

통합 BI 시스템으로 전면이행

BI 단일솔루션으로 '코그노스 8 BI' 도입, 국내 첫 사례, 사용의 편의성 등 효과 누려



KTF는 2007년 2월, 오라클, 마이크로스트레티지 등으로 이뤄져 있던 기존 BI 솔루션을 코그노스 8 BI로 전면 통합하는 작업을 완료하고 본격적인 가동에 들어갔다. KTF의 이번 BI 프로젝트는 코그노스의 8 BI가 국내에 처음 적용된 사례라는 점에서 관심을 끌었다. KTF는 마케팅 DW에 통합된 BI 구축으로 사용자의 편의성을 높였으며, 고객 정보에 대한 보안을 강화했다.

KTF는 2006년 기준 서비스 매출 5조 2천억 원, 총 영업이익의 6천 7백억 원, 가입자 1천 2백 만명을 보유한 국내 대표적인 이동통신 회사이다. KTF는 현재 WCDMA 기술이 제공하는 유무선 통합 검색, 음악, 게임, 영상 등의 디지털 엔터테인먼트 서비스와 온·오프라인을 연계한 금융, 유통 서비스를 제공하고 있다. 최근에는 WCDMA 이동통신 서비스 'Show'를 제공하고 있다. KTF는 Information, Communication, Entertainment, Transaction 서비스를 고객에 맞추어 종합적으로 제공함으로써 정보통신 서비스의 Personal Hub를 지향하고 있다.

100% 웹 기반의 통합 틀이 선정 요인

KTF가 이번 프로젝트를 진행하게 된 것은 지난 2005년 말로 거슬러 올라간다. 당시 KTF는 오라클의 OLAP툴인 'Oracle BI Discover'와 마이크로스트레티지의 OLAP 툴을 동시에 사용하고 있었다. 이 때문에 사용자들끼리 협업에서 문제가 발생했다.

KTF CRM 개발 IT 개발실 정보서비스 부문 구자형 차장은 "사용자들의 수준에 따라 제품의 목적이나 방법이 다르다. 간단한 조회를 원하는 사용자, 본격적인 분석을 하고자 하는 사용자 등 다양하다. 더욱이 여러 툴을 사용하게 되면 교육에 있어서도 문제가 발생할 수 있다"며, "이러한 문제를 해결하는 방안으로 하나의 BI툴 도입을 검토했다"고 말했다.

KTF는 BI 제품의 선정 과정에서 많은 사용자와 데이터량, 사용자의 요구를 한 곳에 담을 수 있는 지 여부, 사용자들간의 협업, 권한 부여, 고객정보 보호 기능 등에 주안점을 두었다.

KTF는 2005년 말 코그노스의 총판인 렉스켄으로부터 코그노스 8 BI 제품을 제안받았다. 구자형 차장은 "우리는 내부망을 사용하

“KTF는 내부망을 이용하기 때문에 웹 기반의 BI 솔루션이 필요했는데 코그노스 8 BI는 100% 웹 베이스의 통합된 툴이라는 점과 현재 KTF가 갖고 있는 DB와 잘 연동된다. 이 제품의 도입으로 사용자의 편의성 뿐만 아니라 고객 정보에 대한 보안이 강화됐다.”



KTF CRM 개발 IT 개발실 정보서비스 부문 구자형 차장

기 때문에 웹을 선호했다”며 “코그노스 제품이 100% 웹 베이스의 통합된 툴이라는 점과 현재 KTF가 갖고 있는 DB와 잘 연동된다”라며 코그노스 제품을 선정한 이유를 밝혔다.

KTF는 제품 선정 이후 코그노스의 제품이 사용되고 있는 여러 사이트를 벤치마킹했다. 당시 코그노스 8 BI 제품은 국내에 알려지지 않았기 때문에 벤치마킹은 주로 코그노스 제품 중 레포트넷과 파워플레이를 사용하고 있는 회사를 중심으로 이뤄졌다. KTF도 자체적으로 총 5개월에 걸쳐 성능 테스트 등을 수행하고, 2006년 1월부터 프로젝트에 본격 착수했다.

사용의 편의성 증대, 관리 쉬워져

KTF는 여러 사업 분야 중에서 마케팅 DW분야에 도입해서 사용하고 있다. 2006년 10월까지의 기존에 구축됐던 OLAP제품과 병행해서 사용했으나, 2007년 2월부터는 코그노스 8 BI 제품으로 완전 통합해 실적 관리, 캠페인, 해지방어, 타겟팅을 위한 마이닝 부분 등에 활용하고 있다.

코그노스 제품도입 후 가장 큰 변화는 사용자들의 편리성이다. 구자형 차장은 “이전에는 리포팅 조회툴과 OLAP을 이용한 분석툴이 따로 있었다”라며 “이번에 제품을 도입하면서 분석환경이 달라져서 사용자가 한 곳에서 리포팅을 보면서 분석할 수 있게 됐다”라고 말했다.

KTF는 이같이 변화된 분석환경에 따라 분석 시나리오도 개발했다. 예를 들어 미납 고객에 대한 분석의 경우, 미납개월 수, VOC 등의 패턴을 파악하는 일이 과거에 비해 매우 편리해졌다.

또한 코그노스 제품은 MS Office, Search,

Browser, Mobile, E-mail 등과 연계해 운영할 수 있는 장점 때문에 KTF는 실제 데이터를 이메일이나 MMS를 사용해 신뢰성이 있고 정확한 정보를 제공해 줄 수 있었다. 구 차장은 “코그노스 제품이 아니었다면 테이블에서 자료를 보내주기 힘들었을 것이다. 그런데 코그노스 제품은 이메일이 잘되어 있어 WCDMA 런칭에도 도움이 많이 됐다”라고 말했다.

그러나 코그노스 제품을 사용한지 이제 3개월 밖에 되지 않아, 기존 툴에 익숙했던 사람들이 코그노스 제품에 적응하기까지는 시간과 교육이 더욱 필요하다고 KTF는 말한다.

KTF는 업무별로 나누어서 교육을 실시하고 있으며, 초·중·고급으로 사용자 체계를 수립했다. 레벨에 따라 권한부여와 교육방법에 차이가 있다. 구 차장은 “OLAP만으로는 제대로된 분석이 힘들다. 데이터, OLAP, 업무를 연계한 분석이 필요하다”며 앞으로 업무별 교육을 심화시킬 계획이라고 말했다.

통합 BI 제품으로 고객 만족 극대화할 터

KTF는 현재 마케팅 DW에서 사용되고 있는 통합 BI 제품을 최대한 활용해 내부사용자와 고객의 만족도를 크게 높인다는 전략이다. 구 차장은 “KTF는 이미 전사적인 차원에서 EDW를 구축할 계획을 갖고 있으며, EDW 구축 후에는 코그노스 제품으로 이를 최대

한 활용해 고객 만족을 극대화할 계획”이라고 말했다. KTF는 사용자 팀, 모델이 될 수 있는 리포트 템플릿, 샘플 리포트를 제공하고, 사용자의 요구를 파악해 거기에 맞는 신규 모델링을 변경해 성능개선과 사용자의 만족을 높일 계획이다. **KW**

신은영 기자 epah@com-world.co.kr

KTF BI 프로젝트 구성도

