

IPSOS CHANNEL PERFORMANCE

Driving Sales Conversion

B2B, B2C 고객과의 접점 채널에서
판매 전환 촉진

Heeyeon Joo

April 2024



주희연

**Channel Performance
Service Line Leader**

Ipsos Korea



입소스 CHP 서비스 그룹은

소비자의 경험/구매 여정을 기반으로
온·오프라인 채널의 맥락적 기회 및 소비자의 쇼핑 행태/태도를 이해하고
구매와 서비스 경험, 접점 활용 및 효과성을 평가하여
다양한 채널을 통해 판매 전환을 촉진하기 위해
고객과 협력하고 있습니다.

전문 조사 서비스, 분석, 인사이트 그리고 자문 서비스를 통해
고객의 비즈니스에 유용한 결과를 제공합니다.



Ipsos CHP의 5가지 솔루션



Channel
Sizing

채널사이즈



Shopper
Insights

쇼퍼인사이트



Virtual
Testing

가상테스트



Execution
Measurement

실행측정



Mystery
Shopping

미스터리쇼핑



핵심 모듈 3가지를 소개 합니다.



Shopper
insights

쇼퍼 인사이트



Shopper
Insights

실행 측정



Mystery
Shopping

미스터리 쇼핑



Channel sizing

채널 사이즈



Virtual testing

가상 테스트



쇼퍼인사이트 (SHOPPER INSIGHTS)

고객의 프로파일, 구매동기, 태도, 행동, 구매 결정과정 및
구매 결정에 대한 접점 별 영향력 확인

To Optimize Marketing ROI



IPSOS CHANNEL PERFORMANCE는
판매 전환율 증대 방안 및 기회 창출 방향성을 제공합니다.



[슈퍼인사이트] 귀사의 비즈니스 질문에 대한 해답을 찾아 드립니다.

- 당사 고객/잠재 고객의 구매 결정 여정은 어떠한가?
- 각 여정 별 소비자의 구매 결정에 영향을 미치는 요인/접점은 무엇일까?
- 중요 접점에서 우리는 경쟁사 대비 잘하고 있는가?
- 잠재고객 대상 판매 가능성을 높이고, 구매고객으로 유도할 수 있는 방안은 무엇일까?
- 향후 접점 운영 및 커뮤니케이션 방향성은 어떻게 수립할 것인가?
- 접점 투자 우선순위는 어떻게 정할까? 리테일 파트너와의 협력 방안을 어떻게 개선할 수 있을까?

IPSOS 에서 제공하는 쇼퍼 인사이트 솔루션

Purchase Decision Journey

Ipsos의 [구매결정여정] 모델은 On/Offline 쇼핑 여정 내 고객의 구매 동기부터 구매 여정 단계 별 접점 경험을 측정하고, 소비자의 행동 및 태도 이해를 토대로 접점 별 커뮤니케이션 및 실행 방향성을 제공합니다.

비즈니스 이슈에 따라, 정량적, 정성적 방법론 뿐만 아니라 소셜 리스닝, 행동과학을 접목하여 접근합니다.

고객 구매 여정에 대한 다각적 이해

-  카테고리/브랜드 영향력
-  옴니채널 다이나믹스
-  구매 결정 요인
-  고객 행동/마인드셋 분석
-  구매 과정 맵
-  결정 우선순위
-  결정 변경 시점
-  각 접점 노출 및 영향력
-  각 접점의 역할
-  구매 여정 내 단계별 분석



실행 측정 (EXECUTION MEASUREMENT)

제품/서비스/가격/프로모션 등
매장 요소가 올바른 시점에 올바른 방식으로 제공되고
있는지 확인

To Ensure Compliance



[실행측정]

귀사의 비즈니스 질문에 대한
해답을 찾아드립니다.

- 매장내당사카테고리/브랜드/제품 별 할당된 공간, 위치 및 동선, 그리고 전시 및 POP 등 매장 요소는 본사 지침을 잘 따르고 있는가?
- 당사 선반 공간, 항목 및 배치 점유 현황, 그리고 경쟁력은 어떠한가?
- 당사 제품 가격은 경쟁사 대비 알맞게 책정되어 있는가?
- 당사 담당 및 협력업체는 오프라인 및 디지털 채널에서 본사 지침을 준수하고 잘 수행하고 있는가? (Sales Talk, 본사 웹사이트/모바일 앱, 소셜 미디어 콘텐츠 등)

IPSOS CHANNEL PERFORMANCE는

고객 경험, 브랜드, 제품 카테고리, 제품 관련해
지침 준수 여부를 확인하여 개선방안을 제공합니다

IPSOS에서 제공하는 실행 측정(Execution Measurement) 솔루션



Retail Execution Measurement

당사가이드에따른매장내 Compliance 평가



Call Audit

Live/녹음을통한전화상담품질 평가
당사가이드라인에대한준수여부 파악



Digital Audit

디지털채널(웹사이트, 앱, 라이브챗)평가



Price Check

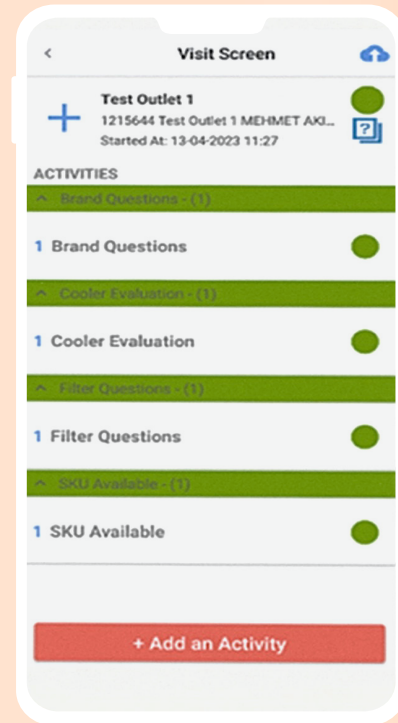
당사/경쟁사브랜드의시장내Retail price 정보확인
당사가이드를준수하는가격제공여부 파악

[이미지 인식 테크놀로지]를 적용해 COMPLIANCE 측정



기존 전통적인 방법

기존 이미지 인식 기술이 적용되기 전에는 오디터들이 직접 설문상에 주요 확인 결과를 기입하였습니다.
한번 데이터를 기입하면 자동으로 응답이 업로드되기 때문에 기입 시 주의가 필요합니다.



이미지 인식 기술 적용

이미지 인식 기술이 적용된 후에는 오디터들이 스마트폰 앱을 이용해 제품 사진을 촬영하고, AI IMAGE Recognition을 통해 정확한 정보가 저장됩니다.

[이미지 인식 테크놀로지]를 통해 매장 내 다양한 요소 측정



현대적매장환경



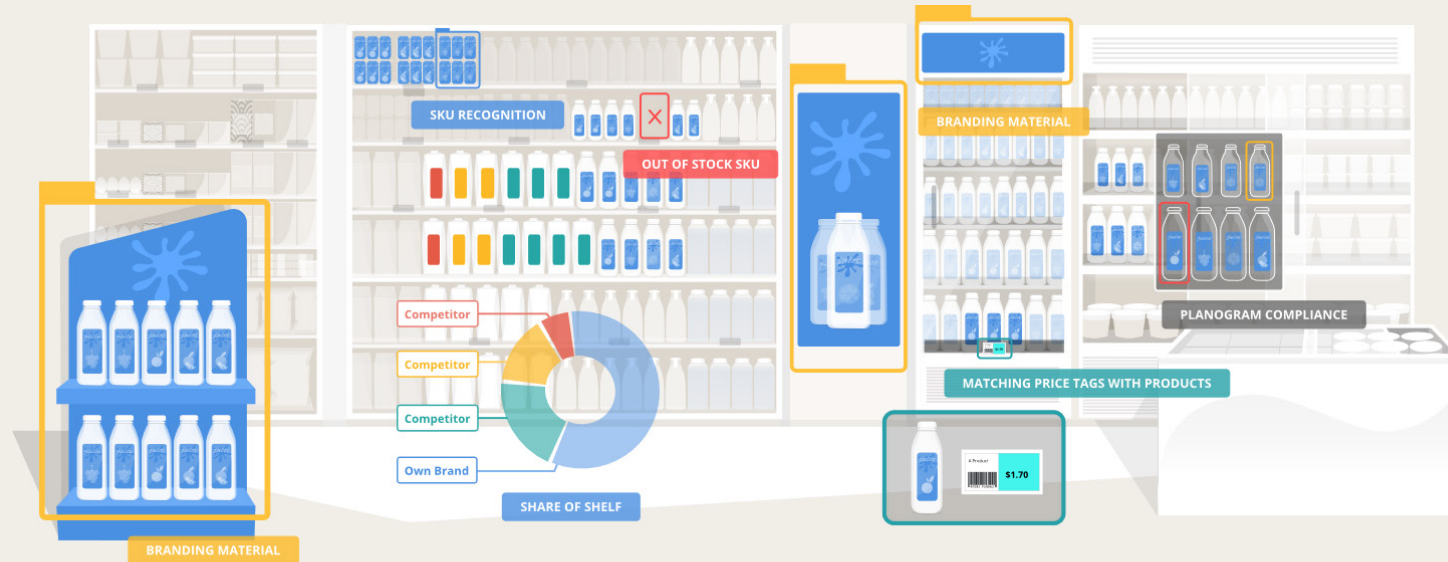
전통적매장환경



약국



자체제공진열매대



쿨러/냉장고



소형매대



캐비닛



매대

진열여부

제품배치관련

- 매대내Share %
- 플래노그램
- 시선의높이
- 브랜드가가려져있는지여부

가격

- 가격탐탐지
- Compliance
- 그외장비상태

유통기한날짜

Location

제품/재고개수

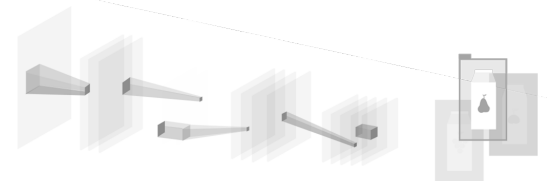
진열상태(broken, clean...etc.)

캐셔명수

표준화 되어 있지 않은, 매장 자체 보유 환경에 대한 이미지 인식 KPI 및 REPORTING



- POS
- 맥주탭
- 보틀냉장고
- 뒷편의바
- 스피드레일
- Branded 냉장고
- Branded 매트
- Menus 문자판독





미스터리 쇼핑 (MYSTERY SHOPPING)

각 채널 및 점점에서의 매장 요소
평가 및 고객 경험 측정

**To Drive the Right
Customer Behaviors**



IPSOS CHANNEL PERFORMANCE는

매장 경험 요소 평가 및 향후 고객 경험 개선을 위한
Action item 을 제공합니다.



[미스터리쇼핑]

귀사의 비즈니스 질문에 대한 해답
을 찾아 드립니다.

- 판매원들은 가이드된 브랜드/고객 경험 기준에 따라 잘 수행하고 있는가?
- 당사가 참고할 만한 경쟁사의 모범 사례는 무엇인가?
- 직원들은 새로운 교육 프로그램을 얼마나 효과적으로 준수하고 있는가?
- 신제품 출시 혹은 프로모션이 얼마나 효과적이었는가?
- 리테일 판매원들이 당사 제품을 추천하고 있는가?

IPSOS 에서 제공하는 미스터리 쇼핑 솔루션



Physical locations

매장내 고객 경험 요소, 브랜드 Compliance, 판매원 Sales Talk 등을 포함한 오프라인 매장 경험, 매장 요소의 Performance 평가



End-to-End Cross-Channel

다양한 채널, 여러 접점 내에서의 End-to-End 고객 경험 측정 (physical)



Digital

온라인 내 제품 문의, 주문, Fulfillment (배송, buy online pick up offline, 반품 등) 경험 측정



채널사이즈 (CHANNEL SIZING)

채널 사이즈, 유통 측면 기회 확인 및
카테고리/브랜드/제품의 Share 분석

**To Inform Channel Entry
and Growth Strategy**



[채널사이즈]

귀사의 비즈니스 질문에 대한
해답을 찾아드립니다.

- 채널 측면에서의 기회는 얼마나 될까?
그리고 당사 카테고리/브랜드/제품 점유율 (볼륨, 가치 및 유통)은?
경쟁업체 프로파일은? 트렌드는?
- 매장 유니버스, 세분화 및 세부 매장의 프로파일 측면에서
채널을 심층적으로 이해하고 있는가?
- 적절한 제품을 적절한 장소에서 적절한 가격으로 판매하고 있는가?
- 마케팅 및 커뮤니케이션이 제대로 고객에게 전달되고 있는가?

IPSOS에서 제공하는 채널 사이즈 솔루션



Retail Census

매장 유형, 면적 및 크기와 같은 기타 관련 특성에 따른 매장 규모/크기를 계산
매장 목록/정보 및 카테고리/브랜드/제품 분포 정보 제공



Retail Audit

샘플 매장의 판매량을 측정하고, 이를 전체 규모로 확대 집계(볼륨, 가치, 점유율)
불법 거래 평가는 불법 거래 규모, 형태 및 영향을 측정

가상테스트 (VIRTUAL TESTING)

가상 공간에서 고객 Interaction 확인을 통한
SKU 운영 전략 확인

**To Win at Point of Purchase,
Whether Physical or Digital**





[가상테스트]

귀사의 비즈니스 질문에 대한 해답을 찾아드립니다.

- 쇼퍼는 카테고리 내에서 쇼핑할 때 어떻게 추론하고 결정을 내리는가?
어떤 카테고리나 플래노그램 구조가 가장 합리적이고 가시성, 탐색 및
선택의 용이성을 향상시키는가?
- 당사 카테고리나 브랜드 판매와 가치를 높이는 플래노그램은 무엇인가?
가장 효과적인 POS 메시지는 무엇이며 어디에 배치할 것인가?
- 카테고리 내 점유율을 극대화하기 위한 최적의 SKU 조합은 무엇인가?
어떻게 효과를 측정할 것인가?
- 가장 효과적인 가격 전략은 무엇인가?
포트폴리오 전반에서 카니발라이제이션 위험을 어떻게 최소화할 것인가?

IPSOS에서 제공하는 가상 테스트 솔루션

simstore®

Simstore는 Ipsos 가상매대플랫폼솔루션으로서,
전통적인오프라인환경,디지털쇼핑환경을구현하여
정량적으로평가합니다.

Simstore를통해고객의의사결정을내리는방법을알수
있고,쇼핑네비게이션개선방안,제품구색/전시관련
최적화방법을파악합니다.



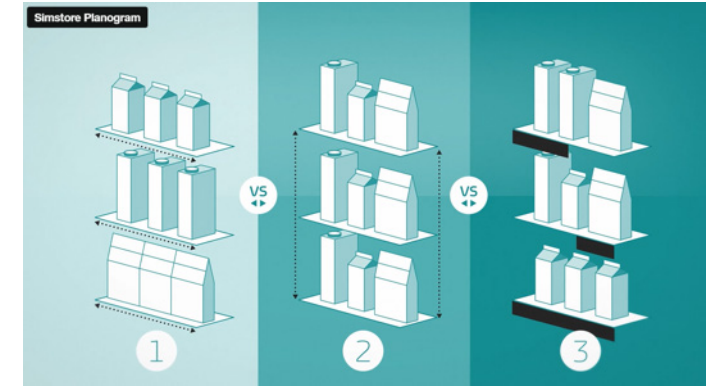
Shopper (incl. Decision Tree)

구매자관점의트레이드오프결정을통해
SKU 레벨의 세그멘테이션 제공



Price

카테고리내 가격역학에 대한이해를기반으로
매출및 카테고리 성장 극대화를 위한 올바른 전략 수립 지원



Planogram & POS Material

시나리오테스트를통해
최적의플래노그램및 POS 커뮤니케이션 파악



Assortment Line Optimization

선호도에 따라 SKU/포트폴리오에 미치는 영향을 자극하여
다양한 소매 환경에 맞는 최적의 구색 측정

THANK YOU

NAME:

Joo Heeyeon

DETAILS:

heeyeon.joo@ipsos.com

010-8710-5565