈니스의 문제입니다. 중소기업은 세금이나 규제 환경의 완화를 원합니다.

(미카) 고객사의 고용창출을 위해 필요한 조치가 있다면?

(빌) 혁신 기업은 채용을 계속합니다. SAP 도 마찬가지입니다. 모바일 인력과 HANA 인력도 늘고 있습니다. 클라우드도 마찬가지입니다. 혁신하면 새 시장, 새 일자리가 생깁니다. 전략, 계획이 있으면 비즈니스 성과가 나옵니다. 간단히 말해 어떤 문제든 저희도 고객과 함께 고민하고 혁신해서 해결합니다.

요즘처럼 기업이 서로 연결되어 있는 비즈니스 네트워크 세상에서는 리얼타임 비즈니스가 관건입니다. 저희가 아이패드를 전사적으로 지급한 이유도 바로 리얼타임 비즈니스를 위한 것입니다.

(아이패드 데모)

리얼타임 정보와 모바일, 대시보드를 통해 공통의 목표를 실시간으로 공유합니다.

(미카) 고객 세 분을 모시기 전에 핵심 메시지를 정리해 주시죠.

(빌) 먼저 속도입니다. 고객이 가고자 하는 곳에 함께하지 못하면 떠납니다. 두 번째는 간편함입니다. 쓰기 쉬어야 하죠. 끝으로 개인화입니다.

(SAP 가 고객사에 갖는 의미: 동영상 – Red Box / Coinstar, ACE, Burberry)

(미카) 모닝조 스타일로 토크쇼를 진행하겠습니다. 앤젤라, 먼저 회사가 SAP 가 제시하는 비전에 비추어 어떻게 보조를 맞추고 있는지 소개해 주시죠.

(앤젤라) 단일 통합 글로벌 엔터프라이즈를 구축하고 싶었습니다. 몇 년 전 중국에서 수천 명의 사용자를 대상으로 6 개월만에 구현했습니다. 이제 전기업 운영을 단일 플랫폼으로 진행합니다. Click-to-buy, 클릭 투 콜 등이 24 시간 전세계에서 가능합니다.

기술 인프라와 함께 젊은 휴먼 인프라가 있습니다. 중요한 건 관계와 협업, 공동 혁신입니다. 인프라 위에서 함께 일하면서 큰 비전을 실현해 갑니다. 협업을 통해 신속한 혁신을 SAP 와 함께 합니다.

(미카) 서로 다른 회사에 같은 수준의 성공을 어떻게 실현합니까?

(빌) 레이, 앤젤라, 스캇 모두 다른 회사지만 고객을 위해 비즈니스 한다는 생각은 같았고 정보의 힘을 믿었습니다. HANA 에 대해서도 앤젤라는 멋진 정의가 있습니다.



(앤젤라) H: Heart, A: Access, N: Nano second, A: Awareness / Foresight 입니다. 정말 혁신적이고 빠른 틀입니다. 누구나 실시간으로 액세스 할 수 있는 정보의 힘을 제공합니다. 고객이 점포를 방문하고 언제 어디서나 버버리에 대해 어떤 트윗과 페이스북 피드를 올리는 지 확인하고 대응할 수 있습니다.

(레이) 소비자와 젊은 세대를 이해하기 위해 기술을 활용합니다. 과거에 레거시 시스템 교체, 통제력 강화, 유연성 증대를 위해 SAP 가 필요했습니다만, 이제는 그 이상입니다. 유통업체, 소비자와의 연결 및 소통이 필요합니다.

(미카) 레드박스는 어떻게 SAP 를 이용 중인지요?

(스캇) 코인스타/레드박스 비즈니스를 단일 플랫폼 위로 옮겼고 소매유통 면에서 새로운 비즈니스를 추진 중이었습니다. 이를 위해 SAP 플랫폼이 주효했습니다. CRM 과 HANA 를 통해 3 천만 건의 주소를 분석해 렌트 패턴을 파악해 대처합니다.

(빌) 개인화가 맞습니다. 소비자에 대한 통찰력을 얻고 그 만큼 더 소비자에 맞춰 개인화 된 서비스를 제공합니다.

(미카) 에이스 하드웨어의 비용 절감 측면은 어떤가요?

(레이) 소비자 측면의 데이터 마이닝이 있고 다른 면으로는 물류센터를 관리해야 합니다. SAP 인프라를 통해 이를 관리합니다. 85 년 이상된 에이스는 과거에 벤더, 예컨대 GE 가 정시 납품 등의 측면에서 어떤 실적을 보이는지 몰랐습니다. 하지만 서비스 레벨 측면의 관리가 이제는 가능합니다.

(빌) 고객 충성도를 높일 기회를 먼저 줘야 후속 영업이 가능합니다. 모바일 측면에서 빅데이터와 소비자, 비즈니스 애플리케이션을 어떻게 연결하나요?

(스캇) SAP 플랫폼을 이용해 디스크 렌탈 전 과정을 관리합니다. 매달 1 억 9 천 6 백만 디스크를 키오스크를 통해 렌탈하고 있습니다. 매달 키오스크를 이용하는 고객 패턴을 분석하고 비즈니스에 대응합니다.

(앤젤라) 고객은 언제 어디서 어떤 포맷으로 쇼핑을 하건 간에 저희가 고객을 이해하고 일대일 대응을 할 수 있습니다. 고객이 누군지 알고 과거 구매 이력을 이해하고 담당 직원이 누구인지 안 상태에서 고객에서 럭셔리 경험을 제공할 수 있습니다.

(미카) SAP 도입 전후의 차이는 어느 정도인가요? 합리화, 고용, 고객 확보 측면에서.

(레이) 미국으로 제품을 수입하는 사업을 시작했는데 SAP 는 이에 대응할 유연성을 주었습니다. 또한 재고를 활용해 전국 각지의 고객에 신속하게 대응하고, 재고 투명성을 확보했습니다. 큰 문제가 생겨도 물류센터 간 이동을 통해 대처합니다.

(스캇) 업무 최적화, 의사결정 속도 증대 등의 효과가 있었습니다. SAP 가 시스템을 통해 제공하는 세계 수준의 프로세스를 활용해 더욱 유연하고 신속하게 성장할 수 있습니다.



(레이) 레거시 시스템을 통해 50년간 배운 걸 버렸다면 SAP는 보다 많은 걸 매일 빨리 배우고 있습니다. 따라서 향후 수십년 간 성장하는 데 있어 더욱 유리한 위치에 있습니다.

(미카) 새로운 제휴에도 용이한가요?

(스캇) 네, 버라이즌, 블랙버스터 등과의 협력을 체결하고 사업 확장이 용이합니다.

(빌) 그게 바로 비즈니스 네트워크입니다.

(앤젤라) 과거에는 사업의 전 측면이 연결되지 못하고 별도로 운영되고 있었지만, 이제는 디자인부터 유통까지 모든 업무가 단일 통합 플랫폼 위에서 연동됩니다. 인사관리 등 레이어를 추가하기는 하지만 기반이 되는 플랫폼을 갖춘 것입니다.

(미카) SAP의 비전 소개 바랍니다.

(빌) 고객에 대한 이해와 저희의 연구, 직감 등을 조합해 새로운 혁신을 추구합니다. 석세스팩터스 경우에도 벡텔과 월마트 등의 기업이 인재를 활용해 비즈니스 성장을 이룹니다.

(미카) 오늘날의 고객이 어떻게 변했죠?

(앤젤라) 모바일 기기를 통해 고객이 기업과 소통합니다.

(미카) 뉴스 비즈니스도 마찬가지로. 큰 변화가 있었습니다.

(스캇) 코인스타나 레드박스 비즈니스에 있어 키오스크에서 기프트 카드 잔액 환불 등 키오스크를 통해 할 수 있는 일을 늘리고 있고 현재 레드박스의 경우 5백만 페이스북 프렌드가 있습니다. 고객이 저희를 대변하고 저희는 고객을 위해 간편함, 가치 등을 제공합니다.

(레이) 저희는 지구상에서 가장 편리한 공구 업체가 된다는 비전을 추구합니다. 젊은 세대는 확실히 기술을 빠르게 수용합니다. 저희도 이런 기술을 물론 도입하지만, 나아가 비용에 민감한 소비자를 대상으로 보다 큰 가치를 제공하고자 합니다. 공구 수리에 25달러가 든다고 하면 이를 도움센터 등을 통해 절약할 수 있습니다.

(빌) SAP는 이들 기업의 선진사례를 가져와 제품화하고 다른 기업을 돕는 데 나섭니다. 동시에 넥스트 프랙티스도 함께 추구합니다. 모바일 기기는 참으로 혁명적입니다. 모바일, HANA, 데이터베이스 기술, 클라우드 등을 활용해 소비자에게 더 나은 서비스를 제공한다면 성공합니다.

(미카) 미래의 소비자는 바로 모바일 기기 안에 있습니다. 끝으로 탁월한 로컬화된 소비자 서비스를 제공하기 위해 조언 한 마디씩 부탁드립니다.

(레이) 최종소비자에게 의미있는 기업이 되십시오. 기술을 활용해 소비자와의 결속을 다지는 동시에 비즈니스 효율화에 나서십시오. 나아가 간편함이 관건입니다. TV 켜는 일도 더 쉬워질 수 있습니다.



(스캇) 간편함의 가치는 중요합니다. 특히 소비자 입장에서는 더욱 그렇습니다. 소비자에게 이메일을 남발하는 대신 고객이 특별하다고 느낄 만한 가치 있는 일을 해야 합니다. 저희가 추진하는 에코 ATM 등 새로운 비즈니스는 바로 이런 정신에 입각해 있습니다. 더 이상 쓰지 않는 휴대폰을 재활용해 저개발 국가에 보급하는 일입니다.

(앤젤라) 어떤 플랫폼을 도입하건 간에 간편해야 합니다. 사회가 급속히 변화하는 상황에서 기업도 빨리 변해야 합니다. 특히 인력의 대응이 중요하죠. 소셜이 제 2 외국어라 생각합니다. 기업이 소셜 랭귀지를 빨리 터득해 대응할 수 있어야 하죠. Burberry 는 개방적이고 젊고 유연합니다. 다시 말해 저희는 SAP 와 함께 연구개발에 나설 젊은 에코시스템을 제공합니다.

(빌) 신형 중산층/구매자의 등장, 천연자원 고갈 등에 대처하기 위해 SAP 를 혁신과 협업의 플랫폼으로 제시합니다. 모바일, 소셜, 민간/공공부문, 기업간 협업 등이 관건입니다. 고맙습니다.

SAP 코리아에 문의하세요

www.sap.com/korea/contactsap

☎ 콜센터 : 080-219-2400

✉ info.korea@sap.com

📧 http://twitter.com/sap_kr