

데이터 기술이 바꾸는 산업의 미래

소비재·유통 : ① 業의 특성 변화

더 이상 규모가 경쟁력이 될 수 없는 시대!

소비재·유통업, 어떻게 달라질까?



1 대량생산 ▶ 맞춤형 생산

개별 고객 니즈 파악을 통한 맞춤형 서비스

다양한 주문에 대응하는 민첩성과 고객 정보 취합이 중요

2 중개자유통 ▶ DTC 판매

소비자와 직접 연결·소통해 판매하는 DTC* 방식

*중간업체 개입 없이 소비자에게 직접 판매하는 방식

나이키, 버버리 등 소비재 기업 DTC 판매 비중 7% 상승(2013~2016)

3 인력 중심 ▶ 데이터 기반 의사결정 중심

AI, 애널리틱스 등이 데이터 테크놀로지를 통해 정확히 트렌드를 파악

4 고객 대면 서비스 ▶ 자동화·무인화 서비스

AI, IoT, 로봇 등을 통한 무인화 서비스가 대중화 될 전망



ex) 알리바바 '티몰스토어'
지방의 소규모 마켓을 빅데이터 마켓으로 혁신
중국 전역에 약 1만 지점 가량 확대 예정



ex) '아마존'
오프라인 매장에서 고객에게 어울리는 제품을 자동 추천

자동화+무인화

... 모비마트 ...
Moby Mart

소비자가 스마트폰으로 주문



자율주행차가 마켓 방문



진열상품 구매



재고 파악 후 본사에 정보 전달



본 내용은 삼성닷컴 비즈니스 사이트에서 관련 칼럼/동영상으로도 보실 수 있습니다.
<http://www.samsung.com/sec/business/insights/?biz-trend>

- 본 자료는 삼성전자의 입장이나 전략을 담고 있지 않습니다.
- 본 자료에 실린 모든 정보는 저작권법의 보호를 받는 바, 무단전제, 복사, 배포 등을 금합니다.