

hybris B2C Commerce

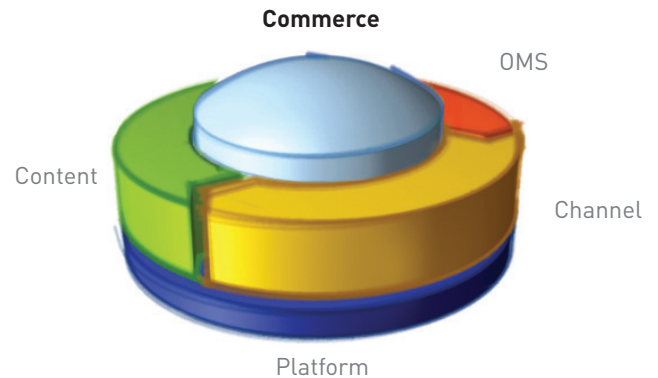


소비자는 온라인, 전화, 모바일기기, 매장 방문 등 다양한 방식으로 유통업체와 상호작용합니다. 또한 쇼핑, 주문, 반품 등 모든 접점에서 매우 연관성 높고 생산적인 상호작용을 기대합니다.

하이브리스는 추가 채널 도입, 모든 채널에 걸쳐 일관된 경험 제공은 물론 매출 및 효율성 증대에 필요한 도구 확충을 통해 이처럼 복잡한 세상에서 B2C 기업이 성공하도록 돕습니다.

주요 비즈니스 당면과제

- **고객 선호사항에 대한 이해**
모든 접점에서 선호도를 이해해야 고객 평생가치(LTV)를 극대화할 수 있습니다. 하이브리스 B2C 커머스(hybris B2C Commerce)는 타깃에 맞춘 "부티크" 전자상거래 사이트 생성을 지원합니다.
- **신규 채널 도입**
상거래 환경 변화에 대한 대응을 개선하고 단일 채널 유통업체 대비 경쟁우위를 확보하기 위해서는 새로운 채널을 도입해 보다 폭 넓은 선택과 편의성을 제공할 수 있어야 합니다. 하이브리스는 유통업체로 하여금 모바일, 프린트, 콜센터 등 추가 채널을 쉽게 통합하도록 합니다.
- **국제시장 확대를 통한 성장 촉진**
새로운 시장에 진입하고 새 점포를 여는 일에는 큰 비용과 투자 리스크가 수반됩니다. 신규 채널은 유통업체가 국제 시장에 진출하기 위한 저비용의 대안을 제공합니다. 하이브리스는 유통업체로 하여금 여러 나라와 세그먼트, 브랜드를 위한 여러 온라인 스토어와 모바일 사이트, 고객 서비스 등을 단일 플랫폼에서 운영하도록 지원합니다.
- **전환률 제고**
사용자 경험 개선은 전환률 제고의 핵심입니다. 하이브리스는 카탈로그 데이터와 사용자 생성 콘텐츠, 이미지, 디지털 자산 등 비정형 콘텐츠의 관리를 단일 플랫폼으로 통폐합, 중앙집중화 합니다. 모든 채널에 걸쳐 일관된 콘텐츠를 사용함으로써 고객 경험의 모든 요소를 최적화합니다.
- **군계일학**
웹사이트 트래픽 생성은 지속적인 당면과제입니다. 하이브리스 B2C 커머스는 광범위한 콘텐츠와 머천다이징 역량을 제공하므로 고객 발굴과 재방문을 유도합니다.
- **수주이행 합리화**
여러 채널에 걸쳐 유입되는 주문 처리는 노동 집약적이고 값비싼 서비스 문제를 낳을 수 있습니다. 하이브리스 B2C 커머스는 주문 처리를 통폐합, 자동화해 주문이행을 합리화하고 글로벌 정식배송 보장을 실현합니다.



효과적인 B2C 상거래의 관건은 바로 소비자가 믿을 수 없을 정도로 쉽게 원하는 상품을 찾고, 정보를 얻어 구입하도록 돕는 것입니다. 수익성 있는 B2C 상거래의 관건은 관리가 용이하고 고객 상호작용과 거래를 모든 상품, 브랜드, 지역, 소통 채널에 걸쳐 통합하고 관리도 용이한 시스템을 확충하는 데 있습니다. 하이브리스 B2C 커머스는 두 분야에 걸쳐 최고의 성과를 드립니다.

주요 도입효과

- 단일 플랫폼 상에서 모바일, 프린트, 콜센터 등 추가 채널 도입 지원
- 중앙집중식 상품 콘텐츠 관리로 모든 채널에 걸쳐 콘텐츠 정합성 보장
- 멀티 테넌트 혹은 멀티 브랜드 전략을 위해 단일 플랫폼 상의 여러 샵 운영 지원
- 리얼타임 개인화, 머천다이징, 검색 및 내비게이션으로 전환률 제고
- 통합 고객 서비스로 고객 만족 개선 및 매출 증대
- 중앙집중식 주문관리 역량으로 복수 채널에 걸친 주문이행 효율화
- 동급최강의 확장성과 유연성, 성능으로 대용량, 거래 환경 지원

hybris ranked as a leader in the recent Forrester Wave™

하이브리스 B2C 커머스: 복잡한 세상을 위한 단일 솔루션

hybris B2C Commerce는 복잡하고 경쟁이 치열한 세상에서 매출 및 수익성 증대에 필요한 역량을 기업에 제공합니다.

전자상거래 관리

- 국제화와 멀티 사이트 역량으로 비즈니스 민첩성을 제고해 새로운 세그먼트와 시장, 지역 등에 신속한 진출 지원
- 전 채널에 걸쳐 주문 처리 동기화를 통해 매출 및 효율 증대
- “클릭 수령(click-and-collect)”, 부분배송, 복수창고 출하, 반품관리를 통한 효율적인 글로벌 수주이행 지원
- 상담원에게 고객과 주문, 콘텐츠에 대해 완벽 통합된 크로스 채널 뷰를 제공해 콜센터 운영효과 개선

마케팅 및 영업

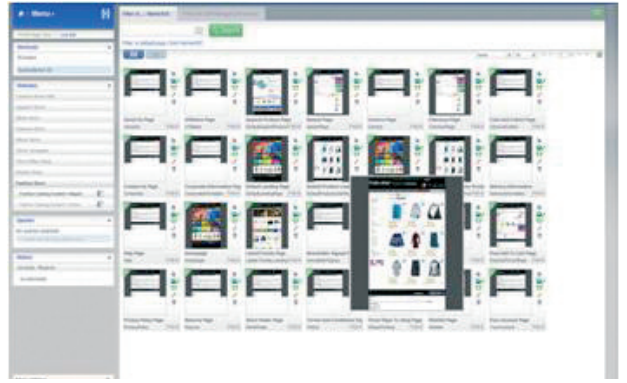
- 맞춤 상품 선정, 추천, 프로모션 등을 통해 평균 주문금액 증대
- 소셜 상거래 기능을 이용해 고객과의 대화 개발, 트래픽 증대, 업셀 기회 창출
- 고객 행태 및 특성과 고급 고객 세그멘테이션을 토대로 개인화, 타겟에 맞춤 콘텐츠 제공
- 중앙집중식 콘텐츠 관리로 상품 출시 가속화 및 운영비 절감
- 통합 검색 엔진 최적화로 트래픽 증대

머천다이징

- 통합 웹 콘텐츠 관리로 비주얼 및 상품 머천다이징 실행, 마케팅 캠페인 지원, 여러 웹사이트 관리 효율화
- 고급 디지털 자산 관리로 보다 풍부한 상품 설명, 몰입할 수 있는 사용자 상호작용 창출
- 다면적인 검색과 내비게이션, 투명한 상품 비교, 역동적인 랜딩 페이지를 통해 사용 편의성 개선 및 전환률 제고

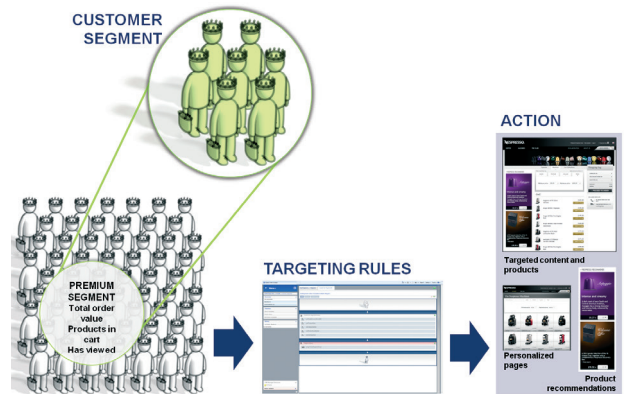
IT 관리

- 표준 기반 서비스지향아키텍처(SOA)로 유기적인 통합 및 확장 보장
- 유연한 적용을 위한 가상화 및 클라우드 컴퓨팅 환경에 적합
- 동급 최강의 확장성과 성능으로 막강한 솔루션 제공
- 유연성과 기능 확장성을 통해 미래에 대비한 적응력 보장



직관적이고 사용이 편리한 웹 콘텐츠 관리

하이브리스 B2C 커머스는 현업 사용자에게 직관적인 마케팅 및 퍼블리싱 툴을 제공해 온라인, 모바일, 리치 인터넷 애플리케이션(RIA) 등 다양한 채널별 콘텐츠 슬롯을 단일 사용자 인터페이스에서 효율적으로 관리하도록 지원합니다. 판매자 입장에서 콘텐츠를 다양한 온라인 스토어와 웹사이트, 모바일 사이트, 소셜 네트워크, 프린트 카탈로그, 물리적 매장 등을 아우르는 마케팅 캠페인과 머천다이징 활동에 쉽게 배치, 재사용하도록 합니다.



포괄적인 고급 개인화

오늘날 유통 환경에서는 모든 고객에게 동일한 상품과 콘텐츠를 보여준다면 사용자 경험 불량, 주문량 감소, 고객만족 저하, 인스타그램 방문객 감소로 이어질 수 있습니다. 하이브리스의 고급 개인화(Advanced Personalization)로 기업은 고객을 세그먼트로 나누고 규칙을 생성해 개별 세그먼트에 맞는 아웃풋 액션을 정의해 타겟 별로 보다 관련성 높은 콘텐츠를 제공할 수 있습니다. 이를 통해 유통업체는 베스트셀러와 틈새 상품을 고객 선호도와 속성에 맞게 효과적으로 판촉할 수 있습니다. 유용하기는 하지만 전체 그림을 보여주지는 못하는 고객 이력 데이터 외에도 하이브리스는 예컨대 다른 사람을 위한 선물을 쇼핑중인 경우와 같이 고객 행태를 분석해 의도에 맞게 대응 하도록 합니다.

hybris Korea

서울특별시강남구역삼동 735-3 포스코P&스타워 16층
+82-2-2015-7600

About hybris, an SAP Company

hybris의 옴니채널 소프트웨어는 표준 기술의 단일 플랫폼을 기반으로 기업에서 필요로 하는 지속적인 혁신과 효율적인 TCO 및 확장성과 유연함을 제공합니다. hybris는 주요 글로벌 분석기관들에 의해 전자상거래 플랫폼 분야 "선두기업"으로 선정되었습니다. hybris 소프트웨어는 설치형 및 주문형으로 제공되며 다양한 규모의 비즈니스에 최적화된 유연성을 제공합니다. hybris 소프트웨어는 Toys"R"Us, Metro, Bridgestone, P&G, Levi's, Nikon, Galeries Lafayette, Migros, Nespresso, Lufthansa 등 글로벌 B2C 기업 뿐만 아니라 W.W.Grainger, Rexel, General Electric, Thomson Reuters, 3M 등 글로벌 B2B 기업을 포함한 500개 이상의 기업들이 선택하였습니다. hybris is the future of commerce™. 자세한 정보를 원하시면 홈페이지(www.hybris.com)를 방문하세요. hybris Korea, 서울특별시강남구역삼동 735-3 포스코P&스타워 16층, +82-2-2015-7600