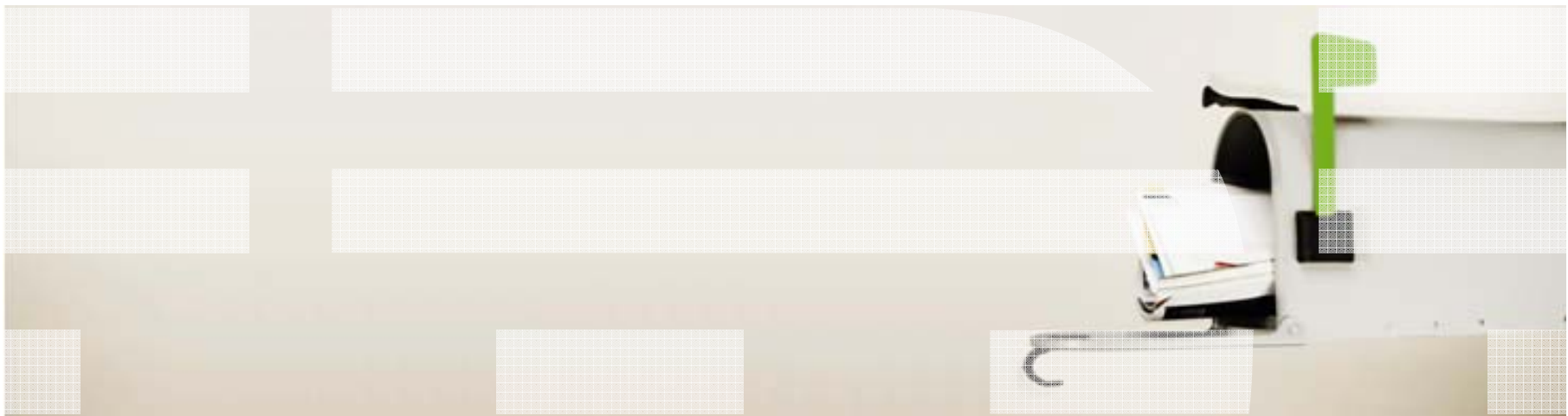


New Intelligence를 위한 IBM 정보 활용 전략 세미나

정보활용 및 의사결정을 위한 BI



Agenda

Thinking of BI

효율적 정보활용을 위한 Business Intelligence

IBM의 최신 BI 방향성

유통업을 위한 화면예시

“ .. 기업은 급격한 환경 변화에 효과적으로 대응하고 수정된 전략을 조직 전체에 기민하게 반영해야 한다. 즉, 경영진이 필요한 시점에 사실을 검토해 문제가 악화되기 전에 이를 수정할 수 있도록 함으로써 신속한 비즈니스 의사 결정을 뒷받침할 수 있어야 한다 ”



Source: Gartner Research - : Driving Toward Product Performance Management, 2009

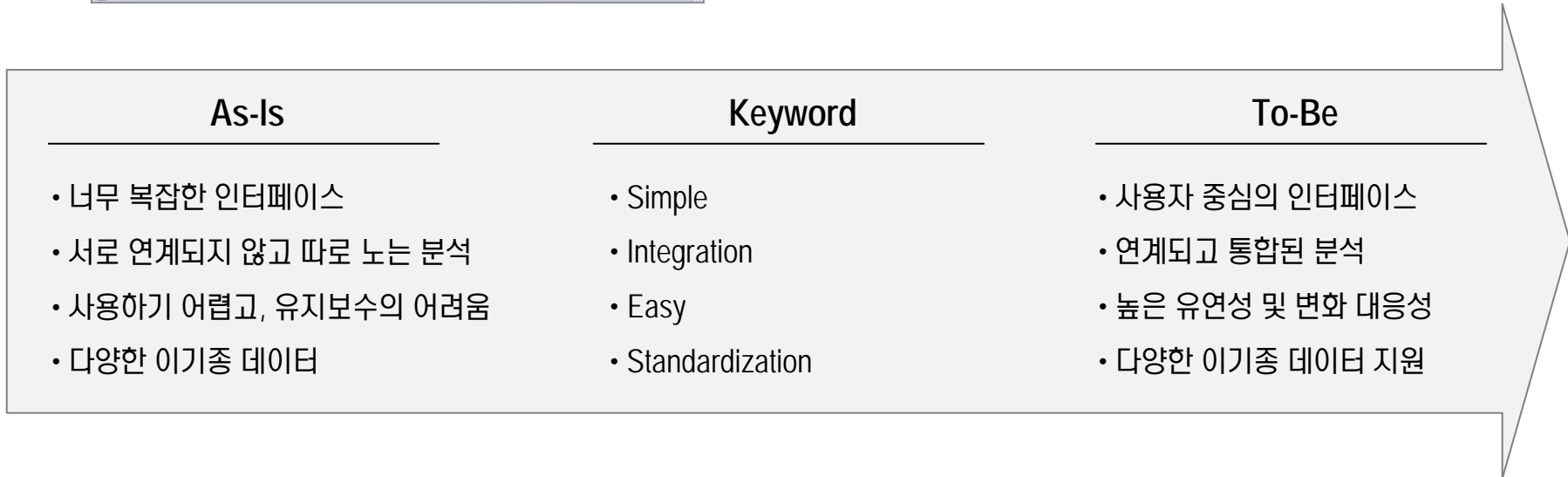


Key Thinking for BI



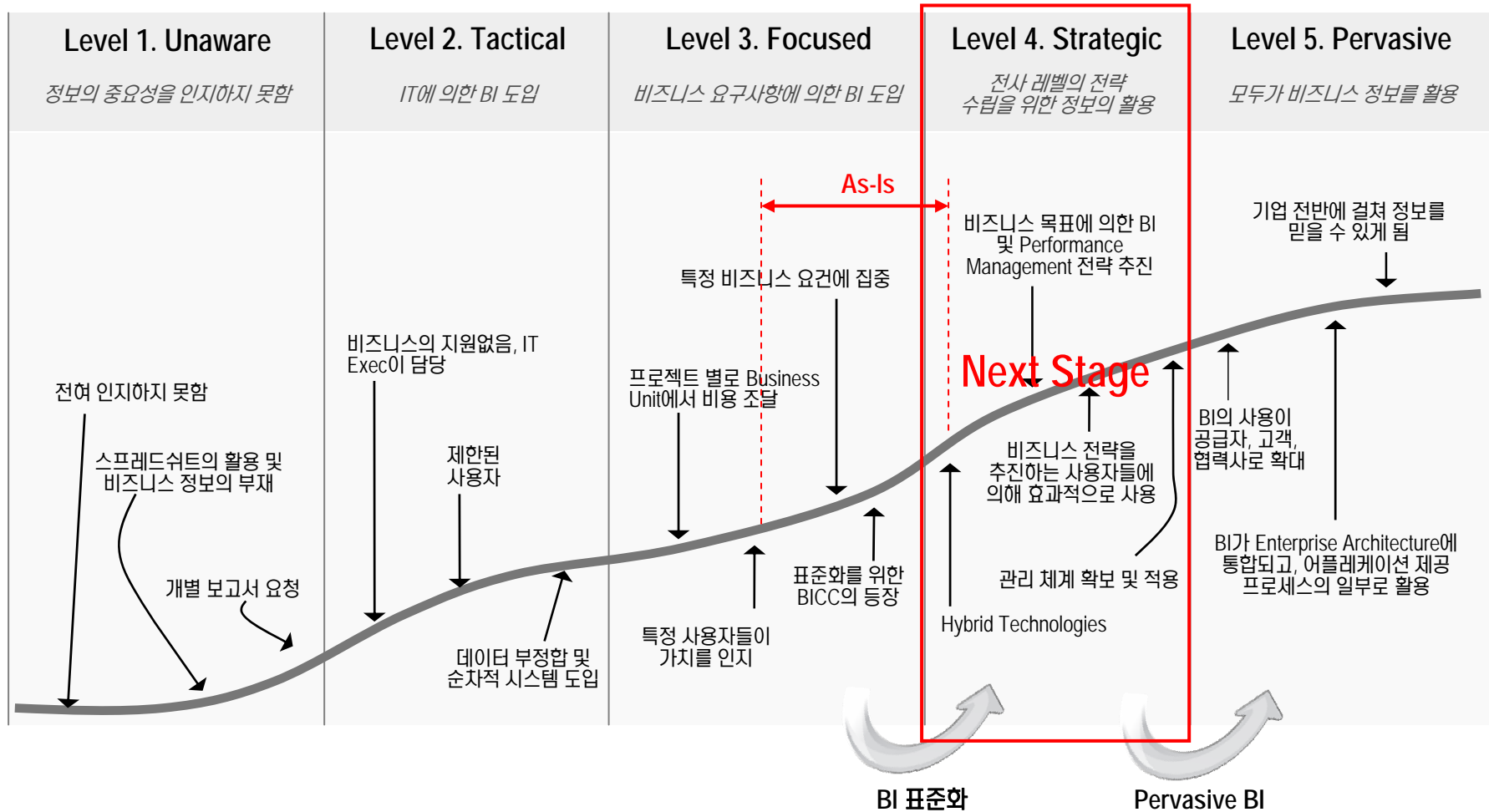
매우 간단한 인터페이스에다 그리 세련된 이름도 아니며 검색 기능에만 초점을 맞춘 웹 사이트 구글을 왜 그토록 많은 사람들이 사용하는 것일까?

- 사용자가 요청한 것 이상의 정보를 언제나 제공
- 소프트웨어를 설치할 필요가 없으며 업그레이드도 필요 없다
- 사용하기 위해 특별히 배울 것도 없다



BI 진화 단계

BI는 점점 표준화를 거쳐 편재형(Pervasive) BI를 향해 발전하고 있습니다. Gartner는 실제 편재형(Pervasive) 레벨의 BI를 구축하고 있는 기업이 2012년에 처음 등장할 것으로 예상합니다.



Source: Gartner Analyst David Goozit, "Paradise by the Dashboard Lights" Gartner PCC Summit

Agenda

Thinking of BI

효율적 정보활용을 위한 Business Intelligence

IBM의 최신 BI 방향성

유통업을 위한 화면예시

Transform Insight into Action

1

Monitoring:

각각의 비즈니스 프로세스에 대해 실시간의 가시성(Visibility)를 확보



2

Alert :

조치(Corrective Action)가 필요한 항목에 대해 능동적인 알림



3

Analyze :

문제의 원인추적에 대해 기업 내 다양한 정보에 기반한 의사결정 도출



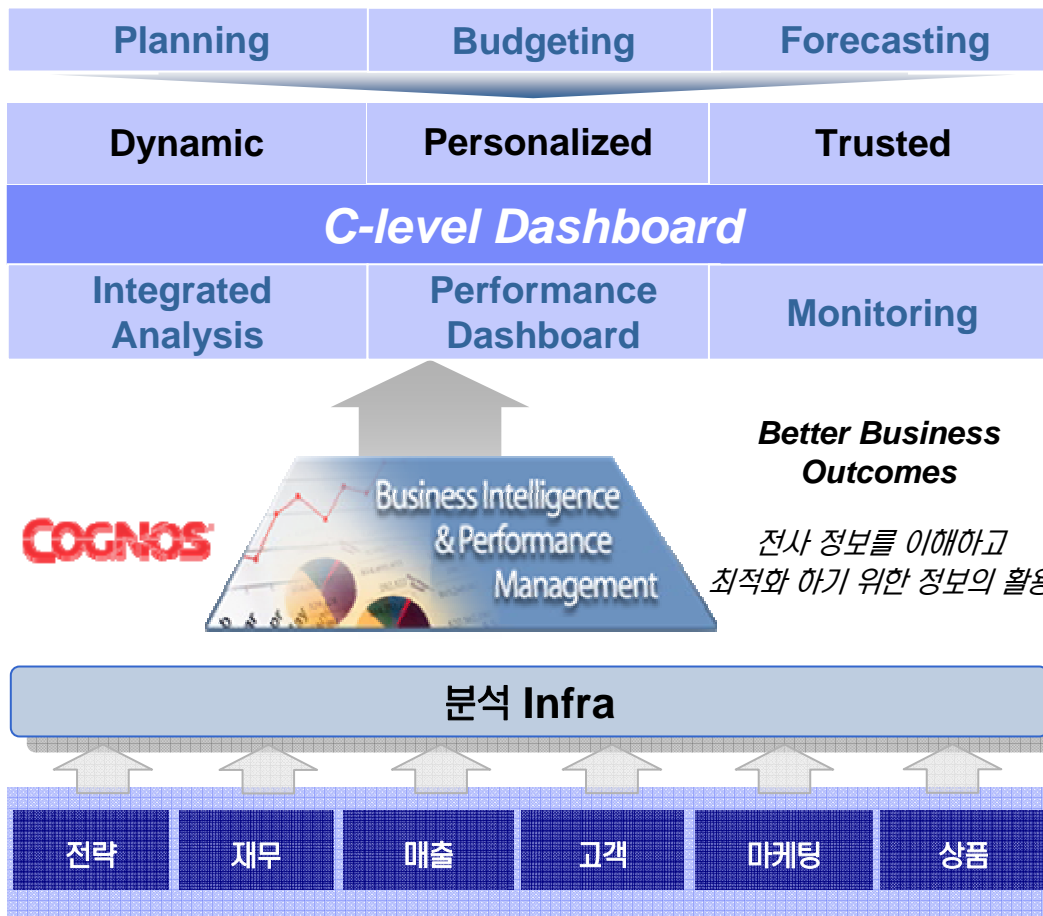
4

Act :

정보에 기반한 의사결정에 따라 수정된 전략을 비즈니스에 반영

Business Intelligence & Performance Management

기업에서 관리되는 다양한 정보를 의사결정에 활용하기 위해 의미 있는 분석 정보 및 경영정보 현황을 신속하게 파악할 수 있는 환경을 제공합니다.



핵심지표에 대한 **모니터링**을 제공하고, 각각 어떠한 **인과 관계가 있는지 분석**할 수 있는 환경을 제공하며, C-level 임원을 위한 개별 **C-level 대시보드를 제공**합니다.

다양한 BI 분석을 통해 나온 결과는 의사결정에 활용될 수 있도록 **최대한 신속하고, 직관적이고, 시각적으로** 제공됩니다.

BI (Business Intelligence) 분석을 통해 의미 있는 분석 정보를 발굴하여 이를 시스템에 반영하고, 의사결정에 필요한 정보를 **지속적**으로 제공합니다..

새로운 내용의 콘텐츠를 신속하게 적용할 수 있는 **동적(dynamic)**인 기능과, 항상 **신뢰(trust)**할 수 있는 정보를 제공하고, 개별의 C-level에 맞는 **맞춤형(personalized)** 정보를 제공하여야 합니다.

C-level Dashboard

기업의 경영현황이 어떠한지, 원인은 무엇인지, 향후 무엇을 해야 되는지에 대한 분석 환경을 제공함으로써, C-level에게 보다 효율적이고, 신속한 의사결정 정보를 제공합니다.

C-level Dashboard

for CEO for CIO for CFO

Illustrative Only

Business Intelligence

어떻게 하고 있는가?

Scorecarding & Dashboarding

모니터링

앞으로 무엇을 해야 하는가?

High-frequency Planning

사업계획

원인이 무엇인가?

Reporting & Analysis

연관성 분석

운영 계획

자금관리 환관리 운영관리

모니터링

재무재표 현금흐름 운영

C-level Dashboard

분석을 통해 지속적, 주기적으로 *활용가능한 Contents*의 구성

개별 임원들의 관심사항을 반영할 수 있는 *개인화된 환경*

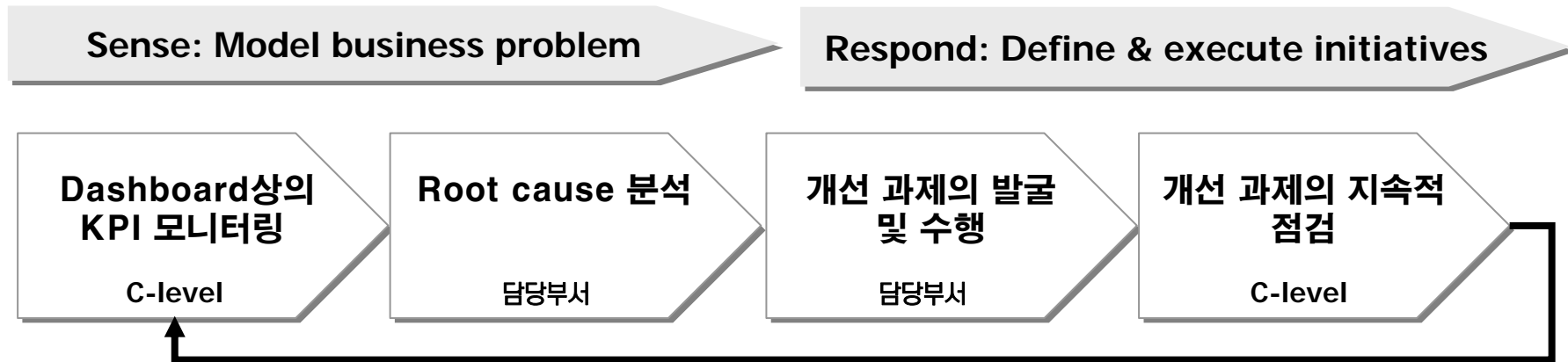
인과관계의 연속성을 가진 *시나리오 기반*

후행지표(실적)의 나열이 아닌 *선행지표의 모니터링 체계*

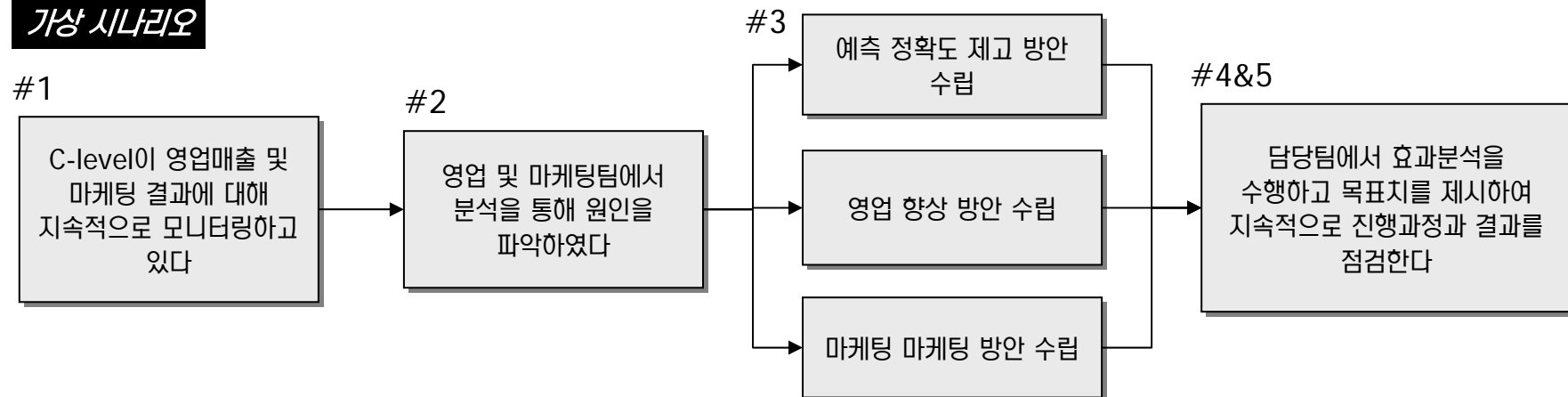
단계적, 진화적 시스템이 될 수 있는 *확장성*

Smart Decision 체계 정립

기업 성과에 영향을 미치는 다양한 경영정보를 즉각적으로 감지(Sense)하고 신속 및 민첩하게 대응(Respond)할 수 있는 Smart Decision 체계 정립이 필요합니다



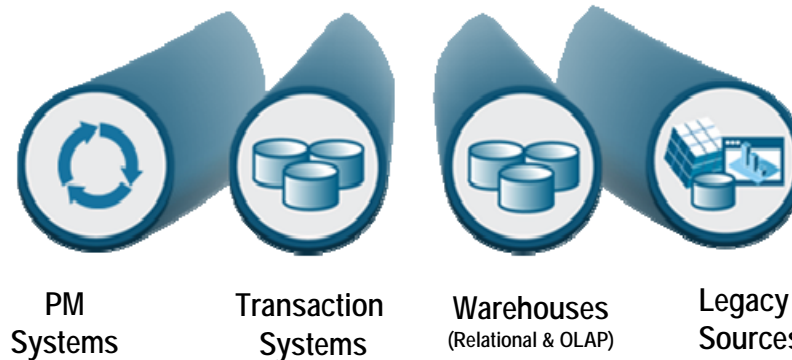
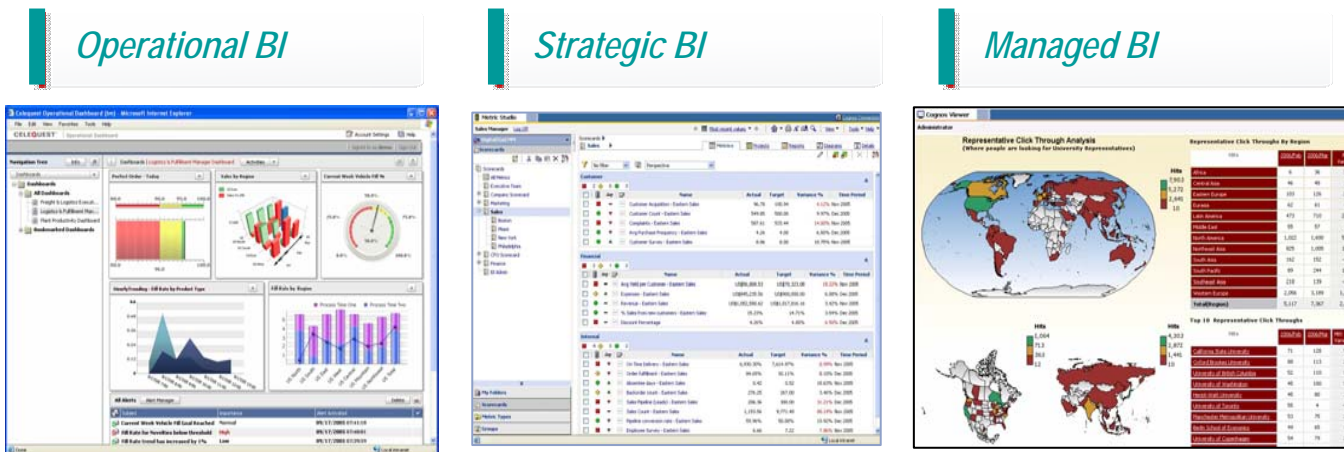
가상 시나리오



* Business Analyst interacts with CFO, IT, sales, manufacturing, and procurement

Actionable Business Intelligence

비즈니스가 고도화되면서 비주얼한 화면 중심의 단순 리포팅/분석(Reporting/Analysis)에서 업무 중심의, 그리고 기업 내 누구나 의사결정에 도움이 될 수 있는 단계별 BI (Business Intelligence) 로 발전합니다.



Operational Business Intelligence

Operational BI

“ 실시간 모니터링을 통해 운영 최적화 ”



Appliance Driven



Real-time, intraday update



Monitors operational processes



Self-service authoring & edit



Link to reports



Strategic Business Intelligence

Strategic BI

“일관성 있는 전략의 전개 및 전략 달성 위주의 조직 운영”



Metric Driven



Monthly, quarterly update



Track progress towards strategy



Professional/IT authoring & edit



Link to reports



Managed Business Intelligence

Managed BI

“ 정형화된 대쉬보드를 통한 상세 원인 분석 ”



Report Driven

Rich visualization



Daily, weekly, monthly update



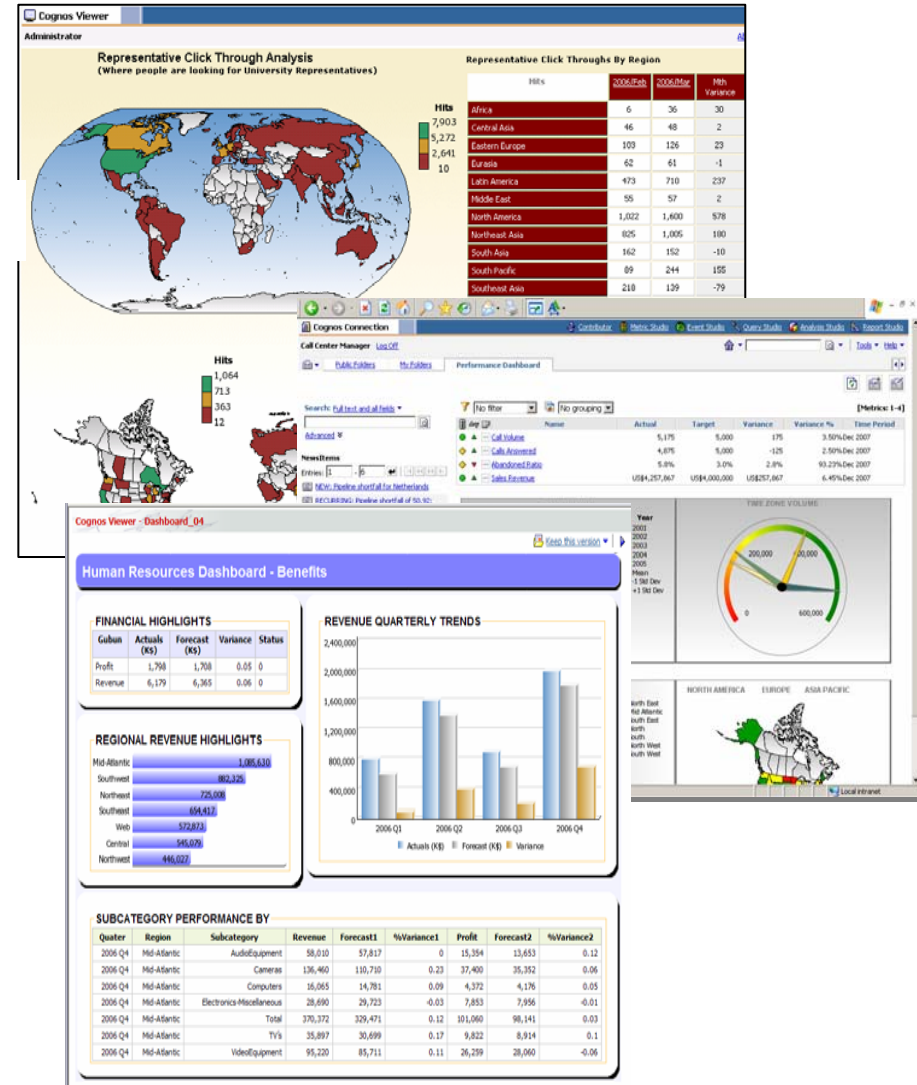
Professional/IT authoring & edit



Briefing Books



Portal Pages



실시간 모니터링

현대 기업의 성패를 좌우하는 가장 중요한 항목은 고객 요구의 변화에 빠르게 대응할 수 있는 능력입니다. 이를 가능하게 하는 BI의 Enabler들은 모두를 위한 BI, BI 표준화, 그리고 실시간 운영 BI로 정리할 수 있습니다.

- **운영 KPI 및 지표들에 대한 실시간 비즈니스 모니터링**

- 항상 최신의 운영 지표 및 KPI 제공
- In-Memory 구조의 분석 데이터 저장소
- 역할에 따른 보안 적용

- **일정기간 동안 발생하는 주요 항목들에 대한 모니터링**

- 다수의 운영 시스템으로부터의 취합
- 데이터 및 프로세스 관점

- **Closed Loop 비즈니스 최적화**

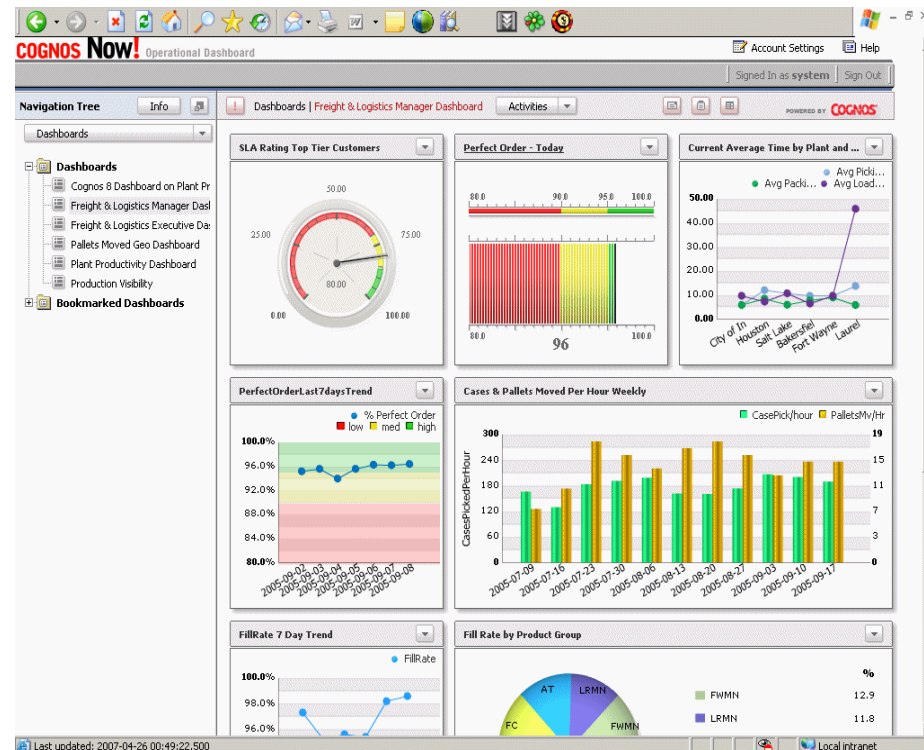
- 모니터링에서 세부 작업에 대한 분석 관점에 이르는 Closed-Loop 솔루션 제공
- 운영 KPI 및 지표들에 대한 식별
- 문제의 원인을 파악하기 위한 분석 기능
- 빠르고 효과적인 의사 결정

- **LoB 사용자들을 IT로부터 독립**

- Self Service 구조
- 사용자 정의 임계치 설정 및 알림
- 그래픽화 된 Watch Points
- 실제 사용자들에 의한 구성

- **저비용, 저위험의 빠른 설치 및 구현**

- 역할에 따른 차이 없이 무제한 사용자 라이선스
- 미리 패키징 되어있는 하드웨어 혹은 소프트웨어 어플라이언스



Cognos in Retail & Transportation

- ❖ 300+ retailers worldwide; 25% of Top 250 Global Chains
- ❖ 36% of Top 100 Retailers
- ❖ 16% of Top 75 Food & Drug
- ❖ 17% of Top 100 Restaurants

General Retail	Food & Drug	Restaurant	Transportation

Agenda

Thinking of BI

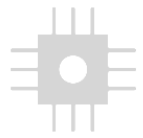
효율적 정보활용을 위한 Business Intelligence

IBM의 최신 BI 방향성

유통업을 위한 화면예시

New Intelligence를 위한 IBM 정보 활용 전략 세미나





Our world is becoming

INSTRUMENTED



Virtually all things, processes
and ways of working are becoming

INTELLIGENT



Virtually all things, processes
and ways of working are becoming

INTELLIGENT



Transform Your Organization with Information

Our world is becoming
\$40 billion annually

Our world is becoming
INTERCONNECTED
59%

Virtually all things, processes
and ways of working are becoming
INTELLIGENT
\$360 billion

Transform Your Organization with Information



Lack of Insight

1 in 3 managers frequently make critical decisions without the information they need

Inefficient Access

1 in 2 don't have access to the information across their organization needed to do their jobs

Inability to Predict

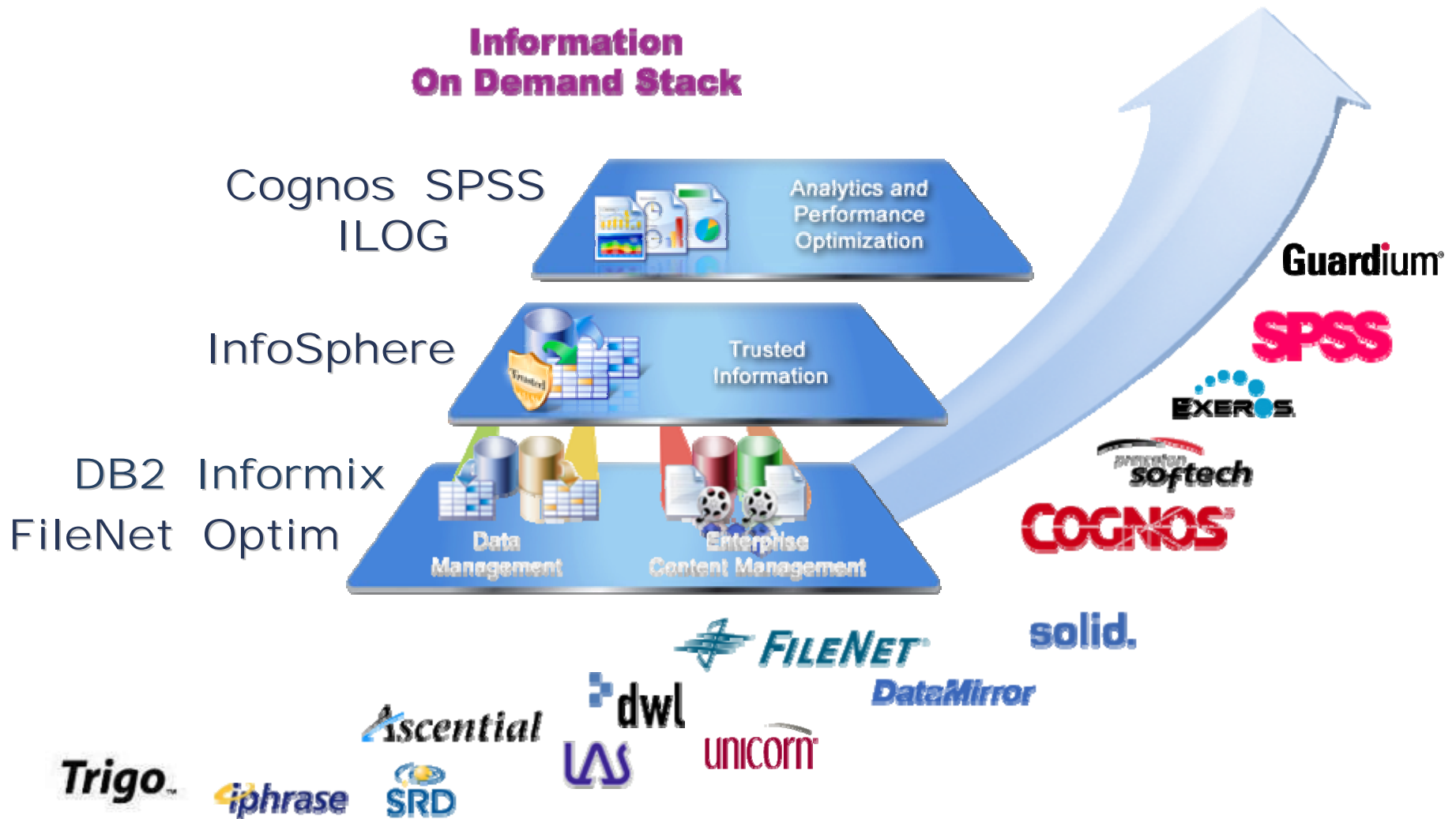
3 in 4 business leaders say more predictive information would drive better decisions

Analytics has multiple components from basic reporting to advanced analytics

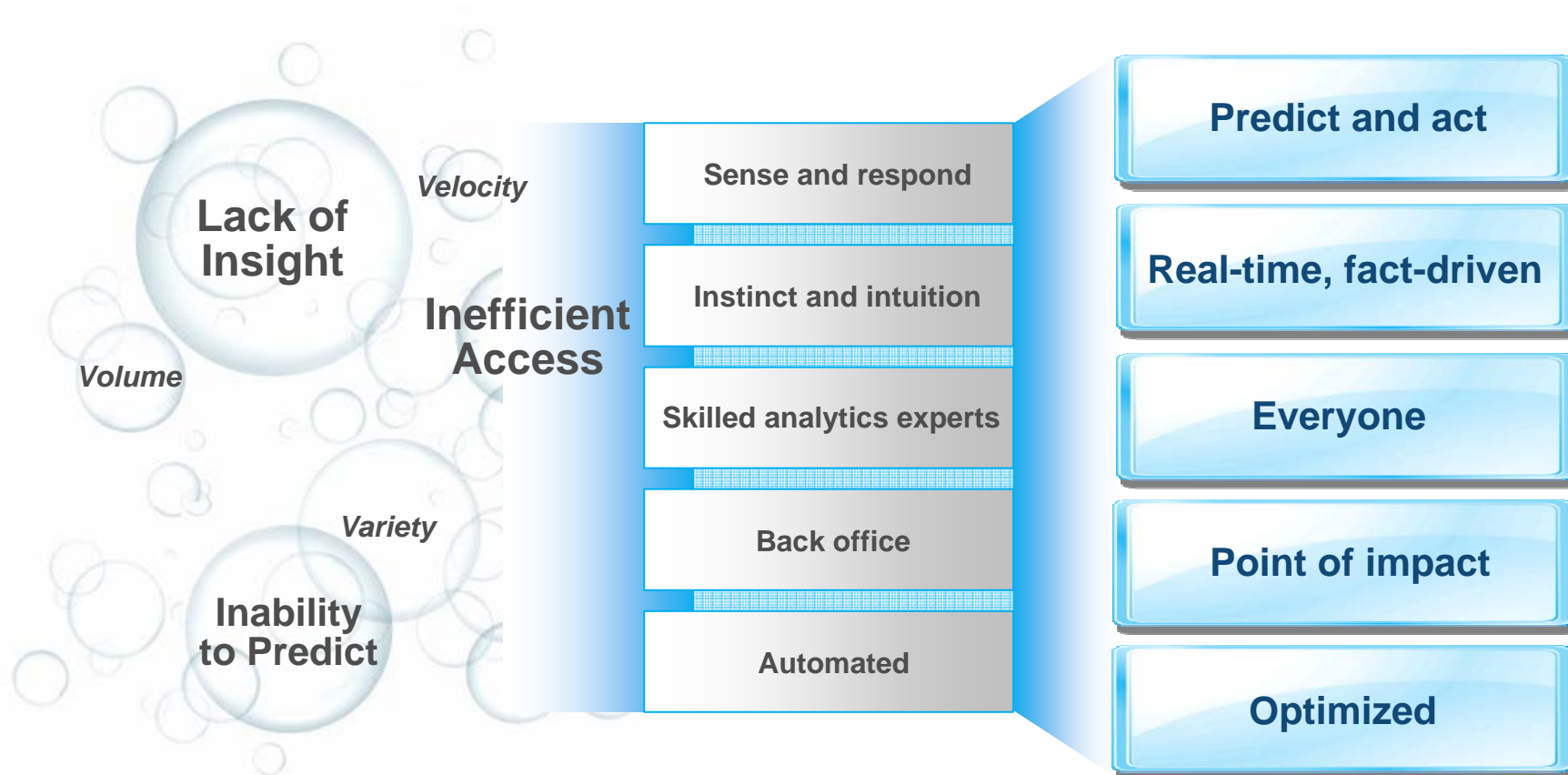


Accelerating an Information-Led Transformation...

IBM has invested \$12B in R&D and Acquisitions



New ways of working to optimize decisions and actions



New ways of working to optimize decisions and actions



SPSS: A Leader in Predictive Analytics

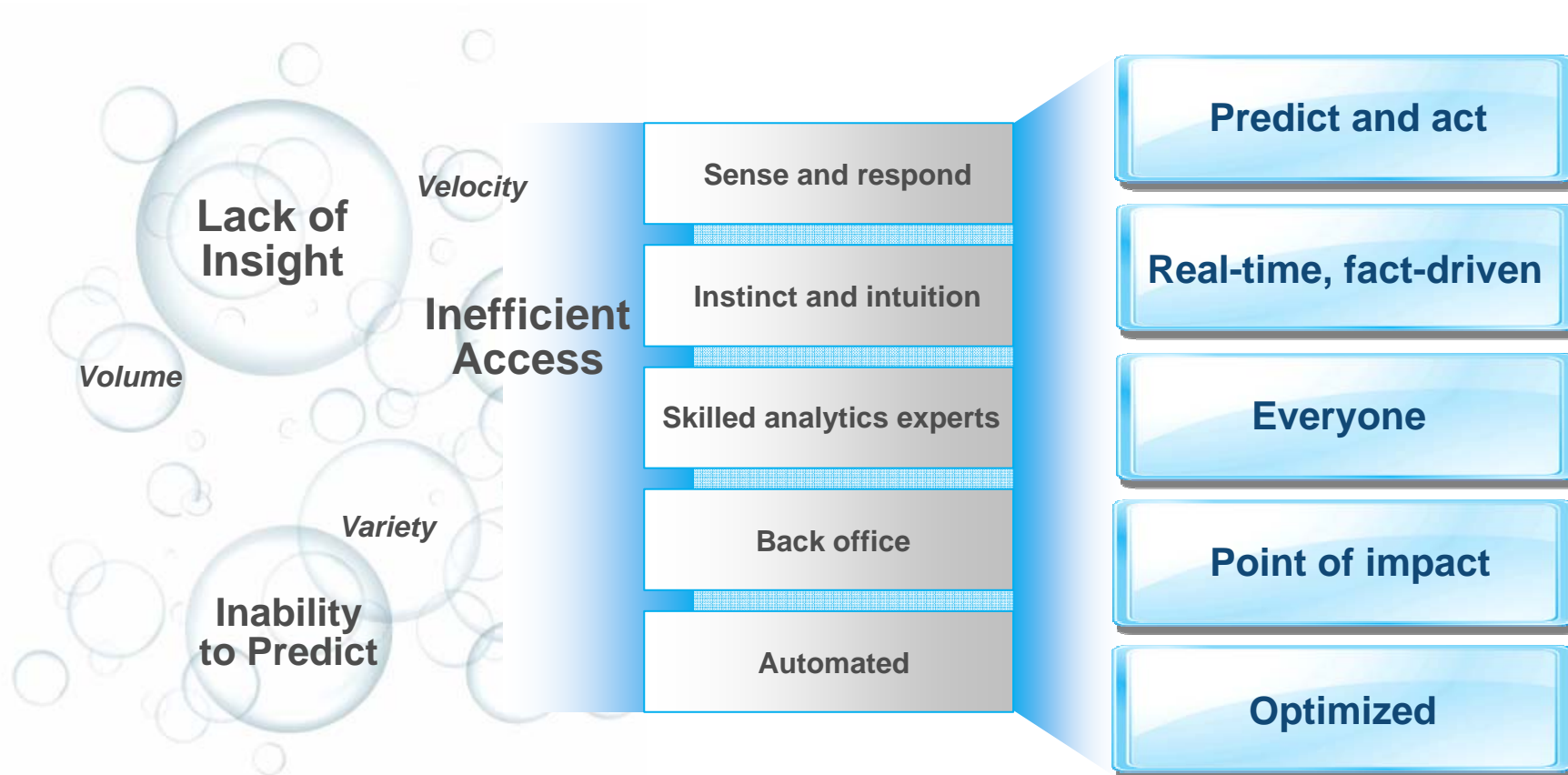
- **Unique data collection**
- **Text and data mining**
- **Advanced statistics**
- **Predictive solutions**
- **Rich expertise**



**Moves beyond Sense & Respond
to Predict & Act...**

At the time and point of impact!

New ways of working to optimize decisions and actions



New ways of working to optimize decisions and actions



Agenda

Thinking of BI

효율적 정보활용을 위한 Business Intelligence

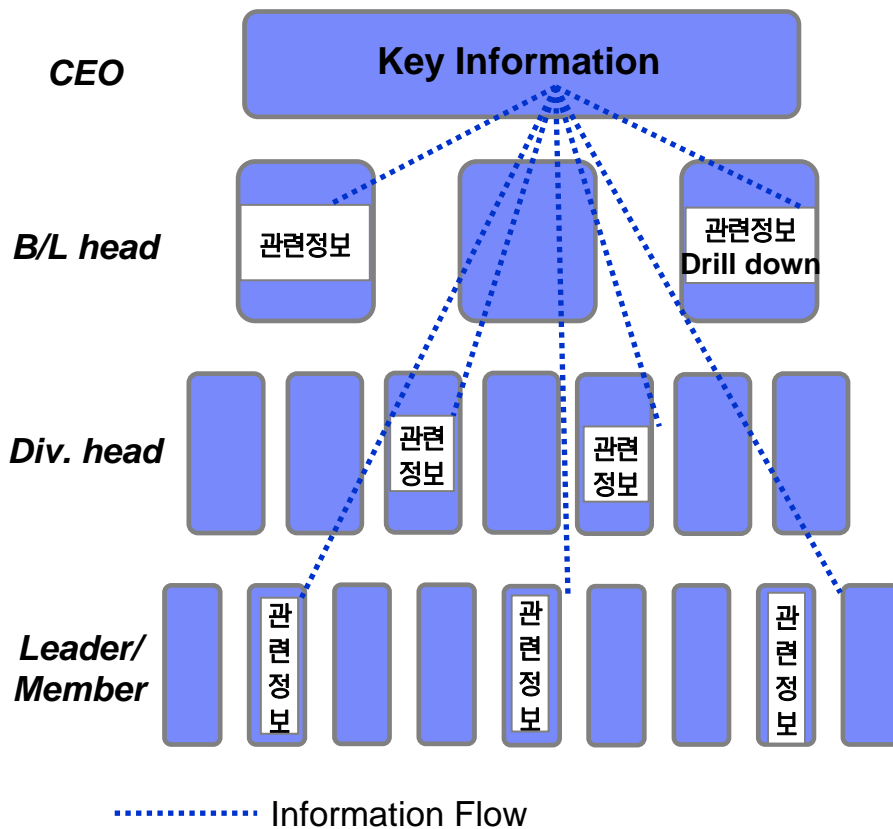
IBM의 최신 BI 방향성

유통업을 위한 화면예시

IBM Cognos Retail Blueprint 구성 - 성과분석

<p>고객관리</p>		<p> 캠페인 및 프로모션 관리 크로스 구매 속성 분석 교차판매 분석 고객이탈 분석 고객불만 분석 고객 상호작용 분석 </p>	<p> 고객 생명주기 가치 고객충성도 고객 동적 이동 고객 프로파일 분석 고객 수익성 리드 분석 </p>	<p> 장바구니 분석 상품구매 권적의뢰서 분석 구매 프로파일 분석 목표 상품 분석 시장 분석 </p>
<p>머천다이징 관리</p>		<p> 구색 및 할당 분석 재고 분석 물리적 머천다이징 </p>	<p> 가격 분석 프로모션 분석 </p>	
<p>상품 및 서비스 관리</p>		<p> 경영성과 분석 경영계획 및 예측 분석 상품 분석 상품 수익성 </p>	<p> 서비스 분석 거래 수익성 분석 벤더 성과 분석 </p>	
<p>매장운영 관리</p>		<p> 위치 익스포저 위치 수익성 손실방지 분석 </p>	<p> 조직단위 수익성 성과 측정 스태프 분석 </p>	<p> 매장 위치 분석 매장 최적화 분석 </p>
<p>공급망 사슬 관리</p>		<p> 물류센터 서비스 수준 분석 물류센터 쓰루풋 분석 물류센터 저장 및 처리 분석 적재 효율 분석 역송 이용 분석 </p>	<p> 투자 구매 분석 재고회전일 분석 반품 분석 재고 조정 분석 공급자 서비스 수준 분석 </p>	<p> 재고 로케이션 및 상태 재고 이용가능 분석 물류센터 생산성 분석 RFID 재고 추적 </p>
<p>다채널 관리</p>		<p> 채널 성과 분석 채널별 지역 분석 카타로그 성과 분석 </p>	<p> 콜센터 성과 분석 상담자 스크립트 성과 분석 </p>	
<p>전사 재무관리</p>		<p> 자본 할당 분석 신용 리스크 분석 고객 신용 리스크 프로파일 고객 연체율 </p>	<p> 관리회계 수입 분석 관련당사자 익스포저 의심 활동 분석 </p>	<p> 부실채권 활동기준원가 </p>
<p>규제 준수</p>		<p> IFRS 연결 손익계산서 분석 IFRS 연결 대차대조표 분석 IFRS 연결 현금흐름표 분석 </p>	<p> IFRS 연결 자본변동표 분석 IFRS 그룹 재무성과지표 분석 </p>	

핵심 정보 및 연관 정보의 통합된 BI 구축



- Key Information
 - 경영층이 주요 경영상의 이슈 및 의사결정을 수행하는 핵심적인 경영 정보로서 정형 및 비정형 정보를 모두 의미함.
- Relevant Information
 - key information에 대한 세부적인 내용을 설명하거나, 원인을 분석할 수 있는 정보로서 다른 dashboard에 존재하는 관련정보를 의미함.

- ✓ CEO 및 임원 : Key Information 기준 reporting
- ✓ 리더 및 팀원 : 직무 및 역할에 기반한 reporting
- ✓ Function driven information flow 구축

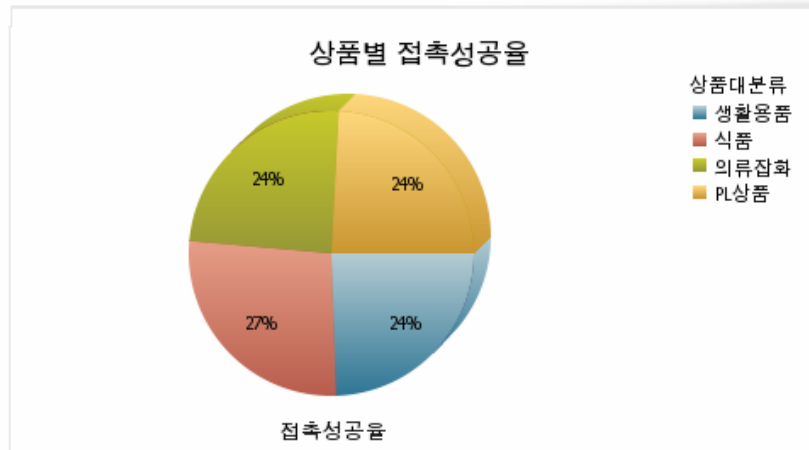
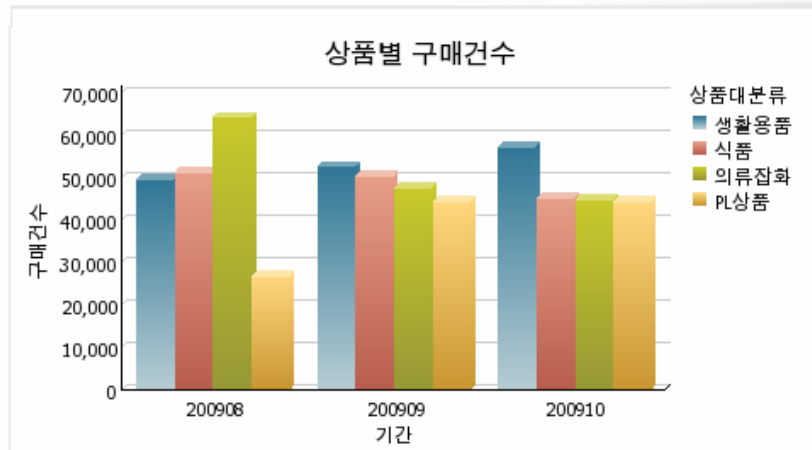
모니터링 대시보드



Click

상품별 캠페인 결과

■ 상품별 캠페인 결과



구분	구분	접촉성공건수	구매고적수	구매건수	총구매금액	적단가	건단가	총이익
200908	생활용품	82,211	35,078	49,776	1,576,968,000	86,587	61,020	63,078,720
	식품	60,531	36,222	51,400	2,487,600,000	126,251	88,972	99,504,000
	의류잡화	65,273	45,334	64,329	1,479,024,000	83,429	58,794	59,160,960
	PL 상품	34,150	19,013	26,980	646,752,000	36,212	25,519	25,870,080
200909	생활용품	86,581	37,140	52,701	1,718,816,400	93,027	65,558	72,190,289
	식품	60,838	35,681	50,631	2,571,660,000	125,514	88,453	108,009,720
	의류잡화	53,546	33,613	47,697	1,193,623,200	65,945	46,473	50,132,174
	PL 상품	44,634	31,387	44,538	1,015,761,600	56,607	39,892	42,661,987
200910	생활용품	88,642	40,333	57,233	1,885,519,944	104,929	73,946	79,946,046
	식품	55,687	31,935	45,316	2,691,768,240	140,712	99,163	114,130,973
	의류잡화	50,421	31,665	44,933	1,211,816,592	67,929	47,871	51,381,024
	PL 상품	46,667	31,423	44,589	1,100,748,096	62,140	43,791	46,671,719

상품별 상세 비정형 분석

새로 만들기 - Analysis Studio - Microsoft Internet Explorer

파일 편집 보기 설정 실행 도움말

삽입 가능 개체

- 결과분석
 - 기간
 - 200908
 - 200909
 - 200910
 - 거점점포
 - 성수점
 - 월계점
 - 죽전점
 - 캠페인
 - 신규
 - 판매
 - 오피
 - 채널
 - 이메일
 - 콜센터
 - eSpot
 - SMS
 - 고객세그먼트
 - 가격민감형
 - 신규고객군
 - 알뜰구매형
 - 지속구매형
 - 행사민감형
 - 상품
 - 생활용품
 - 식품
 - 의류잡화
 - PL 상품

기간(모두) | 상품대분류(모두) | 거점점포(모두)

기간	총구매금액	성수점	월계점	죽전점	거점점포(모두)
200908	생활용품	441,000,000	930,240,000	205,728,000	1,576,968,000
	식품	1,663,200,000	373,920,000	450,480,000	2,487,600,000
	의류잡화	743,040,000	200,400,000	535,584,000	1,479,024,000
	PL상품	225,792,000	310,920,000	110,040,000	646,752,000
	상품대분류(모두)	3,073,032,000	1,815,480,000	1,301,832,000	6,190,344,000
200909	생활용품	526,050,000	976,752,000	216,014,400	1,718,816,400
	식품	1,706,040,000	392,616,000	473,004,000	2,571,660,000
	의류잡화	420,840,000	210,420,000	562,363,200	1,193,623,200
	기간,기간,기간(모두),200909	573,753,600	326,466,000	115,542,000	1,015,761,600
	상품대분류(모두)	3,226,683,600	1,906,254,000	1,366,923,600	6,499,861,200
200910	생활용품	621,187,560	1,035,357,120	228,975,264	1,885,519,944
	식품	1,774,211,040	416,172,960	501,384,240	2,691,768,240
	의류잡화	392,666,400	223,045,200	596,104,992	1,211,816,592
	PL 상품	632,219,616	346,053,960	122,474,520	1,100,748,096
	상품대분류(모두)	3,420,284,616	2,020,629,240	1,448,939,016	6,889,852,872
기간(모두)	생활용품	1,588,237,560	2,942,349,120	650,717,664	5,181,304,344
	식품	5,143,451,040	1,182,708,960	1,424,868,240	7,751,028,240
	의류잡화	1,556,546,400	633,865,200	1,694,052,192	3,884,463,792
	PL 상품	1,431,765,216	983,439,960	348,056,520	2,763,261,696
	상품대분류(모두)	9,720,000,216	5,742,363,240	4,117,694,616	19,580,058,072

정보 - 상품

새로 만들기

마케팅 KPI 모니터링

사소식

- [새 보고서] RFM 분석에 대한 새 보고서가 등록되었습니다.
- [새 보고서] 브랜드 충성도에 대한 새 보고서가 등록되었습니다.
- [알림] ROI 2% 증가 점차 좋아짐
- [알림] 매출달성률이 5% 감소 점차 나빠짐

관련 보고서

캠페인결과보고서

- 이름
- ▶ 캠페인결과분석
- ▶ 오피체널별결과분석
- ▶ 상품별 캠페인결과
- ▶ 세그먼트별 캠페인결과

보고서 검색

검색: 이름 필드

고급

메트릭 목록

필터 없음 | 그룹화 없음

이름	실제	목표	분산	분산 %	기간
마케팅성공률	79.00%	90.00%	-11.00%	12.22%	2009 8월
오피션호도	90.00%	90.00%	0.00%	0.00%	2009 8월
유지율	75.00%	90.00%	-15.00%	16.67%	2009 8월
판매달성률	80.00%	100.00%	-20.00%	20.00%	2009 8월
매출달성률	82.00%	90.00%	-8.00%	8.89%	2009 8월
ROI	16.00%	20.00%	-4.00%	20.00%	2009 8월

간 영향 다이어그램

기능적 영향

```

    graph LR
      A[마케팅성공률] --> B[매출달성률]
      B --> C[유지율]
      B --> D[ROI]
    
```

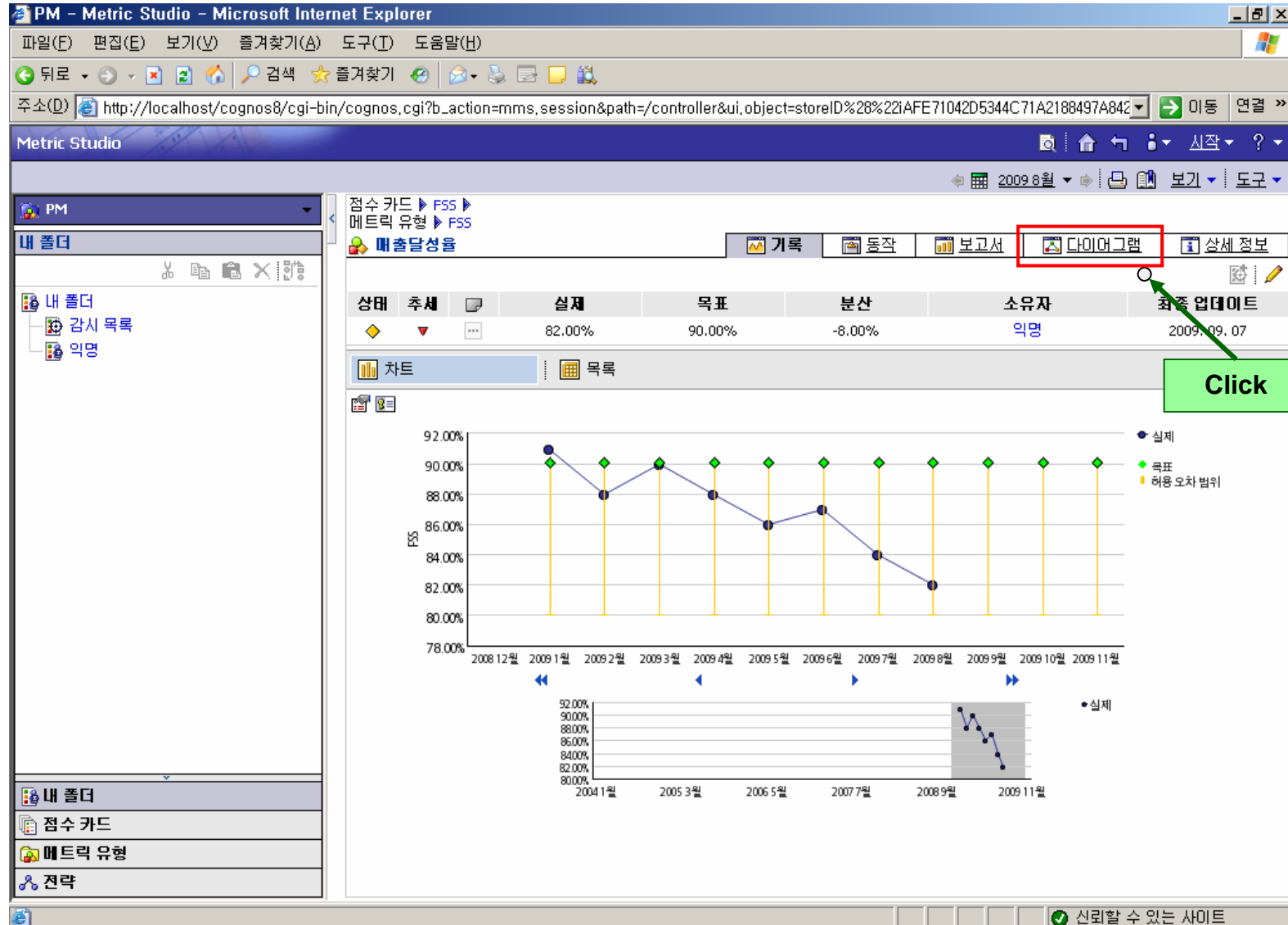
지역본부별 매출현황

지역본부별 매출

- 수도권 지역본부 매출
- 중부 지역본부 매출
- 호남 지역본부 매출
- 영남 지역본부 매출

Click

매출 달성률 KPI 모니터링



매출 달성률과 관련 지표간 인과 관계 분석

PM - Metric Studio - Microsoft Internet Explorer

주소(D) http://localhost/cognos8/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=mms.session&path=/controller&ui.object=storeID%28%22iAFE71042D5344C71A2188497A842

Metric Studio

2009 8월

PM

내 폴더

- 내 폴더
 - 감시 목록
 - 익명

점수 카드 ▶ FSS ▶
메트릭 유형 ▶ FSS

매출달성률

기록 동작 보고서 다이어그램 상세 정보

상태	추세	실제	목표	분산	소유자	최종 업데이트
◆	▼	82.00%	90.00%	-8.00%	익명	2009. 09. 07

영향 다이어그램

```

    graph LR
      A[마케팅 시도율] --> B[마케팅 속도]
      B --> C[마케팅 성공률]
      D[오퍼레이션도] --> C
      C --> E[매출 달성률]
      E --> F[유지율]
      E --> G[ROI]
    
```

Click

매출달성률

기간	2009 8월
상태	◆ 평균
추세	▼ 점점 나빠짐
실제	82.00%
목표	90.00%
분산	-8.00%

사용 가능한 다이어그램

매출 달성률 관련 보고서 조회

The screenshot shows the Metric Studio interface. The main content area displays a table titled '상품별 구매주기' (Product Purchase Cycle) with the following data:

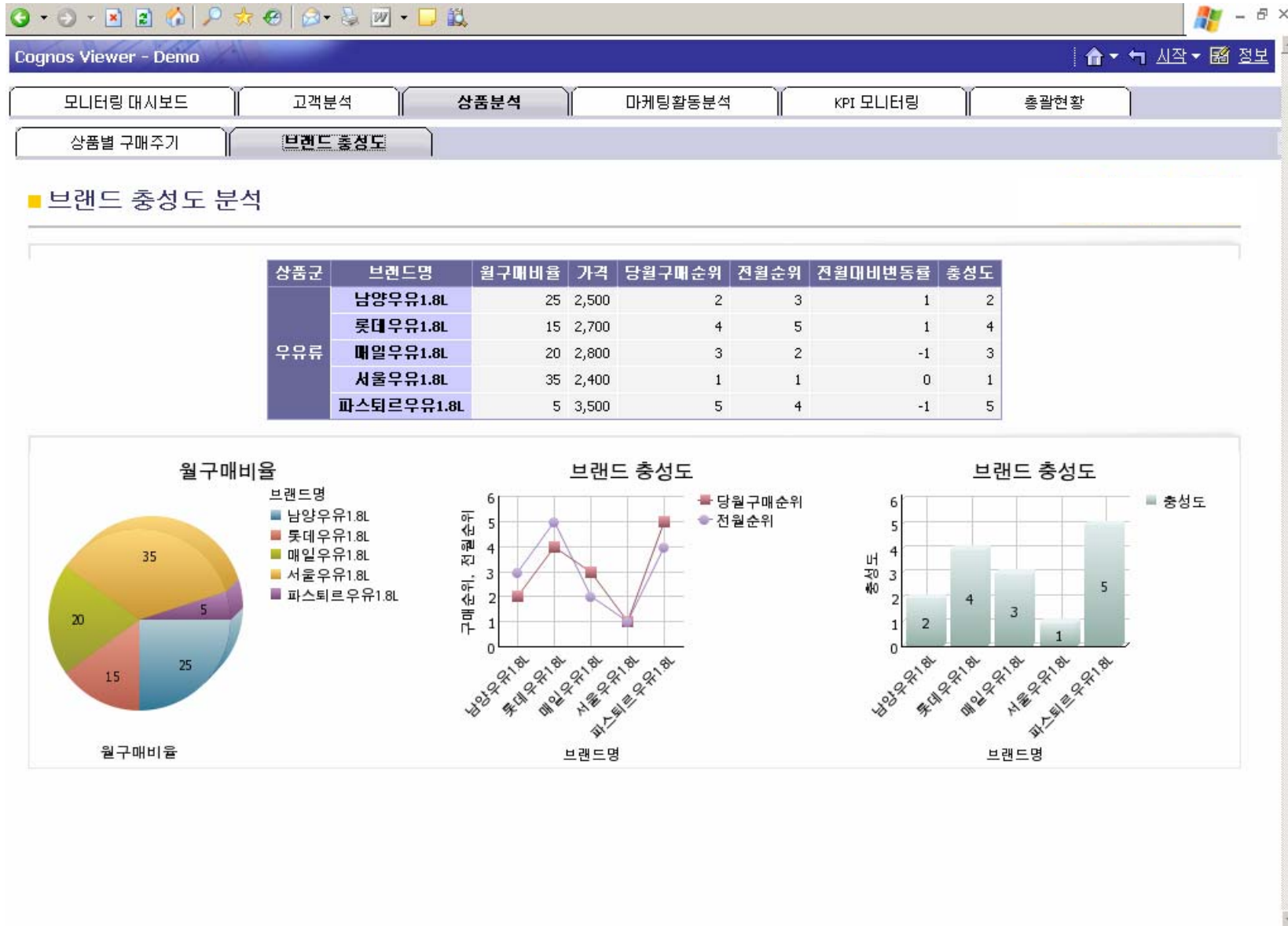
상품군	최소구매주기	최대구매주기	평균
간장 1L	45	77	
고추장 1Kg	36	87	
삼푸 500ML	26	100	
세제 1L	33	94	
쌀 20Kg	15	40	
치약 100ML	20	40	

Below the table, there is a section titled '사용 가능한 보고서' (Available Reports) with a list of reports. The report '상품별 구매주기' is highlighted with a red box, and a green arrow labeled 'Click' points to it.

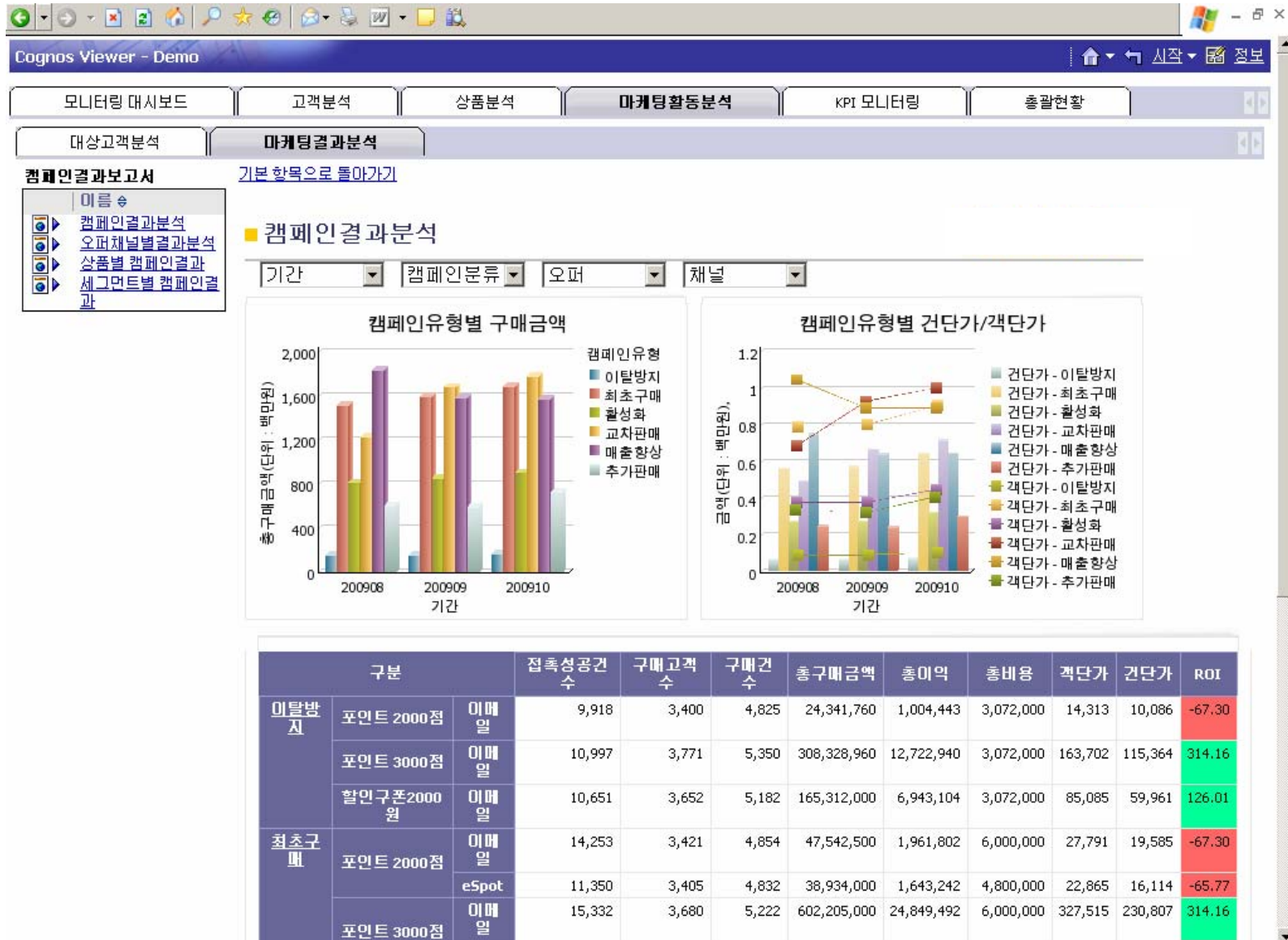
상품별 구매분석



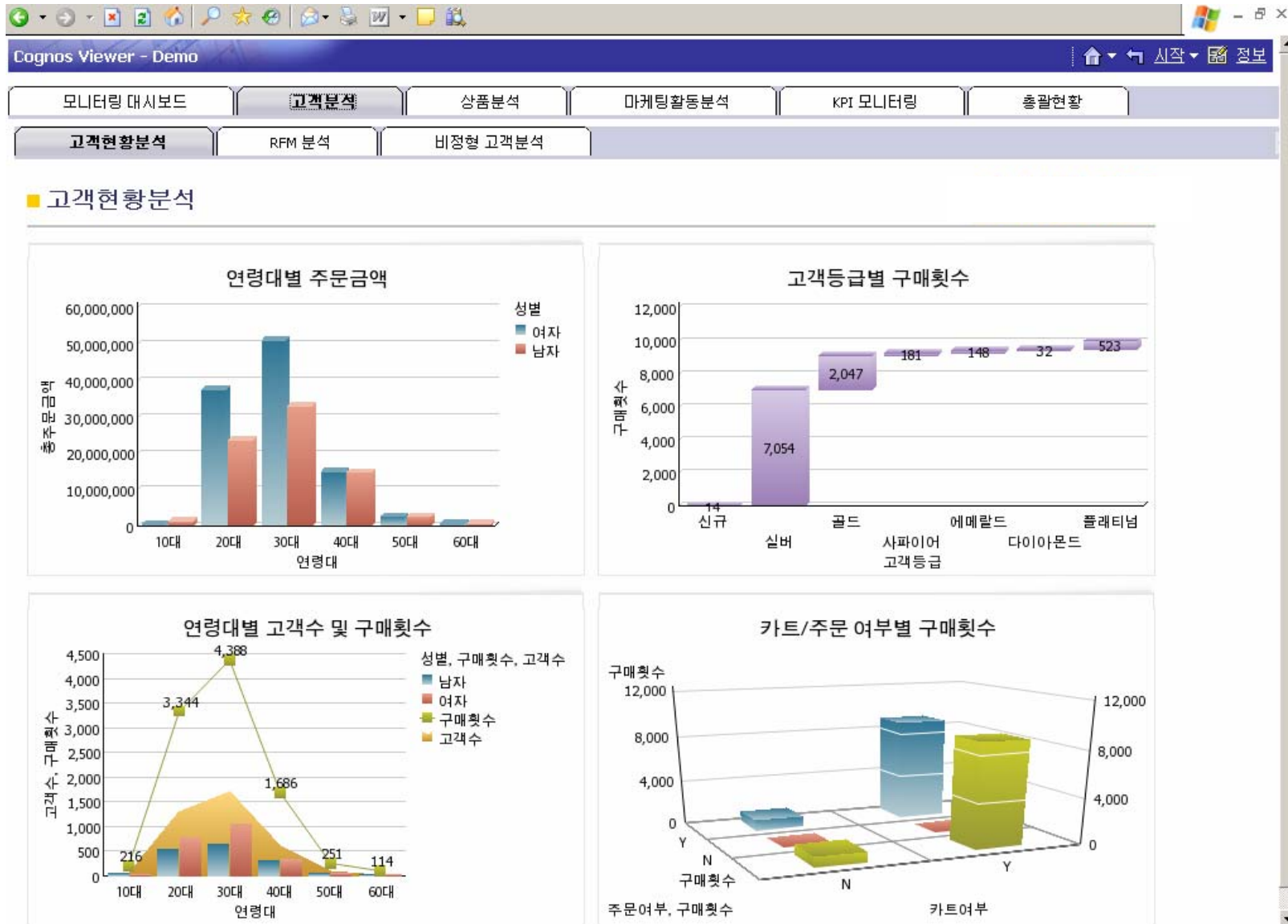
브랜드 충성도 분석



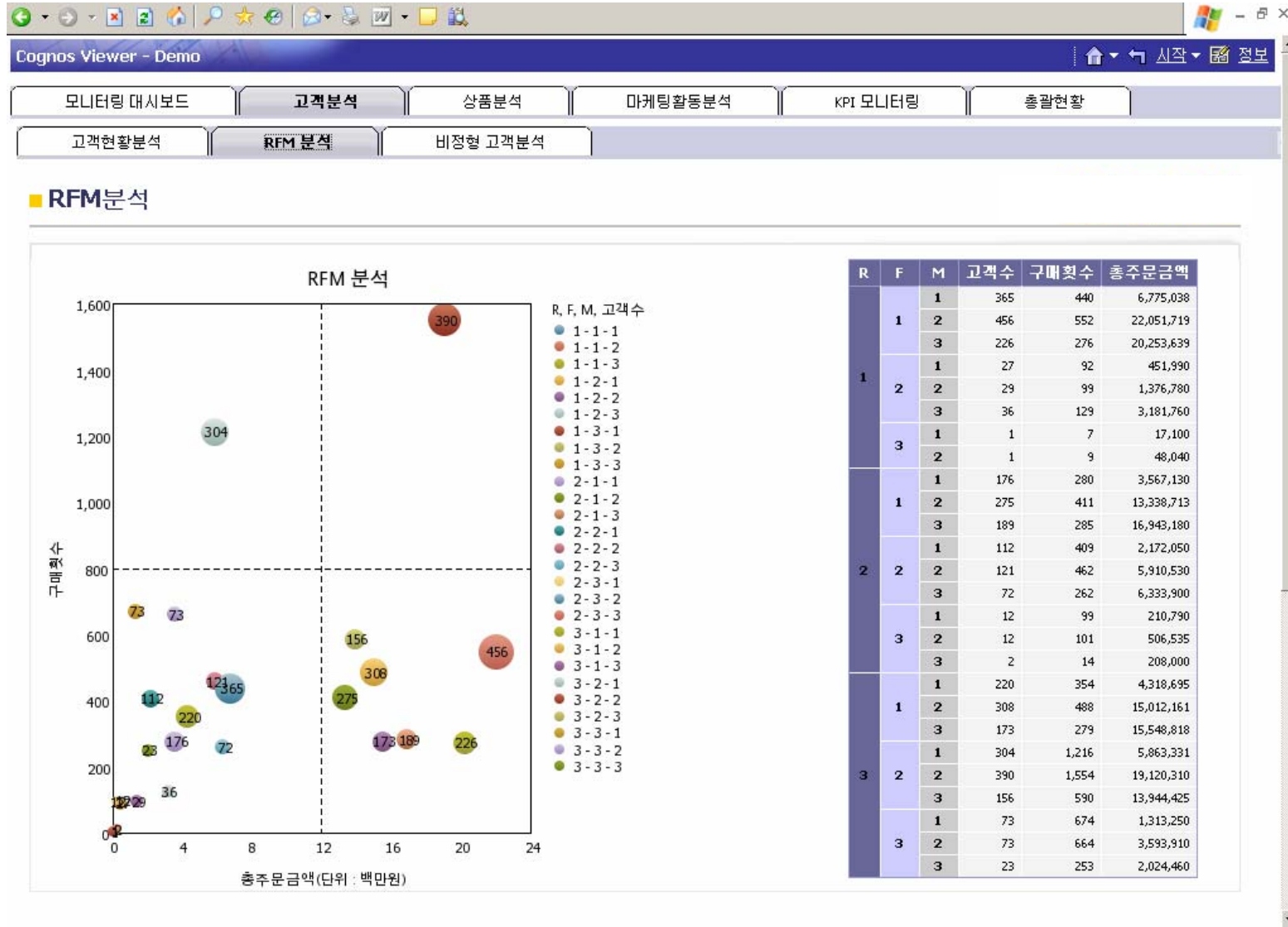
캠페인 결과 분석



고객현황 분석



RFM 분석



기존 분석 보고서의 Powerpoint 활용 – Go! office

Microsoft PowerPoint - [브랜드 충성도.ppt]

IBM Cognos 8

IBM Cognos 8 Go! Office

비 콘텐츠:

- Finance and Integrated Risk Manag...
- SEC_ERM
- 건본
- eMart
 - eCRM_Demo
 - eCRM_Report
 - 캠페인결과보고서
 - 고객현황분석
 - 마케팅대상고객
 - 브랜드 충성도 분석**
 - 비정형고객분석
 - 비정형수익성분석
 - 비정형질의 고객분석
 - 상품별 구매주기
 - 상품별 캠페인결과
 - 세그먼트별 캠페인결과
 - 수익성분석
 - 캠페인결과분석
 - RFM분석
 - 고객분석 하위

검색
콘텐츠 가져오기...
보고서 보기

여기에 슬라이드 노트의 내용을 입력하십시오

슬라이드 1 / 1 기본 디자인 한국어

브랜드 충성도

상품명	브랜드명	월구매수량	가격	월구매금액	구매수익	구매금액당수익	충성도
남양우유1.8L	남양우유	25	2,500	2	3	1	2
동대우유1.8L	동대우유	15	2,700	4	5	1	4
동원우유1.8L	동원우유	20	2,800	3	2	-1	3
서울우유1.8L	서울우유	35	2,400	1	1	0	1
푸스모로우유1.8L	푸스모로	5	3,500	5	4	-1	5

월구매비율

브랜드 충성도

브랜드 충성도



© Copyright IBM Corporation 2010 All rights reserved. The information contained in these materials is provided for informational purposes only, and is provided AS IS without warranty of any kind, express or implied. IBM shall not be responsible for any damages arising out of the use of, or otherwise related to, these materials. Nothing contained in these materials is intended to, nor shall have the effect of, creating any warranties or representations from IBM or its suppliers or licensors, or altering the terms and conditions of the applicable license agreement governing the use of IBM software. References in these materials to IBM products, programs, or services do not imply that they will be available in all countries in which IBM operates. Product release dates and/or capabilities referenced in these materials may change at any time at IBM's sole discretion based on market opportunities or other factors, and are not intended to be a commitment to future product or feature availability in any way. IBM, the IBM logo, Cognos, the Cognos logo, and other IBM products and services are trademarks of the International Business Machines Corporation, in the United States, other countries or both. Other company, product, or service names may be trademarks or service marks of others.