

MDM으로 제품 데이터 관리를 개선하는 5가지 모범 사례

오늘날은 기업이 높아지는 고객의 기대를 만족시키면서, 그 어느 때보다 많은 데이터를 관리하기 위해 애쓰는 데이터 주도의 고객 중심 세계입니다. 제품 관리자들에게는 '계절에 구매 받지 않는' 구매, 옴니채널 지출, 향상된 규정 및 탁월한 경험에 대한 수요로 인해 데이터가 효과적인 제품 관리의 중심이 되었습니다. 정보를 전략적 자산으로 취급하는 기업은 디지털 전환 시대에 성공을 이어나갈 것입니다.

마스터 데이터 관리(MDM)는 고품질 데이터를 문제 해결책이자 경쟁력 있는 차별화 요소로 활용하는 기업형 솔루션입니다. 제품 관리자는 제품 데이터에 대한 단일 진리점을 생성하고 관리, 전달할 수 있는 기능을 제공함으로써 계획 작업을 간소화하고, 제품 출시와 온보딩 작업을 가속하며, 규정 준수를 개선할 수 있습니다. 또한 고객 선호도에 따라 콘텐츠를 맞춤화하고, 시의적절하고 정확하며 일관적인 정보로 온라인 및 오프라인 경험을

개선할 수 있습니다.

MDM은 비용이 많이 드는 수작업, 분리된 시스템, 비효율적인 프로세스 및 레거시 애플리케이션이나 자체 개발 애플리케이션을 대체하는 확장 가능한 솔루션으로 구성됩니다. 따라서 적절한 제품을 적시 적소에서 적절한 비용으로 출시할 수 있으므로 수익을 높이고 비용을 절감하며 고객 만족도를 높일 수 있습니다.

제품 관리자는 아래 다섯 가지 MDM 모범 사례를 참조해 조직에 가치를 제공하는 새롭고 흥미로운 방식으로 제품 데이터를 관리할 수 있습니다.



 <p>시스템 연결</p>	<p>1. 향후 다른 데이터 도메인으로 확장할 수 있는 제품 데이터에는 중앙 집중식 MDM 플랫폼을 활용합니다. 아울러 MDM을 활용하여 제품 데이터를 개선할 뿐만 아니라 ERP, CRM, 마케팅 자동화, 이커머스, 판매처, 창고 관리 등 여러 가지 기업 시스템에 연결합니다. 이같은 상호 연결성을 통해 제품 데이터에 대해 동일한 단일 진리점을 사용하여 시스템이 중단 없이 작동하게 하고 오류를 줄이는 동시에 전반적으로 의사 결정을 개선합니다. 중앙 집중식 MDM 솔루션을 활용함으로써 부서 간 사일로로 인한 운영 비효율성을 줄입니다.</p>
 <p>협업 강화</p>	<p>2. 비즈니스 사용자와 부서 간 투명성을 제공하는 것이 MDM의 핵심입니다. MDM을 사용하여 조직 내외부의 협업과 직장 내 창의력 구현을 비롯해 설계 및 개발 리소스의 효율성을 개선합니다. 또한 자동화된 업무 할당 및 재할당 기능을 통해 향상된 워크플로우 협업 툴을 통해 전 제품에 걸쳐 효율적인 협업을 가속합니다. 이 결과 병행 작업과 실시간 제품 데이터 가시성을 지원하는 다자간 공동 작업이 가능합니다. 제품, 마케팅, 영업, 파트너사, 고객 지원팀 및 기타 부서는 동일한 진리점을 사용하여 함께 운영되므로 직원 생산성과 가치 창출 시간이 향상됩니다.</p>
 <p>거버넌스에 집중</p>	<p>3. 여러 접점에서 비즈니스 성과를 높일 수 있는 단일 데이터 소스(황금 기록)를 개발하기 위해서는 적절한 데이터 거버넌스가 필요합니다. MDM으로 제품 정보의 조직 전반에 데이터를 사용하고 공유하는 방식을 관장하는 고급 데이터 모델링, 역할, 워크플로우 루틴, 비즈니스 규칙 및 제어를 활용해 제품 정보를 수집하고 관리할 수 있습니다. 일반적인 속성, 분류 및 참조 외에도 규칙 기반 제품 분류, 공급망 패키징 및 계층 구조 관리를 포함해 기타 다양한 추가 모델링과 계층 관리 기능을 사용할 수 있습니다. 데이터, 비즈니스 및 고객에게 중요한 정책과 관계를 관장합니다.</p>
 <p>신디케이션 개선</p>	<p>4. 끊임 없는 온라인 스토어는 적시성을 비롯한 새로운 데이터 품질 문제를 제시합니다. 이제는 제품 데이터 관리에 더하여 제품 유통까지 보장해야 합니다. 제품 데이터 신디케이션(PDS)을 활용하면 이전보다 덜한 노력으로 더욱 빠르게 새로운 채널을 채택할 수 있습니다. 그리고 끊임없이 변화하는 데이터 품질 요구사항을 충족하는 동시에 시장 출시 시간을 단축할 수 있습니다. MDM의 데이터를 ERP, 이커머스, CRM, 소매업체 및 데이터 풀과 같은 아웃바운드 시스템에 매핑하여 하나 이상의 제품 영역을 관련 이해관계자들에게 단일부로 전달할 수 있습니다. 그리고 이해당사자에게는 데이터 요구사항 및 규칙 변경 사항을 알립니다.</p>
 <p>글로벌 사고방식</p>	<p>5. 온라인 스토어는 글로벌 입지를 강화합니다. 멀티채널 온라인 세계는 신규 시장으로 사업을 확장하고 새로운 고객들에게 도달할 수 있는 엄청난 기회를 제공합니다. 대부분의 현지 또는 지역 기업들은 다국어 제품 정보와 문화적 차이를 고려한 제품 포장, 그리고 프로모션을 관리하는데 어려움을 겪고 있습니다. 그리고 채널 간 일관된 제품 정보를 제공하기 위해 노력합니다. 최고의 번역 서비스 공급업체와 그 외 강력한 콘텐츠 제작 툴을 포함하는 MDM의 통합 번역 관리 기능을 활용하여 지역 콘텐츠를 최적화하십시오. 다국어 제품 정보를 제공하면 각 지역 차원에서 고객과 소통하면서 글로벌한 방식으로 사고할 수 있습니다. 이 과정에서 브랜드 인지도를 확고히 하고 확장함과 동시에 신규 시장에서 매출을 증대할 수 있습니다.</p>

스티보시스템즈가 **고객의 비즈니스를 최우선**으로 두면서 경쟁력 있는 콘텐츠를 지원하는 방법을 자세히 알아보시려면, stibosystems.com 홈페이지를 방문하시거나 info@stibosystems.com으로 이메일을 보내주시기 바랍니다.

About Stibo Systems

Stibo Systems, the master data management company, is the trusted source of MDM solutions based on a unique business-first, people-centric approach. Our solutions are the driving force behind forward-thinking companies around the world that have unlocked the strategic value of their master data; empowering them to improve the customer experience, drive innovation and growth, and create an essential foundation for digital transformation. Stibo Systems is a privately held subsidiary of the Stibo A/S group, founded in 1794, and is headquartered in Aarhus, Denmark. For more information, visit stibosystems.com.